

ISSN 2307-5740
DOI 10.31891/2307-5740

Науковий журнал

ВІСНИК

Хмельницького
національного
університету

Економічні науки

2023, № 2

Scientific journal

HERALD

of Khmelnytskyi National University

Economic sciences

2023, Issue 2

Хмельницький 2023

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, 2023, № 2 (316)

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

Наукова бібліотека України ім. В.І. Вернадського http://nbuy.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 економіки, аналітики, моделювання та інформаційних технологій в бізнесі 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.; Ведерников 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., д. 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.; Прямухіна Н. В., 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.; Троїцьковські 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 № 10 від 27.04.2023

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, 2023
© Редакція журналу "Вісник Хмельницького національного університету", 2023

ЗМІСТ

КАТЕРИНА СКІБСЬКА, ОЛЕКСАНДРА ПАНАСЮК РЕКРУТИНГ ЯК СКЛАДОВА ЦИФРОВОЇ СТРАТЕГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ	7
МАРІЯ ТЕПЛЮК, ВІКТОРІЯ АНДРІКЕВИЧ РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В РЕЛОКАЦІЙНОМУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ	13
ОЛЕКСІЙ КРАСНОРУЦЬКИЙ БРЕНДИНГ ТА КРАФТОВІ ТЕХНОЛОГІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ	19
ТЕТЯНА НАЗАРЧУК, ІЛІА ТЮРІНА, ВІТАЛІЙ КОВАЛЬЧУК НАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНД ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ У МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	25
ГАННА ЧУМАК БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ	33
ОЛЬГА БАКСАЛОВА, ОЛЕНА КОШОНЬКО, ТЕТЯНА ГЛУШКО, ОЛЕКСАНДР ГОРБАТЮК HR-ІНЖИНІРИНГ В АСПЕКТІ КВАНТИТАТИВНОЇ ОЦІНКИ ЗДІБНОСТЕЙ РОБІТНИКІВ ДО ПРАЦІ	39
ІГОР ЧАСТОКОЛЕНКО, КОСТЯНТИН ГРИГОРЕНКО СТРАТЕГІЧНІ ПРИОРИТЕТИ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ	48
ВІРА ШПИЛЬОВА, НАТАЛІЯ ПОЛЬОВА, ВІКТОР ШПИЛЬОВИЙ ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ІННОВАЦІЙ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	54
ІЛІА ХРУЩ, ЛЮДМИЛА НЯНЬКО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСІВ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	59
ОЛЬГА ГАРАФОНОВА, РОМАН СТАДНІЙЧУК ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ КОНФЛІКТАМИ ОРГАНАМИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	65
ЮРІЙ КРАВЧИК ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ТА РЕАБІЛІТАЦІЇ ОСІБ, ПОСТРАЖДАЛИХ У ВІЙНІ, ЯК ЗАПОРУКА СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ	72
ІЛІА БІЛОКІННА ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ЯК ВИМОГА ЧАСУ ТА ОСНОВА УСПІШНОГО ПІСЛЯВОСННОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ	79
АНЖЕЛІКА АЗАРОВА, ЮЛІЯ МІРОНОВА, АНАТОЛІЙ ШИЯН, ОЛЕНА ЯРМОЛА АНАЛІЗ НЕДОЛІКІВ ТА ПЕРЕВАГ СУЧАСНИХ HRM-СИСТЕМ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ	89
ІРИНА ШВАРЦ, ОКСАНА БЕЗСМЕРТНА, АЛІА КРАЄВСЬКА, АНАСТАСІЯ ПЕЛІШОК ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КВІТКОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ СУЧАСНОГО ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ	98
ЛЕСЯ САКУН, ЮЛІЯ ВЕДЕНІНА, ЮРІЙ КОШИЦЬКИЙ РОЛЬ КОМАНДНОЇ РОБОТИ У РОЗРОБЦІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЗМІН	104
ЛЮДМИЛА ДЕМИДЧУК ВИРОБИ НАРОДНИХ ХУДОЖНИХ ПРОМИСЛІВ І СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ ЯК СКЛАДОВІ РИНКУ ЛОКАЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА, РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ	112
ВІКТОРІЯ ЄВТУШЕНКО, ТЕТЯНА ШУБА, ЛІЛІА ЦВЯТКО, ДІАНА ПОПКОВА СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	117
ГАННА ЛІХОНОСОВА ГЕОЕКОНОМІЧНА ФРАГМЕНТАЦІЯ: ВІРОГІДНІСТЬ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ РЕЦЕСІЇ ТА АНАЛІЗ БАНКІВСЬКИХ РИЗИКІВ УКРАЇНИ	121
ЛЮДМИЛА БЕРЕЗІНА, НАДІЯ БАГАН ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	125
ВОЛОДИМИР ПАНЧЕНКО УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ АПК УКРАЇНИ	129
ОЛЕНА ЧУРІКАНОВА, ІННА ТУРЧАНІНОВА СПІЛЬНЕ МАЙБУТНЄ: РОЛЬ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЗЕЛЕНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В СТВОРЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	134
ТЕТЯНА ВЛАСЕНКО, ТЕТЯНА ЛАРІНА, СЕРГІЙ СТЕПАНЕНКО ВПЛИВ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	140
НАТАЛІА ПАНЬКІВ, ВІКТОРІЯ БИК ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	146
КАТЕРИНА ШАПОВАЛОВА, ПОЛІНА ШЕРЕМЕТА NFC ТЕХНОЛОГІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ	157
НАТАЛІА ГАВЛОВСЬКА, ВІТАЛІЙ СЕМЕНЧЕНКО, ТАРАС ЯБЛОНСЬКИЙ, ЕММА ГУМЕННА ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ	161
ВАЛЕНТИНА ЛУК'ЯНОВА, ТЕТЯНА ГОЛОВАЧ, ІРИНА ЗАКРИЖЕВСЬКА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ	167
ТЕТЯНА КУКЛІНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	172

ДМИТРО МАЗУР, ОЛЕКСАНДР МАЗУР, ГАЛИНА МАЗУР, АНТОНІНА КОВБІЙ ФІНАНСОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИРІШЕННЯ ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ ПІДПРИЄМСТВА	175
МАРІЯ ЗЕЛЕНА, ОЛЕНА МАНТУР-ЧУБАТА, АНАСТАСІЯ ДАНІЛКОВА, ЄВГЕНІЯ ШЕЛЕСТ, ВІКТОРІЯ ПЕТРИЧАК ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ПОБУДОВИ СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТУ У БІЗНЕС-КОМПАНІЇ	179
ОЛЬГА ГАГАЛЮК АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ТА ЕКОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ	187
НАТАЛІЯ ГОРЯЧОВА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗИ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ ПІСЛЯ ВІЙНИ В УКРАЇНІ	194
ІРИНА КОСАЧ, АНТОН КОРМИЛО СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ	200
ОЛЕКСАНДР МАХОНЮК НОВІ ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВРАЗЛИВОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	206
ТАТЯНА ПІХНЯК ПОДАТКОВІ ПРЕФЕРЕНЦІЇ У ФУНКЦІОНУВАННІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	213
ОЛЬГА ПОСВАЛЮК ТРУДОВИЙ І КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛИ ПІДПРИЄМСТВА: ВЗАЄМОВ'ЯЗОК КАТЕГОРІЙ	220
ДМИТРО САПОЖНИК СУЧАСНІ АСПЕКТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ КОНТРАФАКТНОЇ ПРОДУКЦІЇ	226
СВІТЛАНА СІРЕНКО СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ	230
НАТАЛІЯ СМОЛІНСЬКА, СОЛОМІЯ РАВОК АНАЛІЗ СТАНУ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ	235
ЯРОСЛАВА СТОЛЯРЧУК, ДЕНИС ІЛЬНИЦЬКИЙ, СЕРГІЙ РУДЬКОВСКИЙ ЗЕЛЕНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК МЕХАНІЗМ ГЛОБАЛЬНОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ	241
НАТАЛІЯ ТАНАСІЄНКО, ТЕТЯНА ГОЛОВАЧ, СОФІЯ ЗАБОЛОТНА ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ TQM У ВІТЧИЗНЯНУ ПРАКТИКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР	247
ЛЮДМИЛА ШАТАЛОВА ПЕРЕДУМОВИ АДАПТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР	252
ОЛЕНА ПАВЛОВА, ОЛЕКСАНДР ДЕРЖАЙ, ДЕРКАЧ ОКСАНА, ВАЛЕНТИНА САЦИК АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ	259
ОЛЕНА ГЕЙДАРОВА, ВАДИМ ПАЮК МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	265
ЮЛІЯ ЯКУБЕНКО, СЕРГІЙ КОБЕРНЮК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАСОБАМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ	274
ІГОР ЗВАРИЧ, ЛЕСЯ ДМИТРИШИН, ОЛЕНА ЗВАРИЧ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	281
ДМИТРО МЕЛЬНИЧУК, ІРИНА ВОЙНАЛОВИЧ СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ	290
НАТАЛІЯ БОНДАРЕНКО ВИЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВОЇ СУТНОСТІ ВИТРАТ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ	296
ЛЕСЯ СТРУТИНСЬКА СТВОРЕННЯ ЕКОЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ТЕРЕНАХ ЗАХІДНОЇ УКРАЇНИ	305
ЄВГЕНІЙ ВЕНГЕР, ВАЛЕНТИН НІКУЛЬЧА ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНИХ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ У ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ	312
ПАВЛО ІЖЕВСЬКИЙ, БОГДАН ГНАТИК МЕТОДИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ	319
ТЕТЯНА УСТІК РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОЇ РИНКОВОЇ АКТИВНОСТІ КОМПАНІЇ	326
НАТАЛІЯ РЕЗНІКОВА, АЛЛА ШЛАПАК, ОКСАНА ІВАЩЕНКО ВІД ПРОМИСЛОВИХ ЕКОСИСТЕМ ДО ЕКОСИСТЕМ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: НОВІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ І МОДЕЛІ КОНКУРЕНЦІЇ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ І ПОСЛУГАМИ	332
БОГДАН СОРОКА ІНСТИТУЦІЙНО-СІГМЕНТАРНІ АСПЕКТИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ	341
ДМИТРО ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНКУРЕНТНИХ УМОВАХ	346
ТЕТЯНА ВАСИЛЬЄВА, ЛАРИСА ГРИЦЕНКО, ІРИНА КОЖУШКО, СВІТЛАНА ГАПОНЕНКО, ВЛАДИСЛАВ КУЦЕНКО ОЦІНКА ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ	350
ВОЛОДИМИР МАЦИК ПУБЛІЧНА ПОЛІТИКА ОХОРОНИ ГРОМАДСЬКОГО ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ	357

CONTENCE

KATERYNA SKIBSKA, OLEKSANDRA PANASIUK RECRUITMENT AS A COMPONENT OF THE DIGITAL STRATEGY OF PERSONNEL MANAGEMENT	7
MARIIA TEPLIUK, VICTORIA ANDRIKEVYCH THE ROLE OF EMPLOYEE MOTIVATION IN ENSURING EFFECTIVE MANAGEMENT OF A COMPANY IN A TURBULENT SOCIO-ECONOMIC ENVIRONMENT	13
OLEKSIY KRASNORUTSKYY BRANDING AND CRAFT TECHNOLOGIES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES: A STRATEGIC ASPECT	19
TATIANA NAZARCHUK, NILA TYURINA, VITALY KOVALCHUK NATIONAL BRAND AS A TOOL FOR INCREASING THE GLOBAL COMPETITIVENESS OF THE COUNTRY IN THE INTERNATIONAL ENVIRONMENT	25
GANNA CHUMAK BUDGETING AS A COMPONENT OF THE COST MANAGEMENT SYSTEM	33
OLGA BAKSALOVA, OLENA KOSHONKO, TETYANA HLUSKO, OLEKSANDR HORBATIUK HR-ENGINEERING IN THE ASPECT OF QUANTITATIVE ASSESSMENT ABILITY OF WORKERS TO WORK	39
IHOR CHASTOKOLENKO, KONSTANTIN GRIGORENKO STRATEGIC PRIORITIES AND INSTRUMENTS OF THE STATE POLICY OF INFORMATIZATION OF THE ECONOMIC SYSTEM	48
VIRA SHPILEVA, NATALIYA POLYOVA, VIKTOR SHPYLOVYI IMPLEMENTATION OF THE MARKETING TOOLKIT OF STRATEGIC MANAGEMENT OF INNOVATIONS IN THE PROCESS OF ENSURING THE EFFICIENCY OF THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISE'S FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY	54
NILA KHRUSHCH, LYUDMILA NIANKO UNIVERSITY OF ECONOMICS AND ENTREPRENEURSHIP ENSURING THE SUSTAINABILITY OF PUBLIC FINANCES IN THE CONDITIONS OF SOCIAL AND ECONOMIC INSTABILITY	59
OLGA GARAFONOVA, ROMAN STADNIYCHUK FEATURES OF MANAGING SOCIAL CONFLICTS BY PUBLIC AUTHORITIES	65
YURIY KRAVCHYK ACTIVITIES OF HEALTH CARE AND REHABILITATION INSTITUTIONS FOR PERSONS INJURED IN THE WAR AS A GUARANTEE OF SOCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF THE REGION	72
ILONA BILOKINNA GREEN ECONOMY AS THE NEED OF THE TIME AND THE BASIS OF SUCCESSFUL POST-WAR RECONSTRUCTION OF THE COUNTRY	79
ANZHELIKA AZAROVA, YULIYA MIRONOVA, ANATOLII SHIYAN, OLENA YARMOLA ANALYSIS OF THE DISADVANTAGES AND ADVANTAGES OF THE MODERN HRM SYSTEMS FOR OPTIMIZING THE FUNCTIONING OF ENTERPRISES	89
IRYNA SHVARTS, OKSANA BEZSMERTNA, ALLA KRAIEVSKA, ANASTASIA PELESHOK PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE FLOWER MARKET OF UKRAINE BASED ON THE MODERN LOGISTICS APPROACH	98
LESIA SAKUN, YULIYA VIEDIENINA, YURIY KOSHYTSKYI THE ROLE OF TEAMWORK IN CREATING A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION CHANGES	104
LIUDMYLA DEMYDCHUK HANDICRAFTS AND SOUVENIRS AS COMPONENTS OF THE LOCAL PRODUCTION, RETAIL AND HOSPITALITY MARKETS	112
VICTORIA YEVTUSHENKO, TETIANA SHUBA, LILIYA TSVIATKO, DIANA POPKOVA THE STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE LOGISTICS SERVICES MARKET IN UKRAINE	117
GANNA LIKHONOSOVA GEOECONOMIC FRAGMENTATION: LIKELIHOOD OF GLOBAL FINANCIAL RECESSION AND ANALYSIS OF BANKING RISKS IN UKRAINE	121
LIUDMYLA BEREZINA, NADIYA BAHAN EFFICIENCY OF USE OF RESOURCES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES AND THEIR TECHNOLOGICAL MANAGEMENT	125
VOLODYMYR PANCHENKO CAPITAL MANAGEMENT OF UKRAINIAN AGRICULTURAL ENTERPRISES	129
OLENA CHURIKANOVA, INNA TURCHANINOVA A COMMON FUTURE: THE ROLE OF THE CIRCULAR ECONOMY AND GREEN ENERGY IN CREATING SUSTAINABLE DEVELOPMENT	134
TETIANA VLASENKO, LARINA TETIANA, SERGII STEPANENKO THE EFFECT OF IMPROVING THE QUALITY OF AGRICULTURAL PRODUCTS ON ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE	140
NATALIA PANKIV, VIKTORIYA BYK ECOLOGIZATION OF THE HOTEL AND RESTAURANT SECTOR, IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE	146
KATERYNA SHAPOVALOVA, POLINA SHEREMETA NFC TECHNOLOGY AND ITS DEVELOPMENT PROSPECTS	157
NATALIYA HAVLOVSKA, VITALIY SEMENCHENKO, TARAS YABLONSKY, EMMA HYMENNA THEORETICAL BASIS OF CHANGE MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION	161
VALENTYNA LUKIANOVA, TETIANA HOLOVACH, IRYNA ZAKRYZHEVSKA THEORETICAL PRINCIPLES OF THE FORMATION OF THE ECONOMIC STRATEGY OF THE ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF STRATEGIC MANAGEMENT	167
TETYANA KUKLIANOVA REGARDING THE FUNCTIONS OF SMALL ENTERPRISES DURING THE MARTIAL STATE	172

DMYTRO MAZUR, ALEXANDER MAZUR, GALINA MAZUR, ANTONINA COWBY FINANCIAL MODELLING AS A TOOL FOR SOLVING THE MAIN PROBLEMS OF THE ENTERPRISE	175
MARIYA ZELENA, OLENA MANTUR-CHUBATA, ANASTASIYA DANILKOVA, IEVGENIA SHELEST, VIKTORIA PETRYCHAK INTEGRATED APPROACH AS A METHODOLOGICAL BASIS BUILDING A SOCIAL PACKAGE IN A BUSINESS COMPANY	179
OLHA HAHALIUK ANALYSIS OF SOCIO-CULTURAL AND ENVIRONMENTAL ASPECTS OF THE FUNCTIONING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES IN UKRAINE	187
NATALIIA HORIACHOVA FORMATION OF STRATEGIC REGIONAL DEVELOPMENT OF GAZUZI TOURISM AND RECREATION AFTER THE WAR IN UKRAINE	194
IRINA KOSACH, ANTON KORMILO STRATEGIC MANAGEMENT OF ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC SECURITY	200
OLEKSANDR MAKHONIUK NEW CHALLENGES OF SOCIAL VULNERABILITY OF THE POPULATION OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR	206
TATIANA PIKHNYAK TAX PREFERENCES IN THE FUNCTIONING OF BUSINESS ENTITIES DURING THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR	213
OLGA POSVALYUK LABOR AND PERSONNEL POTENTIAL OF THE ENTERPRISE: INTERCONNECTION OF CATEGORIES	220
DMYTRO SAPOZHNYK MODERN ASPECTS OF IDENTIFICATION OF COUNTERFEIT PRODUCTS	226
SVITLANA SIRENKO CURRENT STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TRADE OF UKRAINE	230
NATALIA SMOLINSKA, SOLOMIIA RAVOK ANALYSIS OF THE STATE OF THE METALLURGICAL INDUSTRY OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR	235
YAROSLAVA STOLIARCHUK, DENYS ILNYTSKYI, SERGIY RUDKOVSKYY GREEN INVESTMENTS AS A MECHANISM OF GLOBAL SUSTAINABLE DEVELOPMENT	241
NATALIIA TANASHENKO, TETIANA HOLOVACH, SOFIIA ZABOLOTNA IMPLEMENTATION OF THE TQM SYSTEM IN UKRAINIAN ENTERPRISES	247
LIUDMYLA SHATALOVA PREREQUISITES OF ADAPTIVE MANAGEMENT OF BUSINESS PROCESSES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION: THE NATIONAL DIMENSION	252
OLENA PAVLOVA, OLEKSANDR DERZHAI, OKSANA DERKACH, VALENTINA SATSYK ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF THE BANKING SECTOR OF UKRAINE	259
OLENA VEIDAROVA, VADYM PAIUK SIMULATION OF THE MANAGEMENT DECISION-MAKING PROCESS REGARDING THE IMPLEMENTATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES	265
YULIIA YAKUBENKO, SERHII KOBERNIUK TOOLS FOR INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES USING MARKETING COMMUNICATIONS	274
IHOR ZVARYCH, LESIA DMYTRYSHYN, OLENA ZVARYCH ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC SUPPORT FOR THE MANAGEMENT OF INVESTMENT PROJECT IN THE SYSTEM OF FORMING THE POTENTIAL FOR DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN REGIONS	281
DMYTRO MELNYCHUK, IRYNA VOINALOVYCH MODERN CHALLENGES AND PRIORITIES OF THE SOCIAL AND HUMANITARIAN POLICY OF UKRAINE	290
NATALYA BONDARENKO DETERMINATION OF THE ACCOUNTING SUBSTANCE OF COSTS AND THEIR CLASSIFICATION	296
LESYA STRUTYNSKA CREATION OF ECOLOGISTIC ENTERPRISES OF THE FOOD AND PROCESSING INDUSTRY IN WESTERN UKRAINE	305
EVHENIY VENHER, VALENTYN NIKULCHA FEATURES OF THE USE OF ARTIFICIAL NEURAL NETWORKS IN DIGITAL MARKETING	312
PAVLO IZHEVSKYI, BOHDAN HNATYK METHODOLOGICAL JUSTIFICATION OF MANAGEMENT DECISIONS IN THE INVESTMENT AND INNOVATION SPHERE	319
TETYANA USTIK ADVERTISING MANAGEMENT AS A BASIS FOR THE FORMATION OF EFFECTIVE MARKET ACTIVITY OF COMPANIES	326
NATALIIA REZNIKOVA, ALLA SHLAPAK, OKSANA IVASHCHENKO FROM INDUSTRIAL ECOSYSTEMS TO DIGITAL ECONOMY ECOSYSTEMS: NEW BUSINESS MODELS AND MODELS OF COMPETITION IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF INTERNATIONAL TRADE IN GOODS AND SERVICES	332
BOGDAN SOROKA INSTITUTIONAL AND SEGMENTAL ASPECTS OF UKRAINE'S FINANCIAL MARKET DIGITALIZATIONTT	341
DMYTRO VASYLKIIVSKYI THE MECHANISM FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT	346
TETIANA VASYLIEVA, LARYSA HRYTSENKO, IRINA KOZHUSHKO, SVITLANA HAPONENKO, VLADYSLAV KUTSENKO ASSESSMENT AND MANAGEMENT OF THE FINANCIAL POTENTIAL OF TOURISM AND HOSPITALITY ENTERPRISES	350
VOLODYMYR MATSYK PUBLIC POLICY OF PUBLIC HEALTH PROTECTION OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION CHALLENGES	357

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-1>

УДК 005.936.21:331.103.255

Катерина СКІБСЬКА

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

<https://orcid.org/0000-0002-5261-5483>

e-mail: skibska.kateryna@kneu.edu.ua

Олександра ПАНАСЮК

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

<https://orcid.org/0000-0002-0984-8476>

e-mail: sana.karnaukhova@gmail.com

РЕКРУТИНГ ЯК СКЛАДОВА ЦИФРОВОЇ СТРАТЕГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ ПЕРСОНАЛУ

У статті проведено огляд надсучасних систем автоматизації рекрутингу, які допомагають компаніям проводити більш ефективну та доцільну роботу з персоналом. Встановлено, що наразі на ринку є багато пропозицій програмного забезпечення, яке розраховано для різного розміру компаній та бюджету. Кожного року з'являються нові технології, завдяки розвитку цифрової трансформації бізнес-процесів менеджменту персоналу. Виявлено, що компанії недостатньо використовують дані можливості, тому що не завжди мають на це ресурси та достатньо обізнані в цьому питанні. Не зважаючи на це, все більше компаній починає розуміти потенціал використання систем автоматизації для поліпшення процесу пошуку та найму кваліфікованих кандидатів на роботу, тому дана тема буде актуальною найближчим часом. Впровадження автоматизації рекрутингу як складової цифрової стратегії менеджменту персоналу дозволить компаніям оптимізувати бізнес у напрямі поліпшення процесу пошуку та найму кваліфікованих кандидатів на роботу.

Ключові слова: рекрутинг; цифрова стратегія; менеджмент персоналу; цифрова трансформація.

Kateryna SKIBSKA, Oleksandra PANASIUK

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

RECRUITMENT AS A COMPONENT OF THE DIGITAL STRATEGY OF PERSONNEL MANAGEMENT

The article provides an overview of state-of-the-art recruiting automation systems that help companies conduct more effective and efficient work with personnel. The analysis of research and scientific works showed that this topic is gaining momentum every year, does not lose its relevance, but has not been studied at a deeper level. It has been established that there are currently many software offers on the market, which are designed for different sizes of companies and budgets and have various functionalities. New technologies appear every year, thanks to the development of digital transformation of personnel management business processes. The description of the functionality of the most common systems presented in the article will help companies analyze the effectiveness of each and choose a product specifically for solving their own urgent problems. It was found that currently companies do not use these opportunities sufficiently, because they do not always have the resources for this and are sufficiently knowledgeable about this issue. Despite this, more and more companies are beginning to understand the potential of using automated systems to improve the process of finding and hiring qualified job candidates, so this topic will be relevant in the near future. Moreover, the labor market is currently going through difficult times due to the large number of labor migrants and insufficient number of qualified personnel. The use of modern automation systems will allow companies to optimize business — personnel management processes, in particular, and recruiting, which will improve the quality of personnel at the entrance and improve the performance of personnel recruitment.

As a conclusion, the penetration of digital technologies, cloud computing, artificial intelligence, remote work, etc. into our lives are changing approaches to personnel recruitment, so in order to remain competitive, companies should pay special attention to this issue.

Keywords: recruiting; digital strategy; personnel management; digital transformation.

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

Технологія управління персоналом стала каталізатором глобальної цифрової трансформації в процесах менеджменту персоналу. Сьогодні стає очевидним, що технології — це головні «помічники» HR-спеціалістів, які дозволяють не тільки скоротити час на багато робочих процесів, що протікають в компанії, а також поліпшити їх якість. Зараз актуальним для HR-департаментів є розробка цифрової стратегії управління та імплементація в неї різних бізнес процесів менеджменту персоналу, зокрема, і рекрутингу, як визначальної функції добору персоналу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що проблемам сучасних методів добору персоналу в практиці управління персоналом присвячена велика кількість досліджень вітчизняних та зарубіжних авторів, а саме Вонберг Т.В. [1] розглянула та охарактеризувала методи підбору ІТ-персоналу, зокрема хедхантинг, рекрутинг і скринінг, а в роботі [2] охарактеризовано ключові трендові напрями digital-рекрутингу, зокрема: використання штучного інтелекту та роботів; автоматизація процесів; використання

агрегації та уберизації; використання соціальних мереж; альтернативні способи залучення кандидатів; застосування HR-аналітики, Василик А.В. [3] дослідила переваги та перспективи підбору персоналу в соціальних мережах, Скібська К. О. [4], Кравчук О.І., Варіс І.О. [5], в своїх роботах звертають увагу на те, що в умовах економічної нестабільності та пандемії напрями цифрової трансформації менеджменту персоналу набули прискореного розвитку, але спостерігається недостатня швидкість впровадження даних інструментів у зв'язку з тим, що такі фінансові витрати компанії не готові нести.

Оскільки закінченої методології технології імплементації рекрутингу в цифрову стратегію менеджменту персоналу в даний час немає, тому необхідно приділити цьому окрему увагу.

Формулювання цілей статті

Метою роботи є систематизація та узагальнення концептуальних основ імплементації рекрутингу в цифрову стратегію менеджменту персоналу організації.

Виклад основного матеріалу

Спостерігаючи еволюцію рекрутингу, можемо зазначити, що він пройшов довгий шлях. Сьогодні рекрутинг персоналу став ключовим елементом в системі менеджменту персоналу. Україна почала використовувати методи та технології рекрутингу трохи пізніше, ніж західні країни, але вона швидко набрала обертів у цьому плані. В цей час власники бізнесу стикаються з великою кількістю вибору послуг, технологій щодо пошуку та відбору персоналу і пандемія COVID-19 тільки прискорила розвиток використання нових технологій рекрутингу персоналу. Не дивлячись на це, у зв'язку з пандемією COVID-19 та впровадженням воєнного стану на українському ринку праці можна помітити нестачу висококваліфікованих спеціалістів. Через трудову міграцію та труднощі при пошуку персоналу в нових соціоекономічних умовах, рекрутмент потребує використання інноваційних технологій при пошуку персоналу.

На сьогоднішній день більшість компаній перейшли на дистанційний формат роботи. Можна виділити недоліки такого переходу і переваги для рекрутингу персоналу. До недоліків відноситься те, що рекрутер повинен пристосовуватися до нових технологій пошуку і відбору персоналу, тому що процес рекрутингу значно змінився в період віддаленої роботи. З'явилися нові канали пошуку, цифрові технології та інструменти, які потрібно швидко освоювати. А з іншого боку, відкрились нові можливості для найму, наприклад підбір кандидатів з інших регіонів. В даній ситуації варто розглянути сучасні технології дистанційного підбору персоналу.

Цифрова трансформація бізнес-процесів менеджменту персоналу є найголовнішим важелем в цьому процесі. На думку Столтермана Е. цифрова трансформація – це трансформація бізнесу шляхом перегляду бізнес-стратегії, моделей, операцій, продуктів, маркетингового підходу шляхом прийняття цифрових технологій. Вона покликана прискорити зростання бізнесу [6]. Це не просто еволюція ІТ (інформаційних технологій), а цілісна зміна бізнесу, що зачіпає всю організацію. Трансформація цифрових технологій відбувається тоді, коли вся організація змінює методи своєї роботи, щоб забезпечити велику цінність для всіх стейкхолдерів.

Попри це, ринок насичується такими технологіями повільно. Основна причина полягає в ряді складнощів, які виникають при впровадженні подібних продуктів, таких як: опір керівництва (це може бути пов'язано, як з традиційними поглядами на ведення бізнесу, так і з фінансовими витратами на впровадження) або ризик витоку даних внаслідок використання хмарних систем.

Рекрутинг персоналу стрімко розвивається і з'являються нові технології для його ефективної реалізації. В процесі імплементації рекрутингу в цифрову стратегію менеджменту персоналу необхідно взяти до уваги такі напрями, як: рекрутинговий маркетинг, брендинг роботодавця, штучний інтелект, чат-боти, існуючі цифрові платформи.

Проникнення цифрових технологій, штучного інтелекту та хмарних обчислень у кадрову сферу підприємств; забезпечення високого рівня інформаційної безпеки та конфіденційності кадрових даних [7] та посилення впливу технологій [8] були визначені одними із основних стратегічних напрямків розвитку ринку праці. Цифрова трансформація HR-менеджменту є важливою в епоху стрімкого розвитку цифрових технологій. Згідно з опитуванням Deloitte, бюджети на цифрову трансформацію зростуть на 25 відсотків [9]. З появою штучного інтелекту, блокчейну, машинного навчання, автоматизованого керування продуктивністю та багато іншого, HR-департаментам в короткі терміни потрібно перейти до використання спеціалізованих програмних продуктів та запровадити цифрову стратегію менеджменту персоналу.

В умовах глобальної економічної кризи, ми можемо спостерігати певні сигнали на робочому місці, такі як зменшення кількості вакансій, зростання конкуренції на ринку праці та зміни вимог до кандидатів на посаду.

У таких умовах компанії повинні знайти способи ефективної та економічно доцільної роботи з персоналом. Саме тут на допомогу приходять надсучасні системи автоматизованого рекрутингу, що дасть можливість імплемувати його в цифрову стратегію менеджменту персоналу. Це дозволить підбирати найбільш підходящих кандидатів на посаду, зменшуючи витрати часу та коштів на процес рекрутингу.



Рис. 1. Передумови, які свідчать про неефективність імплементованих технологій в екосистему компанії
Джерело: розроблено авторами на основі [8]

На сьогодні, в кожній середній або великій компанії є HRM-система (автоматизована комплексна система управління персоналом). В табл.1 розглянемо програмне забезпечення, в якому можна буде поєднати автоматизацію та інноваційні технології, а саме штучний інтелект, чат-боти та розвиток бренду роботодавця. В такому випадку не потрібно буде витратити кошти на окреме впровадження інноваційних технологій, а вони вже будуть в HRM-системі.

Таблиця 1

Огляд надсучасних систем для автоматизації рекрутингу

Назва системи	Можливості функціоналу
ISpro	<ul style="list-style-type: none"> • публікація вакансій на порталах Work.ua, Rabota.ua, HeadHunter на пряму з системи • редагування та оновлення вакансій на job-сайтах в кілька кліків • ведення єдиної бази кандидатів • розумний пошук претендентів • отримання відгуків на вакансії
Boolean search в пошуку Google	Інструмент пошуку кандидатів за допомогою конкретних команд, так званих логічних операторів. Такий принцип роботи дає змогу вести рекрутеру доволі точний пошук, водночас опрацьовується велика кількість інформації, яка розміщена в Інтернеті. Використання цього інструменту дає можливість отримати релевантні результати прямо з результатів пошукової системи.
TalentScan	<ul style="list-style-type: none"> • пропозиції кращого персоналу від штучного інтелекту для вакансій • візуальна статистика по кожній вакансії з аналізом пошукових каналів. • пошук кандидатів по 8 різним джерелам та X-Ray search в одному місці. • відкриті контактні дані кандидатів
Pchel.net	Сервіс пошуку IT фахівців як для постійної роботи в офісі, так і для віддаленої роботи. Основна перевага платформи – відсутність будь-яких обмежень функціоналу та необхідність купівлі додаткових послуг для роботи з сайтом. Рекрутер може публікувати необмежену кількість вакансій і фріланс проєктів, а також має доступ до 40 000 резюме програмістів, дизайнерів, аніматорів та інших IT фахівців.
CleverStaff	<ul style="list-style-type: none"> • інтеграції з популярними сервісами типу LinkedIn, Outlook, Gmail, Rabota.ua, Work.ua та іншими • статуси вакансій та зберігання інформації про них • реалізовано роботу з зовнішніми замовниками, тому вона підійде рекрутерам, які співпрацюють із фрілансерами та рекрутинговими агентствами
Microsoft Dynamics 365 for Human Resources	<ul style="list-style-type: none"> • можливість пошуку кандидатів, інтегруючись з існуючими системами підбору персоналу (LinkedIn, Talent Solutions) • можливість оновлення та управління інформацією про кожного працівника • наявність спеціальних модулів для самообслуговування • наявність системи кадрової аналітики
Breezy	дозволяє налаштувати під себе воронку кандидатів, автоматизувати безліч процесів, зокрема автовідповіді, переглядати аналітику прямо на картці вакансії та багато іншого
Greenhouse	Greenhouse – це універсальне рішення для рекрутингу, яке пропонує одну з найкращих систем відстеження кандидатів (ATS) на ринку. Заточена під інтеграцію з поштовими клієнтами (GMail, Outlook), міжнародними job-сайтами (Indeed, Monster), LinkedIn та багатьма іншими платформами. Загалом Greenhouse інтегрується з 400+ сервісами

Складено на основі: [10-16].

Перед тим, як обирати автоматизовану систему, необхідно звернути увагу на такі важливі моменти:

- Перш за все варто звернути увагу на ціну і функціонал. Потрібно обирати HRM-систему з функціями, які залежать від розміру підприємства, кількості рекрутерів, потреб у процесі найму тощо. В такому випадку оплата буде здійснюватися саме за той функціонал, який дійсно потрібен.

- Безпека даних. Перед тим, як купувати програмне забезпечення, варто уточнити у розробника де будуть зберігатись дані і як вони будуть захищені. Адже існує ризик потрапляння даних про персонал у мережу.

- Адаптивність на різних пристроях та інтеграція з job-сайтами.
- Зручний інтерфейс, адже з програмою прийдеться працювати щодня.
- Наявність аналітики.

Отже, врахування цих моментів допоможе компаніям вибрати безпечне, функціональне та актуальне програмне забезпечення.

Розглядаючи процес автоматизації процесів рекрутингу персоналу, важливо також визначити основні тенденції і прогнози його розвитку в Україні та світі.

Серед трендів у автоматизації процесів рекрутингу як на вітчизняному, так і зарубіжному ринку, можна виділити такі:

1. Аналітика Big Data із застосуванням моделей штучного інтелекту (ШІ). Багато сучасні системи по управлінню персоналом використовують алгоритми ШІ для швидкої обробки великих масивів інформації. Механізми роботи з великими обсягами даних дозволяють фахівцям у сфері управління персоналом вийти на новий рівень в аналітиці бізнес-процесів, стратегічному плануванні та управлінні змінами. Це дозволяє, наприклад, оцінювати минулий досвід кандидата на основі публічної інформації. Ще можна аналізувати записи успішних переговорів менеджерів з продажу для складання найбільш успішного патерну і застосовувати його як шаблон для навчання нових менеджерів. Автоматичне заповнення профілів кандидатів на основі їх сторінок в LinkedIn також заощаджує час рекрутерів.

2. Використання соціальних мереж для підбору кандидатів. Крім звичайного форсингу через Facebook, Твіттер і LinkedIn (де існує безліч розширень для пошуку контактних даних кандидатів), стає все більш популярною робота з месенджером Telegram завдяки зручному функціоналу, поширення по чатах і спеціальним роботам для публікації вакансій і пошуку роботи. Крім того, є можливість публікації вакансії в один клік на сайт компанії, на вибрані біржі вакансій і в групі в соціальних мережах. Соціальні мережі є універсальним інструментом для вибудовування HR-бренду організації. Сучасне покоління молодих людей (покоління Y і Z) вже не уявляють своє життя без віртуального спілкування. Люди звикли до того, що отримати інформацію про компанію можна за пару секунд. Також в один клік можна зв'язатися з представником компанії для з'ясування питань, що цікавлять. Багато компаній активно використовують цю технологію, завдяки її доступності на величезній кількості пристроїв і різноманітності соціальних мереж, серед яких можна вибрати саме ту, де зосереджена необхідна цільова аудиторія. Створення сторінки компанії в соціальних мережах є особливо актуальним для покоління Z. Там можна дублювати інформацію про майбутні події в житті компаній, викладати інформацію про вакантні місця в складі компанії і надати можливість оперативного зв'язатися зі працівником компанії, який відповість на питання, що цікавлять. Особливо ефективним є публікації від перших осіб та лідерів компанії. Вони можуть розповідати про свій кар'єрний ріст, давати корисні поради щодо проходження співбесіди в компанії. Чим більше компанія відкрита для своєї аудиторії, тим більше коло кандидатів вона зможе залучити.

3. SMM для рекрутингу. При використанні маркетингу у соціальних мережах є можливість організувати та скласти великий трафік подання заявок, резюме і як наслідок – збільшити вибір кандидатів і це збільшить відсоток схожості вакансії з резюме. Використовуючи таргетинг у соціальних мережах, можна рекламувати вакансію для найбільш релевантної аудиторії, що значно підвищує ефективність рекрутингових кампаній та якості залучених кандидатів загалом. Варто пам'ятати, що не всі соціальні платформи підходять для маркетингу з підбору персоналу, і дуже важливо знати, де цільові кандидати проводять свій час. Наприклад, LinkedIn є дуже ефективною платформою для розміщення відкритих вакансій, а Instagram охоплює покоління Z кандидатів, яких все більше з'являється на ринку праці.

4. Штучний інтелект. Цей тренд впливає із трендів на аналітику. Аналізуючи дані, можна не тільки будувати прогнози, а й навчати систему автоматизації для кращого виконання подальшої роботи. Тобто при прийомі на роботу, вимірювання та інтерпретація факторів, які роблять кожну людину унікальною має важливе значення для прогнозування, чи буде кандидат успішним чи ні. Психологи створюють оцінку найму спеціально для цієї мети. Щоб наймані боти могли виконувати свою роботу так само добре як люди, їм доведеться розуміти індивідуальні відмінності так само, як і люди. Іншими словами, ШІ доведеться думати як психологи.

Зараз ШІ не покладається на індивідуальні відмінності, оскільки він не здатний їх зрозуміти. Замість того, щоб робити психологічні висновки ШІ, по суті, «навчається» на шаблонах і застосовує це навчання для прогнозування нових наборів даних. Наприклад, штучний інтелект може переглядати резюме, щоб ідентифікувати слова, які можуть означати потенціал особи для успіху на певній роботі. ШІ просто порівнює шаблон даних у резюме претендентів із даними в резюме успішних співробітників [17].

Таким чином, штучний інтелект можна навчити розпізнавати «особливості», які можуть передбачати людську поведінку, вони не можуть трансформувати цю інформацію таким чином, щоб прирівнюватись до психологічних висновків. Без цього розуміння ШІ не в змозі вловити індивідуальні відмінності. Ця нездатність зрозуміти людей крізь призму індивідуальних відмінностей означає, що штучний інтелект виходить поганим психологом.

Щоб думати як психологи, оцінювання найму на основі штучного інтелекту вимагатиме, щоб ШІ досяг рівня розуміння людини. Це може зайняти деякий час, тому що розвиток інструментів найму вимагає співпраці між людьми та машинами [18]. За допомогою ШІ можна поліпшити ранжування, а також пошук кандидатів.

5. Автоматизація співбесід. Можуть використовуватись дзвінки в Skype та інших додатках, а також попереднє листування з кандидатом. Завдяки автоматизації, значно економиться час на етапі відбору. Можна надіслати тестове завдання кандидату, не зустрічаючись із ним особисто, поставити запитання і провести повноцінне співбесіду по аудіо- або відео зв'язку. За допомогою відеоконференції можна проводити групові співбесіди і це зекономить час, оскільки дозволить одночасно оцінювати декількох кандидатів в рамках процесу відбору, а також є можливість тестувати кандидатів для роботи в команді, виявити навички спілкування та управління стресом.

Автоматизація HR-процесів розширює можливості менеджерів. Можна припустити, що і надалі розвиток автоматизації процесів рекрутингу персоналу буде пов'язаний саме із розвитком штучного інтелекту, що значно спростить певні дії рекрутерів та процес добору персоналу загалом. Отже, запропоновані вище ресурси для автоматизації процесів рекрутингу як складової цифрової стратегії менеджменту персоналу є достатньо перспективними для використання.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Надсучасні системи автоматизованого рекрутингу, при його імплементації у цифрову стратегію менеджменту персоналу, мають великий потенціал для поліпшення процесу пошуку та найму кваліфікованих кандидатів на роботу. Ці результати впливають на клієнтів, якість продукції, безпеку на робочих місцях, навколишнє середовище тощо. Усвідомлення цієї цінності вимагає від організацій відходу від застарілих поглядів на технології як на засіб підвищення продуктивності та використання потенціалу інтелектуальних технологій для забезпечення впливу на людей і команди, що спирається на технології.

Література

1. Вонберг Т. В., Кудименко Д. М. Особливості рекрутингу персоналу в IT-компаніях. Бізнес Інформ. 2020. №7. С. 287–292. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-287-292>.
2. Вонберг Т. В., Головка А. А. Рекрутинг персоналу в епоху діджиталізації. Бізнес Інформ. 2020. №6. С. 313–318. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-6-313-318>.
3. Василик А.В., Іщенко О.В. Використання соціальних мереж у сучасному рекрутингу України. Економічний простір. 2018. №131. С.53-63. <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/205/197>.
4. Скібська К. О. Тренди рекрутингу в умовах пандемії. Бізнес Інформ. 2022. №1. С. 261–266. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-1-261-266>.
5. Кравчук О., Варіс І., Заривних К. Цифрові технології менеджменту персоналу: тенденції та виклики в умовах пандемії COVID-19. Економіка та суспільство. 2021. № 26. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-73>.
6. Stolterman E. Information Technology and the Good Life // E. Stolterman, A. CroonFors–Information Systems Research. IFIP International Federation for Information Processing–2004. Vol 143. p. 689.
7. Zakharova O, Lopushnyak G, Skibska K. Current Trends in the Development of the Ukrainian Labour Market. Studia Regionalne i Lokalne. 2022. Issue 3. P. 17-31. doi: 10.7366/1509499538902.
8. Deloitte Insights: Global Human Capital Trends 2023. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights.html>.
9. What Is HR Digital Transformation? Definition, Strategies, and Challenges. URL: https://www.spiceworks.com/tech/innovation/articles/what-is-hr-digital-transformation-definition-strategies-and-challenges/#_003.
10. ISpro. URL: <https://ispro.ua/>.
11. TalentScan. URL: <https://talentscan.ua/>.
12. Pchel.net. URL: <https://pchel.net/>.
13. CleverStaff. URL: https://cleverstaff.net/ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ua_srch_brand&gclid=Cj0KCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY3mhLD71gUgEUVOpHEhypBEE7Sj_P58ha0xaTHPrBAmUtjy8BkoBhAaApouEALw_wcB
14. Microsoft Dynamics 365 for Human Resources. URL: <https://dynamics.microsoft.com/ru-ru/human-resources/overview/>.

15. Breezy. URL: https://breezy.hr/?gspk=c2VtYW50aWNsYWJz&gsxid=oZ8roiNM1FzQ&sid=1-g-Cj0KCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY1vGxO_nyAxNUH7ntqL5WoOI-rO-hPWDhcVhy4bI_WtiTQWeTkAsxIaif2EALw_wcB.
16. Greenhouse. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/software/greenhouse-review/>.
17. Danylevych, N., Rudakova, S., Shchetinina, L., Poplavska, O. Digitalization of personnel management processes: reserves for using chatbots. In: II International Scientific Symposium «Intelligent Solutions» IntSol-2021, September 28–30, 2021, Kyiv-Uzhhorod, Ukraine, pp. 166–176 (2021). http://ceur-ws.org/Vol-3106/Paper_15.pdf.
18. The Future of Recruiting Will Combine Hiring Machines With Psychology. <https://www.ere.net/the-future-of-recruiting-will-combine-hiring-machines-with-psychology/>.

References

1. Vonberh T. V., Kudymenko D. M. Osoblyvosti rekrutynhu personalu v IT-kompaniiakh. *Biznes Inform.* 2020. №7. S. 287–292.
2. Vonberh T. V., Holovko A. A. Rekrutynh personalu v epokhu didzhitalizatsii. *Biznes Inform.* 2020. №6. S. 313–318.
3. Vasylyk A.V., Ishchenko O.V. Vykorystannia sotsialnykh mrezh u suchasnomu rekrutynhu Ukrainy. *Ekonomichnyi prostir.* 2018. №131. S.53-63.
4. Skibska K. O. Trendy rekrutynhu v umovakh pandemii. *Biznes Inform.* 2022. №1. S. 261–266.
5. Kravchuk O., Varis I., Zaryvnykh K. Tsyfrovii tekhnolohii menedzhmentu personalu: tendentsii ta vyklyky v umovakh pandemii COVID-19. *Ekonomika ta suspilstvo.* 2021. № 26.
6. Stolterman E. Information Technology and the Good Life // E. Stolterman, A. CroonFors–Information Systems Research. IFIP International Federation for Information Processing–2004. Vol 143. p. 689.
7. Zakharova O, Lopushnyak G, Skibska K. Current Trends in the Development of the Ukrainian Labour Market. *Studia Regionalne i Lokalne.* 2022. Issue 3. P. 17-31. doi: 10.7366/1509499538902.
8. Deloitte Insights: Global Human Capital Trends 2023. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights.html>.
9. What Is HR Digital Transformation? Definition, Strategies, and Challenges. URL: https://www.spiceworks.com/tech/innovation/articles/what-is-hr-digital-transformation-definition-strategies-and-challenges/#_003.
10. ISpro. URL: <https://ispro.ua/>.
11. TalentScan. URL: <https://talentscan.ua/>.
12. Pchel.net. URL: <https://pchel.net/>.
13. CleverStaff. URL: https://cleverstaff.net/ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=ua_srch_brand&gclid=Cj0KCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY3mhLD71gUgEUVOpHEhypBEE7Sj_P58ha0xaTHPrBAmUtjy8BkoBhAaApouEALw_wcB.
14. Microsoft Dynamics 365 for Human Resources. URL: <https://dynamics.microsoft.com/ru-ru/human-resources/overview/>.
15. Breezy. URL: https://breezy.hr/?gspk=c2VtYW50aWNsYWJz&gsxid=oZ8roiNM1FzQ&sid=1-g-Cj0KCQjw2v-gBhC1ARIsAOQdKY1vGxO_nyAxNUH7ntqL5WoOI-rO-hPWDhcVhy4bI_WtiTQWeTkAsxIaif2EALw_wcB.
16. Greenhouse. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/software/greenhouse-review/>.
17. Danylevych, N., Rudakova, S., Shchetinina, L., Poplavska, O. Digitalization of personnel management processes: reserves for using chatbots. In: II International Scientific Symposium «Intelligent Solutions» IntSol-2021, September 28–30, 2021, Kyiv-Uzhhorod, Ukraine, pp. 166–176 (2021). http://ceur-ws.org/Vol-3106/Paper_15.pdf.
18. The Future of Recruiting Will Combine Hiring Machines With Psychology. <https://www.ere.net/the-future-of-recruiting-will-combine-hiring-machines-with-psychology/>.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-2>

УДК 331.101.3

Марія ТЕПЛЮК

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

<https://orcid.org/0000-0001-6823-336X>

maria_6.11@kneu.edu.ua

Вікторія АНДРІКЕВИЧ

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

miss.andrikevich8@gmail.com

РОЛЬ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В РЕЛОКАЦІЙНОМУ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОМУ ПРОСТОРИ

У даній статті розглянуто мотивацію персоналу як ключовий фактор забезпечення успішної діяльності підприємства. Доведено, що мотивація персоналу є важливим елементом управління підприємством і, саме шляхом підвищення її ефективності збільшується прибутковість компанії. Проаналізовано думки вчених щодо їх тверджень, що тільки вмотивований персонал може забезпечити виконання поставлених завдань. Разом з тим відмічено, що процес управління підприємства шляхом підвищення рівня мотивації персоналу має бути системним і враховувати оцінювання потреб працівників і забезпечення дотримання цінностей. Найбільш ефективна мотивація полягає в поєднанні декількох факторів, таких як добре оплачувана робота, можливість кар'єрного зростання, цікавість роботи, повага керівництва і колег, а також можливість самореалізації. Кожен з цих факторів важливий для створення мотиваційного середовища на підприємстві. Також розглянуто особливості мотивації працівників за нинішніх умов та чому мотивація займає ключову ланку в компанії. Коли організація забезпечує своє підприємство трудовими ресурсами, раціонально їх використовує, високий рівень продуктивності праці сприяє ефективній діяльності компанії та забезпечує високий рівень на конкурентному рівні. Персонал – рушійна сила будь-якого підприємства, тому слід приділяти багато уваги щодо такого ресурсу, правильно налагоджувати контакт та різноманітні механізми щодо стимулювання праці. Це буде одним із ключових факторів успіху компанії. Щодо України, то ми маємо потужний трудовий потенціал, але більшість компаній не правильно його використовують, тому відбувається висока плінність кадрів, що, у свою чергу, зменшує привабливість компаній, а найголовніше – їхню ефективність та результативність. Розглянуто думки різних авторів стосовно мотивування. Тому, у даній статті розглянуто правильну мотивацію праці та зарубіжний досвід у цьому питанні. Доведено, що успішна мотивація персоналу забезпечує збільшення продуктивності працівників, зниження рівня відволікання та звільнень, підвищує якість виробництва і підвищує задоволення потреб працівників. Таким чином, мотивація персоналу є ключовим фактором для ефективного управління підприємством.

Ключові слова: мотивація, персонал, конкурентоспроможність, мотиваційні механізми, ефективність.

Mariia TEPLIUK, Victoria ANDRIKEVYCH

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

THE ROLE OF EMPLOYEE MOTIVATION IN ENSURING EFFECTIVE MANAGEMENT OF A COMPANY IN A TURBULENT SOCIO-ECONOMIC ENVIRONMENT

This article discusses employee motivation as a key factor in ensuring successful business activity. It is proven that employee motivation is an important element of enterprise management and that by increasing its effectiveness, the profitability of the company increases. The opinions of scientists regarding their statements that only motivated personnel can ensure the completion of assigned tasks have been analyzed. At the same time, it is noted that the process of enterprise management through increasing the level of employee motivation should be systematic and take into account the evaluation of employee needs and the observance of values. The most effective motivation lies in the combination of several factors, such as well-paid work, the opportunity for career growth, interesting work, respect from management and colleagues, as well as the possibility of self-realization. Each of these factors is important for creating a motivational environment in the enterprise. The peculiarities of motivating employees under current conditions and why motivation occupies a key position in the company have also been considered. When an organization provides its enterprise with labor resources, uses them rationally, and maintains a high level of labor productivity, this contributes to the effective functioning of the company and ensures a high level of competitiveness. Personnel are the driving force behind any enterprise, so a lot of attention should be paid to such a resource, correctly establishing contacts and various mechanisms for stimulating work. This will be one of the key factors in the success of the company. As for our country - Ukraine, we have a powerful labor potential, but most companies do not use it correctly, which leads to high staff turnover, reducing the attractiveness of companies and, most importantly, their effectiveness and productivity. The opinions of various authors regarding motivation have been considered in this article. Therefore, this article discusses proper work motivation and foreign experience in this matter.

Keywords: motivation, personnel, competitiveness, motivational mechanisms, efficiency.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Мотивація персоналу завжди була одним з ключових факторів в управлінні підприємством, але лише останніми роками почали приділяти увагу питанню саме створенню сприятливого клімату на підприємстві, оновлення системи заохочення персоналу та побудови дерева цінностей. Наразі, останні три

роки наша країна зіткнулась з низькою проблем, зокрема: соціальними, військовими, демографічними, економічними; дане питання посідає важливе місце в розвитку будь-якого суб'єкта господарювання. Останніми роками можемо спостерігати значну плінність кадрів та втрату висококваліфікованих фахівців у всіх галузях через релокацію. З роками ця проблема набуває ще більшої значущості через демографічну ситуацію, зокрема, з одного боку, переїзд працездатного населення є позитивним для самих людей шляхом підвищення їх кваліфікації, але, з іншого боку, питання є гострим для самих підприємств, які вимушені виживати. Саме тому, сьогодні суб'єкти господарювання повинні бути націлені підвищення мотивації праці.

Аналіз досліджень та публікацій

Даній темі було присвячено багато наукових робіт видатних авторів: В. Врум, С. Адамс, Портер – Лоулер, Л.С. Виготський, Л. Фестінгер, С.А. Сурков, Б.Ф. Скіннер, Р. Хекман, Г. Олдхем, С. Барнард, Г. Саймон І.І. Бажан, А.Г. Гольдфарба, Д.П. Мельничук, О.В. Крушельницька, Л.В. Балабанова, О.В. Сардак та багато інших. Вивченню теоретичних і практичних проблем еволюції мотивації праці, мотивації та самомотивації праці, теорій і класифікації мотивації праці присвячено ряд наукових праць, зокрема таких авторів, як У. Петті, А. Сміт, Ф. Тейлор, Г. Гант, Ф. Гілберт, М. Фоллет, Г. Емерсон, О. Шелдон, Д. Рікардо, Ш. Фур'є, Р. Оукен, Е. Мейо, А. Файоль, Ф. Роглісберг, Ч. Барнард, О. Гастева, П. Керженцева, П. Єманського, М. Вітке, І. Шпильрейна, К. Кекчесва, Девід Мак-Клелланд, Г. Цеховський, І. В. Вернадський, Т. Шульц та ін. [1]. Разом з тим, на сьогоднішній день швидкими темпами досліджуються питання підвищення мотивації персоналу шляхом нематеріального заохочення.

Формулювання цілей статті

Метою дослідження є дослідження ролі мотивації персоналу для забезпечення ефективного управління підприємством в релокаційному соціально-економічному просторі.

Виклад основного матеріалу

Роль мотивації персоналу відіграє важливе значення в забезпеченні ефективного управління підприємством, зокрема в релокаційному соціально-економічному просторі. Безперечним є той факт, що умови релокації можуть бути складними для працівників, оскільки вони повинні адаптуватися до нового середовища, культури, мови та робочих умов та інших. Відсутність або низький рівень мотивації зумовлює зниження продуктивності праці та невідповідності вимогам компанії. Зокрема, ефективна мотивація персоналу може бути досягнута через використання різноманітних інструментів, таких як надання стимулів, похвали, можливості професійного зростання, навчання та розвитку, участь у прийнятті рішень тощо. Важливо також забезпечити комунікацію з працівниками та враховувати їхні потреби, щоб створити сприятливе середовище для їх роботи.

Саме тому застосування ефективної мотивації персоналу допомагає зберегти досвідчених та кваліфікованих працівників, привернути нові таланти та забезпечити стабільність підприємства в умовах релокації. В результаті мотивація персоналу є важливим фактором успіху управління підприємством в релокаційному соціально-економічному просторі.

Зокрема, одним з найголовніших ресурсів підприємства є персонал, але постає необхідність саме ефективної його організації та забезпечення пролонгованого розвитку.

Працівників розглядають з двох сторін: перша сторона – це працівник, який виконує завдання для економічної стабільності підприємства та друга – особистість, яка має своє «Я» та свою думку. Якщо правильно поєднати ці дві сторони, то у компанії буде найбільший стратегічний ресурс, що дозволить їй бути конкурентоспроможними на ринку та рости економічно, що є досить важливим в релокаційному соціально-економічному просторі. Вдала та продуктивна робота організації залежить від навиків та умінь працівників, їх конкурентоспроможності, дисциплінованості, вміння швидко вирішувати проблеми, бачити конкретні цілі та завдання, схильності до навчання. Для того, щоб організація ефективно функціонувала, необхідно встановити «правильну» систему мотивації працівників та уміло налагодити організаційний процес, одночасно слідкувати за ними та використовувати ефективні методи мотивації працівників. Якщо дивитись на взаємозв'язок між працівником та роботодавцем, то можна уявити схему, де роботодавець внаслідок своєї праці отримує прибуток, а далі кожен працівник внаслідок своєї праці задовольняє свої як матеріальні, так і духовні потреби. Задоволення таких потреб людини здійснюється через мотивацію, яка йде з середини людини та збуджує у ній ентузіазм і завзятість до виконання певних дій.

Перш ніж почати далі занурюватись у дану тематику, хочемо розглянути думки різних вчених щодо персоналу та їх мотивації. І.І. Бажан [3] вважає, що персоналом є *сукупність усіх людських ресурсів, які має організація*. На думку А.Г. Гольдфарба [4], персонал — це *«сукупність постійних працівників, які отримали необхідну підготовку та мають досвід практичної діяльності»*. О.В. Крушельницька та Д.П. Мельничук [3] визначають персонал як *«основний, постійний штатний склад кваліфікованих працівників, який формується та змінюється під впливом як внутрішніх (характер продукції, технології та організації виробництва), так і зовнішніх (демографічні процеси, юридичні та моральні норми суспільства, характер ринку праці тощо) чинників»*. Л.В. Балабанова та О.В. Сардак [5] персоналом вважають *«сукупність працівників підприємства*

(постійних і тимчасових, кваліфікованих і некваліфікованих), які працюють за наймом і мають трудові відносини з роботодавцем». Узагальнюючи, можемо сказати, що дані твердження мають різницю тільки в тому, як самі автори розуміють це визначення та як це пояснюють. Ми вважаємо, що найбільш влучним визначенням є Л.В. Балабанової та О.В. Сардака тому що, важливо до категорії «персонал» відносити кожного співробітника, який являється частиною організації як системи, яка функціонує, незалежно від форми взаємодії з нею.

Таблиця 1

Групування існуючих теорій мотивації працівників підприємства за підходами		
Підхід	Теорії мотивації	Зміст теорії мотивації
Процесуальний підхід	Теорія очікувань В. Врума [1]	Людина зосереджує свої сили на досягненні поставленої мети в тій мірі, в якій вона оцінює ймовірність отримання винагороди за неї.
	Теорія справедливості С. Адамса [1]	Працівники підприємства співставляють свої винагороди із витраченими зусиллями та з винагородами інших працівників, котрі виконують ту ж саму роботу.
	Теорія Портера – Лоулера [1]	Сутність даної теорії полягає у поєднанні елементів теорії очікувань та справедливості, де визначальним є п'ять змінних: затрачені зусилля, сприйняття, винагорода, отриманий результат, міра задоволення.
	Модель паралельної мотивації Л.С. Виготського [1]	Зважаючи на паралельне існування вищих і нижчих потреб, механізм їх задоволення також формується паралельно і незалежно.
	Теорія соціальних порівнянь Л. Фестінгера [1]	Досягнення індивіда можна оцінити на основі порівняння себе з іншими людьми, а не за показниками абсолютності, завдяки чому можливо є зміна власної поведінки.
	Теорія виклику С.А. Суркова [1]	У мотивації працівників із високим рівнем самовпевненості вагому роль відіграють складні завдання, що є своєрідним для них 'викликом'
	Теорія підкріплення Б.Ф. Скіннера [1]	Мотивація працівників залежить від минулого досвіду та наслідків його дій у минулому, де визначальним фактором є оцінювання результатів його діяльності зі співвідношенням моральних і матеріальних стимулів
	Теорія характеристик роботи Р. Хекмана, Г. Олдхема [1]	Мотивацію працівника детермінують такі складові, як різноманітність роботи, її значимість, самостійність при виконанні, результативність та наявність зворотного зв'язку.
	Теорія балансу між спонуканнями і вкладом С. Барнарда, Г. Саймона [1]	Рівновагу між спонуканнями членів колективу до активної діяльності та їх реальним внеском у досягнення поставлених цілей підприємства можливо досягнути завдяки забезпеченню дозваної видачі винагороди.
	Теорія 'типових перемінних' та індивідуального вибору Т. Парсонса [1]	Виходячи із конкретних ситуацій на підприємстві, індивідом обирається відповідний тип поведінки. На її вибір впливає те, як працівником оцінюється ситуація і яким є його побажання в даній ситуації та його вплив на неї.
Змістовний підхід	Теорія 'батога і пряника' Дж. Бентхема [1]	Визначається простотою мотивів та стимулів, спрямованих на досягнення поставленої мети. Є більш доцільною в екстремальних ситуаціях, проте малоефективною в процесі виконання складних проектів, що є довготривалими та над якими працює значна кількість працівників.
	Соціальна теорія Е. Мейо [1]	Обґрунтований підхід, відповідно до якого вирішальний вплив на трудову діяльність і зростання виробництва справляють не стільки матеріально-речові, скільки морально-психологічні чинники
	Теорія потреб Е. Маслоу [1]	Потреби поділяються на первинні та вторинні, а поведінку людей визначають потреби нижчого порядку, де після їх задоволення мотивуюча дія припиняється
	Теорія існування, приналежності та зростання К. Альдерфера [1]	Основні потреби, які мотивують поведінку людини, такі: існування (фізіологічні та безпека), приналежності (відображають соціальну природу людини, її бачення бути членом сім'ї, мати друзів, ворогів, колег, керівників, підлеглих) та зростання (є аналогічним до потреб самовираження, які пов'язані з бажанням розвитку та самовдосконалення).
Змістовний підхід	Теорія 'батога і пряника' Дж. Бентхема [1]	Відповідно до теорії 'Х' працівники схильні уникати роботи, а тому через контроль та прогнози їх необхідно стимулювати. Теорія 'У' полягає в тому, що працівники за своєю природою є відповідальними до виконання роботи, мають почуття автономії та самовираження.
	Теорія 'Z' В. Оучі [1]	Визначальним фактором забезпечення ефективності є дотримання принципу співучасті, що залучається у встановленні демократичного стилю керівництва, довірі, залученні підлеглих до прийняття рішень, виробленні почуття такту, відкритості та прозорості
	Структура ідеального управління Р. Лайкерта [1]	Основними характеристиками структури ідеального управління на підприємстві виступають: довіра та впевненість керівництва у своїх підлеглих; налагодження комунікаційних зв'язків; мотивація працівників до використання групових форм діяльності; можливість прийняття рішень за участю всіх членів підприємства; встановлення цілей підприємства на основі групового обговорення; розподілення контролю між багатьма учасниками.
Поведінкових відносин	Теорія набутих потреб Д. Мак-Клеланда [1]	Сутність даної теорії полягає у вивченні та описі впливу потреб досягнення (бажання людини досягти поставлених цілей), влади (формується під впливом навчання до контролю людиною інших людей, ресурсів і процесів) та співучасті (бажання дружніх відносин з оточуючими) на поведінку людини, які примушують її діяти.
	Двофакторна теорія Ф. Герцберга [1]	Сформував нову модель мотивації, основою якої є потреби двох груп: потреби мотивації та потреби пов'язані із факторами умов праці. Згідно із теорією Ф. Герцберга, наявність факторів умов праці лише запобігає виникненню почуття невдоволеності роботою.

Джерело: Сформовано автором

Спираючись на різні думки вчених, ми можемо дати визначення, що ж таке мотивація персоналу.

Мотивація персоналу – це спонукання працівників до ефективної праці, яка в результаті принесе успішний результат. Також це винагороди для працівників, які зможуть задовольнити їх матеріальні та духовні потреби. Ми вважаємо найбільшою винагородою є відчуття поважності. Коли людина відчуває, що вона потрібна комусь й дуже важлива, тоді вона намагається робити все для хорошого результату й досягнення всіх цілей підприємства.

Також не менш важливим фактором, який може вплинути на мотивацію персоналу – це офіційне працевлаштування. Згідно з законом нашої країни, кожен працюючий повинен бути офіційно працевлаштований. Що надає відповідні гарантії у різноманітних випадках та деякі «плюшки», які надаються разом з таким працевлаштуванням. Наприклад, страхування є важливим моментом у працевлаштуванні. Так це дає працівнику впевненість у його належності до компанії та те, що про нього піклуються та дбають. Не менш важливим є розвиток особистості. Багато компаній зараз надають великі можливості для розвитку: оплачують кваліфікаційні курси для підняття та розвитку працівника, курси англійської мови, яка зараз є досить важливою для зростання та просування. Так працівник почуває себе більш захищеним та впевненим у завтрашньому дні. Генезу підходів до вивчення мотивації праці, починаючи від силового примусу до праці і сучасних теорій мотивації, можна простежити в наукових школах управління. Проблеми, які пов'язані з мотивацією персоналу на підприємстві, розглядалися вченими протягом багатьох років та часів. Тому є декілька підходів до існуючих теорій мотивації.

За допомогою таких змістовних досліджень вчених можна ствержувати, що підприємство одночасно розвивається із розвитком персоналу, який мотивований на досягнення цілей, які стоять як перед підприємством, так і перед самим співробітником, потреби якого задоволені за допомогою використання відповідних форм і методів стимулювання. Аналізуюче вище зазначене, ми можемо зробити висновок, що розуміння мотивації персоналу змінювалася з розумінням саме людських потреб та бажань, еволюцією людини в цілому. Саме за допомогою потреб людини можна зрозуміти, що спонукає її до економічної діяльності, праці взагалі. Відповідні теорії та підходи є базою для побудови та впровадження механізму мотивації персоналу на підприємстві, які побудовані на певних пропозиціях і поглядах.

Існують різноманітні методи та форми мотивації працівників: матеріальна та нематеріальна – найбільш розповсюджені; позитивна та негативна; внутрішня та зовнішня. Як ми вже сказали, найпривабливішою формою є матеріальна мотивація. Тобто це бонуси, премії, нормальна заробітна плата, яка буде відповідати очікуванням працівника. Сюди можна віднести і оплачувані курси, лікарняні і так далі. Але це вже поєднує у собі не тільки матеріальні потреби, але й зацікавленість у розвитку свого працівника, як особистості та кваліфікованого кадру.

Неможливо зробити ефективну систему мотивації, використовуючи тільки одну форму мотивації тому що, використовуючи лише матеріальну, наприклад, працівник не буде зацікавлений у своїй роботі як у своєму проекті. Він буде як «робот», який буде виконувати машинальні роботи, не використовуючи свою творчу сторону, яка, у свою чергу, приносить багато креативних нових рішень та піднімає підприємство на новий рівень, на нашу думку.

Необхідно користуватись нематеріальними методами. З їхньою допомогою керівництво показує, що він цінує своїх підлеглих та поважає їхні інтереси. Ми вважаємо, що нематеріальна мотивація має таку ж саму вагу, як і матеріальна. Пояснюємо це так. Кожній людині потрібен свій комфортний психологічний клімат для роботи. Якщо її щось не влаштовує, звичайно, вона може звільнитись, але деякі люди не можуть так часто змінювати своє робоче місце. Тому, керівник має знати стандартний набір навичок та способів для нематеріальної мотивації для того, щоб його підлегли приносили ще більшу користь та працювали ефективніше. Коли людина відчуває комфорт на ментальному рівні, їй буде легше працювати та вона буде мати внутрішні стимули працювати ще краще та приносити користь своїй компанії чи підприємству. Сюди можемо віднести гідні умови праці, хороший клімат на робочому місці (колектив та сама атмосфера в роботі), врахування думок працівників при вирішенні завдань, корпоративні умови праці, робити «small-talks» раз на тиждень, наприклад, не давати відчуття прошарків у колективі (наприклад, хтось «вищий» чи «нижчий» у професійному плані). Можна багато чого ще додати, але найголовніша наша думка – потрібно вміло комбінувати та не забувати про різні форми мотивації. Адже вміло поєднуючи їх, ми досягнемо великого результату у робочій сфері в цілому у всій нашій країні.

Досить цікавими прикладами є довід зарубіжних країн у розвитку системи мотивації працівників. Проаналізувавши, у нас склалось враження, що підприємства у пріоритет ставлять саме своїх працівників та роблять для них всі можливі комфортні умови праці. Порівнюючи з досвідом нашої країни, то у нас на першому місці стоїть клієнт і всі блага робляться заради нього. І в таких умовах про персонал трохи забувають та він відходить на другий план. Але, якщо змінити структуру, то персонал буде сам націлений на привертання клієнтів, буде розробляти нові способи їх залучення та комфорту для них. Можемо сказати, що для формування ефективної системи мотивації слід брати до уваги світовий досвід розвинутих країн. Це дасть змогу проаналізувати вдалі способи мотивації та на цій основі скласти вже свою індивідуальні методи.

Хочемо ще звернути увагу на приклад відомої корпорації Starbucks. Це мережа роздрібних кав'ярень, яка відома по всьому світу. За відгуками кава там не найсмачніша, але персонал там на найвищому рівні, а особливо цікава його мотивація з боку керівництва.

У таблиці 2 ми навели приклади мотивації персоналу у зарубіжних країнах.

Таблиця 2

Країна	Особливості формування зарубіжних систем мотивації [2]	
	Основні фактори мотивації праці	Особливості мотивації праці
Японія	Майстерність, вік, стаж, результативність праці	Довічний найм; одноразова допомога при виході на пенсію
США	Заохочення активності, якість кваліфікація	Поеднання елементів відрядної і погодинної систем; участь в прибутку; технологічні надбавки; премії за безаварійну роботу, тривалу експлуатацію обладнання та інструменту; дотримання технологічної дисципліни; система подвійних ставок
Франція	Кваліфікація, якість роботи, раціоналізаторських пропозицій, рівень мобілізації	Індивідуалізація оплати праці; бальна оцінка праці працівника з професійної майстерності, продуктивності праці, якості роботи, дотримання правил техніки безпеки, етики виробництва; ініціативність; додаткові винагороди (виховання дітей, надання автомобіля, забезпечення у старості)
Великобританія	Дохід	Участь в прибутках; пайова участь в капіталі; трудова пайова участь; чисто трудова участь

Джерело: Сформовано автором

Читаючи про Starbucks, можемо помітити, що досить часто керуючий персонал, розповідаючи про своє підприємство, відзначає своїх працівників. Усі стверджують, що це їхній ключовий фактор успіху та процвітання. Стабільне та постійне збирання досвіду співробітників і надання шансів на просування в компанії для робочих партнерів – це шлях до стабільного функціонування. Компанія для своїх працівників запропонувала інтерактивну структуру, яка надає звичку працівників привчати себе до своєї роботи та в результаті це дозволяє мотивувати працівників задовольняти себе та виходити на новий рівень розвитку себе та компанії в цілому.

До кожного працівника в компанії ставляться однаково, та усіх називають партнерами. За допомогою такого підходу, керівництво скоротило відстань між своїми підлеглими та усі відчують однакову приналежність до компанії. Також час від часу керівництво організує опитування під назвою «Partner View Survey». Усі працівники мають великий вибір соціальних політик, тобто це соціальне страхування, знижки на усі товари, різноманітні відпустки. Кожен менеджер в індивідуальному порядку створює план вихідних та відпусток відповідно до кожного працівника. Це, в свою чергу, забезпечує повагу до них та дозволяє працівнику обрати «вихідні» відповідно до своїх потреб. Це допоможе йому не перевтомлятися та перезапускатися для подальшої роботи. Саме такі підходи допомогли збільшити прибутки компанії та створювати найкращу якість свого продукту.

Також у своїх магазинах компанія працевлаштовує максимум 3-4 працівника. Дуже цікавий хід, адже так вони вважають, що персонал скоріше роззнайомиться між собою та скоріше знайде спільну мову. А це, в свою чергу, збільшить ефективність роботи та й в самому колективі буде довіра та затишок. Тому брати до уваги такі успішні кейси буде досить корисно саме для наших підприємств. Але не просто копіювати, а дослідити його та подумати, як це може ефективно запрацювати саме на вашому підприємстві. Тому що всі вони індивідуальні, а персонал тим паче, тому до кожного має бути свій підхід.

Разом з тим, досліджуючи роль мотивації персоналу, можна відзначити кілька тенденцій, які прослідковуються в останні роки. Перш за все, зростає значення індивідуальної мотивації, коли працівники знаходять в собі внутрішню мотивацію для досягнення успіху, а не лише виконання обов'язку. Друга тенденція полягає в тому, що мотивація персоналу все більше пов'язана з використанням технологій і програмного забезпечення, що дає змогу створювати індивідуальні програми мотивації для кожного працівника.

З точки зору мотивації світу, можна відзначити декілька тенденцій і динаміки. Перш за все, зростає значення екологічної мотивації, коли люди все більше усвідомлюють важливість охорони довкілля та природних ресурсів. Друга тенденція полягає в зростанні ролі соціальної мотивації, коли люди все більше віддають перевагу компаніям та брендам, які діють з соціальною відповідальністю та підтримують благодійні проекти. Третя тенденція полягає в тому, що зростає значення мотивації, пов'язаної з розвитком кар'єри, коли люди шукають можливості для розвитку своєї кар'єри та отримання нових знань і навичок. Разом з тим, можна запропонувати формулу щастя персоналу, яка має такі компоненти:

- ✓ Задоволення від роботи і досягнення успіхів в своїй діяльності.
- ✓ Сприятливе міжособистісне спілкування з колегами і керівництвом.
- ✓ Приділення уваги до потреб індивідуального співробітника.
- ✓ Приємна та безпечна робоча обстановка.
- ✓ Гнучкі умови праці, включаючи режим робочого часу та можливість розвитку професійних навичок, можливість релокації.
- ✓ Чесність, відкритість та прозорість в управлінні підприємством.

Важливо, щоб керівництво забезпечувало ці складові на робочому місці, щоб створити задоволення

від роботи та зберегти високий рівень мотивації персоналу.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

У сучасному світі дуже важливо бути конкурентоспроможним на ринку. Усі підприємці шукають нові способи, щоб залишатись на плаву та йти в ногу зі світом. Але для цього потрібно правильно вибудовувати та розвивати свої стратегічні ресурси. Персонал і є одним із стратегічних ресурсів майже будь-якої компанії. Його мотивація, зацікавленість у цілях компанії допоможе її розвивати та ставити на новий рівень. У нашій країні мотивація розвинена не на високому рівні. Але ми маємо потужний кадровий потенціал, а це вже початок для успіху. Правильно побудова система мотивації допоможе керівникам у розвитку підприємства, полегшить саму роботу, тому що кожен працівник буде надихати та розвивати свої проєкти та цілі в компанії, не буде думати тільки про зарплату та матеріальну форму.

Література

1. Климчук А.О., Михайлов А.М. Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018, № 1, с. 218.
2. Теплюк М.А., Андрикевич В.О. Підвищення мотивації праці як фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Нова парадигма економічної освіти у контексті інноваційної моделі розвитку вітчизняної освіти. 2021. с. 155–158.
3. Буковинська М. П. Управління персоналом : підручник. Київ, 2013. 704 с.
4. Бухалков М.І. Управління персоналом: розвиток трудового потенціалу : навч. посіб. Москва. 2013. 192 с.
5. Бондаренко Н. В. Формування сучасних систем управління персоналом підприємства : науково-технічний збірник. № 111, 2013. С. 268–272.
6. Как заставит людей работать на вас. Управление персоналом. URL: <https://www.management.com.ua/hrm/hrm264.html> (Дата звернення: 15.02.2022).
7. Як ефективно впровадити систему мотивації для персоналу. Агросвіт майбутнього. URL: <https://blog.agrokebety.com/yak-efektyvno-vprovadyty-systemu-motyvatsiyi-dlya-personalu> (Дата звернення: 18.02.2022).

References

1. Klymchuk A.O., Mykhailov A.M. Motyvatsiia ta stymuliuvannia personalu v efektyvnomu upravlinni pidpriemstvom ta pidvyshchenni innovatsiinoi diialnosti. Marketynh i menedzhment innovatsii. 2018, № 1, s. 218.
2. Tepluk M.A., Andrikevych V.O. Pidvyshchennia motyvatsii pratsi yak faktor zabezpechennia konkurentospromozhnosti pidpriemstva. Nova paradyhma ekonomichnoi osvity u konteksti innovatsiinoi modeli rozvytku vitchyznianoї osvity. 2021. s. 155–158.
3. Bukovynska M. P. Upravlinnia personalom : pidruchnyk. Kyiv, 2013. 704 s.
4. Bukhalkov M.I. Upravlinnia personalom: rozvytok trudovoho potentsialu : navch. posib. Moskva. 2013. 192 s.
5. Bondarenko N. V. Formuvannia suchasnykh system upravlinnia personalom pidpriemstva : naukovy-tekhnichniy zbirnyk. № 111, 2013. S. 268–272.
6. Kak zastavit' ljudej robotat' na vas. Upravlenie personalom. URL: <https://www.management.com.ua/hrm/hrm264.html> (Data zvernennja: 15.02.2022).
7. Iak efektyvno vprovadyty systemu motyvatsii dlja personalu. Ahrosvit maibutnoho. URL: <https://blog.agrokebety.com/yak-efektyvno-vprovadyty-systemu-motyvatsiyi-dlya-personalu> (Data zvernennia: 18.02.2022).

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-3>

УДК 658:005

Олексій КРАСНОРУЦЬКИЙ

Сумський національний аграрний університет
<https://orcid.org/0000-0001-6439-7922>

БРЕНДИНГ ТА КРАФТОВІ ТЕХНОЛОГІЇ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СТРАТЕГІЧНИЙ АСПЕКТ

В сучасних умовах відкриття бізнесу на принципах крафтових технологій є актуальним для агровиробників України, бо дозволяє нівелювати ризики безпекових питань та безробіття. Економічні процеси в країні змінюються дуже швидко, тож управління брендом крафтових виробників надасть змогу відшукати ефективні способи оптимізації витрат та зусиль виходу на нові локальні ринки, зокрема закордонні. Метою дослідження є визначення сучасного стану та стратегічних аспектів розвитку брендингу на основі крафтових технологій аграрних підприємств.

Виявлено наявність нерозривного синергійного ефекту від позитивного бренду крафтового продукту аграрного підприємства як для самого суб'єкта господарювання, так і для споживача. Особливо акцентовано увагу на такій особливості крафтового продукту, як особиста участь власника у його виготовленні. Імідж такої ключової людини буде визначати напрям брендингу і сприйняття його розвитку. Проаналізована ситуація, що склалася в Україні з організацією крафтових виробництв, виявлені найбільш розвинуті види діяльності в агросфері. Обґрунтовано та проаналізовано стратегічні аспекти агробізнесу, які слід планувати керівнику в умовах впровадження крафтових технологій.

Ключові слова: брендинг, крафтова технологія, крафтовий продукт, аграрне підприємство, унікальність, стратегія.

Oleksiy KRASNORUTSKYY

Sumy National Agrarian University

BRANDING AND CRAFT TECHNOLOGIES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES: A STRATEGIC ASPECT

In modern conditions, opening a business based on the principles of craft technologies is relevant for agricultural producers of Ukraine, because it allows to reduce the risks of security issues and unemployment. Economic processes in the country are changing very quickly, customer requests for unique products and quality are undergoing transformations. Therefore, managing the brand of craft producers will provide an opportunity to find effective ways to optimize costs and efforts to enter new local markets, including foreign ones. The purpose of the study is to determine the current state and strategic aspects of the development of branding based on craft technologies of agricultural enterprises.

The existence of an inseparable synergistic effect from a positive brand of a craft product of an agricultural enterprise for both the business entity itself and the consumer is substantiated. This can be traced through the corresponding economic and social result (profit, expenses, satisfaction of needs, emotions). Particular attention is paid to such a feature of a craft product as the personal participation of the owner in its production. The image of such a key person will determine the direction of branding and the perception of its development.

The situation that has developed in Ukraine with the organization of craft productions has been analyzed and the most developed types of activities in the agricultural sector have been identified (bakery and confectionery, alcoholic beverages, cheese and dairy products, meat, honey products and canned goods). The main difficulties are related to unsatisfactory marketing, financial difficulties, uncertainty due to military aggression.

The strategic aspects of agribusiness that should be planned by the manager in the context of the introduction of craft technologies are substantiated and analyzed: (strategy and tactics of a new type of activity based on craft technology; choosing the location of an agricultural enterprise; choosing suppliers; sources of financing and assessing the impact of craft product development on the image of an agricultural enterprise).

Keywords: branding, craft technology, craft product, agricultural enterprise, uniqueness, strategy.

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

Відмітною ознакою крафтового виробництва в агросфері є встановлення сильного емоційного зв'язку між споживачем та продуктом. Саме така специфіка сьогодні наявна при формуванні бренду крафтового продукту. З економічної точки зору описана ситуація відповідає умовам реалізації стратегії сфокусованої диференціації, яка передбачає роботу в ніші з високими ціною та якістю. Ускладнюється ситуація з якісним брендингом і тим, що найближчим часом в Україні зберігається високий рівень невизначеності через військову агресію. Суттєві частки ринку втрачені через окупацію, ніші опустіли через виїзд населення за кордон, а це переважно жінки та діти, тобто найчастіші прихильники крафту. Збільшилась кількість безробітних, а отже доходи нестабільні, що призводить до розширення еластичного за ціною попиту. Таким чином підняті питання є вкрай актуальними, бо крафтове виробництво сьогодні – це форма самозайнятості через організацію малого підприємництва в агросфері, а також це розвиток культури споживання якісного, екологічного, унікального продукту місцевих компаній, що сприяє в підсумку розвитку територій, зокрема сільських.

Аналіз досліджень та публікацій

Дослідженню сучасного стану аграрних підприємств та крафтового виробництва в Україні присвячені публікації багатьох науковців, зокрема, таких, як О. Графська, О. Іваніщева, Т. Семко, Г. Поліщук, Л. Калініченко, А. Кульчицька, В. Сапіга, І. Соловійов, Т. Царьова та ін. Проте, залишається ще велика кількість актуальних питань методичного та практичного характеру, які потребують істотного аналізу, зокрема тих, що стосуються брендингу крафтової продукції. Серед них важливими в повоєнний період стануть питання перспектив розвитку крафтової діяльності в Україні як альтернативи малого підприємництва. Такий контекст актуалізує якісне оцінювання бренду виробником щодо здатності його сформуватись в позитивному напрямі та створювати конкурентні переваги в сучасних умовах.

Формулювання цілей статті (постановка завдання)

Метою дослідження є визначення сучасного стану та стратегічних аспектів розвитку брендингу на основі крафтових технологій аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів

Питання впровадження крафтового виробництва в агросфері в сучасних умовах набуває все більшої актуальності. Це пов'язане з тим, що мале підприємництво в ці складні часи шукає ефективні способи виходу на локальні ринки та закріплення на них на тривалий час.

Позитивними чинниками розвитку крафтових виробництв у аграрній сфері стали:

- ✓ популяризація здорового способу життя та більш свідомий підхід до системи власного харчування;
- ✓ поширення різноманітних дієтичних напрямків, пов'язаних з медичними показаннями чи релігійними обмеженнями (безлактозне харчування, гіпоалергенна їжа, відмова від споживання певних видів м'яса, риби тощо);
- ✓ загальне зростання доходів населення та їх диференціація;
- ✓ шанування сімейних традицій та довіра до їх перевіреної якості;
- ✓ орієнтація на місцеві компанії біля дому.

Саме вище названі тенденції призвели до того, що українці дедалі частіше звертають увагу на натуральність продуктів, їх склад та походження, а також з безпекових питань (зокрема за часів карантину) формують лояльність локальним виробництвам.

Впровадження таких нових підходів до розвитку крафтового підприємництва, спрощення умов ведення підприємницької діяльності, вдосконалення законодавства у цій сфері, впровадження світового досвіду свого часу були націлені на створення європейської якості життя для кожного громадянина України, що мало наслідком залучення іноземних інвестицій в державу та полегшувало вихід крафтових виробників на закордонний ринок.

Ще рік тому багато дрібних підприємців відмовились від своєї праці, а споживачі або змінили місце проживання, або мали переключитись на масовий продукт, зокрема з причин втрати основних джерел доходів. Рік минув, і дещо впорядкувались економічні процеси, попит повертає свої диференційні риси. Тож сьогодні набирає більшої ваги в продуктовому кошику споживача те, що раніше було лише незначною нішею на полицях магазинів. Особлива увага зосереджена на крафтових, фермерських та органічних товарах. Зростає й кількість підприємців, які в пошуках власної справи починають займатися виробництвом унікальної продукції.

Проте на сьогодні сучасний стан регулювання окремих сфер підприємницької діяльності суттєво відстає від вимог українського суспільства та не відповідає світовим тенденціям розвитку галузі.

Низький рівень законодавчого регулювання саме сфери мікропідприємництва та малого підприємництва, зокрема ремісництва, не забезпечує належний рівень його розвитку, знижує рівень безпеки продукції та послуг, обумовлює відтік до інших держав кваліфікованих кадрів, бажаючих започаткувати власний малий бізнес в Україні.

Серед найбільш розвинених напрямків діяльності аграрних підприємств, що використовують крафтові технології, можна виділити:

- продаж хліба, хлібобулочних та кондитерських виробів, виготовлених за особливим рецептом (мережа пекарень Paul, «Хлібна лавка» та «Перша пекарня твого міста»);
- алкогольні напої (популярними стають невеликі крафтові пивоварні; виноробні та інші унікальні напої місцевого виробництва, наприклад «Winecraft»);
- сир та унікальні молочні продукти (кооператив «Сировар» на Тернопільщині, сироварня «Козачка»);
- м'ясні продукти («Поліська Комора-степка» виготовляє продукцію зі свинини, вирощеної у власному приватному господарстві та малих приватних господарствах Полісся);
- заморожка, сушіння, консервовані виробництва з переробки ягід, овочів та фруктів (кооператив «Ягідний рай», ФГ «Еко-край»);
- медові продукти (ТМ «Все в меду» – від лікаря до бджоляра).

Виробничі осередки наведених вище напрямків можна знайти практично в усіх регіонах, проте можна простежити певні відмінності в концентрації крафтовиків. Так сироварні найбільш зосереджені в Західній Україні (Закарпатська та Івано-Франківська області), де продукт виробляють із козячого молока. В центральних південних регіонах консервування ягід, овочів та фруктів, а також сушарки для виготовлення екочипсів. Крафтове виноробство гарно розвинуте в Одеській області, на що вказує факт, що в регіоні вирощується близько 60% винограду України, при цьому у 30% випадків виноробство є приватним [1]. Такі приклади чітко вказують на основний стратегічний принцип територіального розміщення – близькість до сировини.

Продається крафтова продукція у різний спосіб, але в основному в локальних магазинах, на інтернет-платформах та в місцевих закладах харчування.

Брендинг для крафтового виробника є стратегічним завданням. Бо з точки зору споживачів, найчастіше постає питання довіри потенційного споживача до виробника, що посилюється ще й доволі високою ціною політикою на крафтовий продукт.

Останніми роками світ швидко змінюється, набувають змін запити клієнтів, які реагують на екологічні проблеми, систему цінностей, глобальні загрози та тригери. Тож успішна в нинішніх ринкових умовах компанія може виявитися аутсайдером на піці життєвого циклу розвитку та перенасичення певних локальних чи глобальних ринків [2]. Коли йдуть такі трансформаційні зміни, важливо не пропустити момент і адаптуватися до диференційованого попиту, серед перших скористатись можливостями для росту, які дає стратегія, що ґрунтується на конкурентних перевагах в якості.

Основним результатом переходу бізнесу на такі принципи роботи має стати вибудована культура споживання та ощадливе, екологічно безпечне виробництво, що матиме суттєві позитивні наслідки для населення країни.

Коли крафтовий виробник планує свою стратегію, вже на цій стадії слід чітко уявляти комплекс заходів щодо формування позитивного бренду. Ефекти від бренду крафтового продукту аграрного підприємства, які набуватимуть самі підприємства і споживачі, наведено на рис. 1.

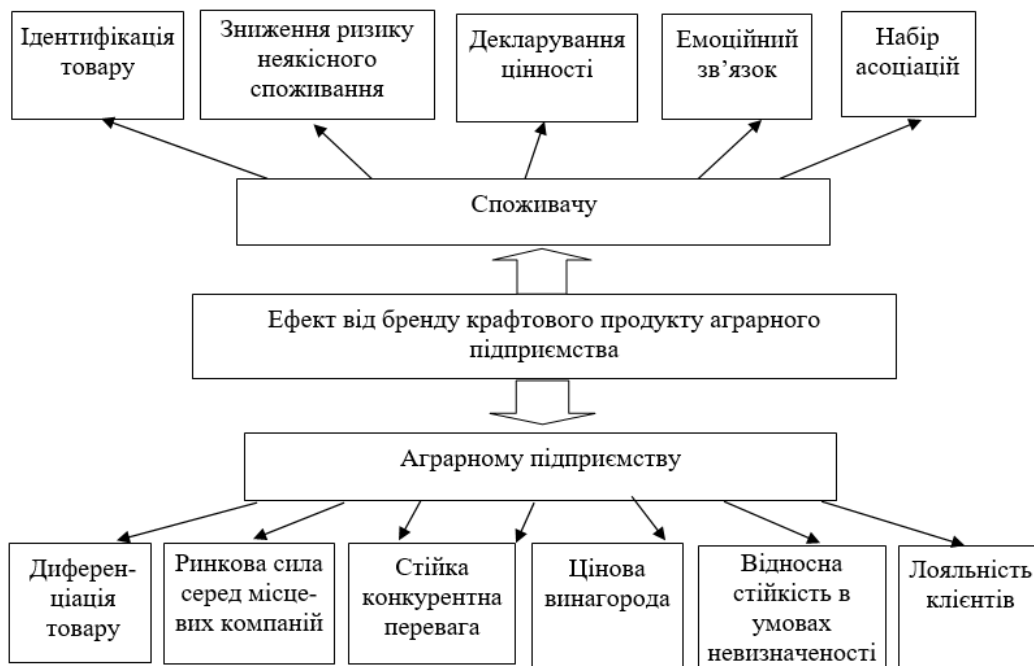


Рис. 1. Ефекти від бренду крафтового продукту аграрного підприємства

Складено автором на основі узагальнення [2–6]

Отже, як видно з рис. 1, від позитивного бренду крафтового продукту аграрного підприємства будуть утворюватись ефекти як для самого суб'єкта господарювання, так і для споживача, причому вони будуть мати відповідний економічний і соціальний результат (прибуток, витрати, задоволення потреб, емоції, лояльність). Окремо хочеться відмітити таку особливість крафтового продукту, як особиста участь власника у його виготовленні. Тож імідж такої ключової людини буде визначати і сприйняття всього бренду. З цієї причини крафтовики застосовують практику сімейного бізнесу, і це пов'язано не тільки з захистом секретів виробництва, а й з правонаступництвом. Саме в такий спосіб може сформуватись позитивний сторітелінг.

Стратегічні аспекти агробізнесу, які слід планувати керівнику в умовах впровадження крафтових технологій в сучасних умовах, можна групувати наступним чином:

1. Стратегія та тактика нового виду діяльності на крафтовій технології. Чітко сформульована стратегія допомагає аграрному підприємству обрати найбільш оптимальний шлях розвитку, зосередитись на

найсуттєвіших конкурентних перевагах у процесі виходу на локальний ринок та закріплення на ньому. Сформована стратегія планує сценарії реагування підприємства на зміни у зовнішньому середовищі; ідентифікує проблеми у ринковій діяльності щодо крафтового продукту; пов'язує кількість та якість наявних ресурсів зі змінами цього середовища; узгоджує роботу структурних підрозділів; покращує контроль та аналітику, необхідну для прийняття управлінських рішень. З урахуванням зазначеного для досягнення високого рівня функціонування вітчизняних підприємств виникає необхідність наукового обґрунтування стратегій, окремих її складових, а також тактик їхнього розвитку на ринку крафтової продукції.

2. Вибір місця розташування аграрного підприємства (чи його виробничої частини за умов онлайн-офісу). Як було зазначено вище, навіть регіональний аспект може вплинути на швидкість опанування нового крафтового продукту з-за різного доступу до необхідних сервісів (переробні заводи, фермерство, реалізація програм ефективного поводження з відходами, інвестиційна привабливість регіону, державні програми регіонального розвитку, зв'язок з гастрономічною та туристичною галуззю).

2. Технологія крафтового виробництва. Перевагу доцільно надавати енерго- та ресурсозбереженню, технології, здатній забезпечити високу якість готового продукту. Часто в основі технології лежить якийсь родинний секрет, рецептура, спосіб приготування тощо. Унікальність технології стає конкурентною перевагою, що утворює унікальну торгову пропозицію. Важливим організаційним моментом при цьому стає авторське право та її правильний захист.

3. Вибір постачальників. Їх коло має обиратися залежно від віддаленості, ціни на послуги, розгалуженості асортименту, ділової репутації, наявності посередників тощо. Наприклад, для крафтового молочного продукту важливо, щоб сировина була не далі, ніж за 100 км, інакше змінюється її якість, що є принциповим для крафтовика. Важливим моментом стає тривалість співробітництва у перспективі, бо певна сировина дає певний відтінок смаку, на який реагує покупець товару. І якщо вона зміниться, можна втратити довіру споживача, а іноді і самого споживача, якщо через незвичний смак він буде шукати товар-замінювач чи аналог. Яскраві приклади, як це працює, вже є серед виробників сільськогосподарської продукції та харчової промисловості, тваринницьких комплексів тощо.

4. Цільовий локальний ринок (ніша), лояльність споживачів. Перспективним стає пошук клієнтів з етнічними чи екологічними поглядами, а також соціально відповідальною моделлю поведінки. Складніше переорієнтувати вже наявних споживачів на крафтовий продукт, хоча це можна робити поступово, пропонуючи новий товар на пробу, в складі меню відомого стейкхолдера (наприклад, домашній сир у салаті від шеф-кухаря ресторану, окрема полиця крафтових українських виробів на полиці великого супермаркету тощо). Все, звісно, залежить від виду діяльності, але, слід зазначити, що спільним для крафтових виробників стає пошук технологій залучення клієнтів на ринок місцевих компаній. А це активність у благодійних та маркетингових заходах, соціальні мережі, громадські об'єднання тощо.

5. Конкурентна політика. Вибудова конкурентної стратегії складна, особливо при наявності в сегменті представників великого бізнесу. Боротьба має бути не тільки засобами витрат та ціни (цінова конкурентна політика), а і у інноваціях, що дозволяють впроваджувати якісні технології (нецінова конкурентна політика). В реальному аграрному бізнесі все важче стає конкурувати з самими крафтовиками, по-перше, наявні унікальні торгові пропозиції швидко стають брендами, а, по-друге, кількість самих підприємств в Україні зростає. Спостерігався тільки тимчасовий спад їх активності у першій половині 2022 року, що було пов'язане з військовою агресією та відсутністю бізнесу працювати в таких умовах. Останнім часом сектор крафтової агропродукції відновлюється, з'являються нові його учасники з унікальними торговими пропозиціями.

4. Джерела фінансування. Це питання складне і має багато відтінків. У підприємця є вибір, чи будувати справу за принципом самофінансування, чи брати кредитні кошти, чи залучати інвестиції. З початком військової агресії багато що змінилося: зросло безробіття, втрачені ринку збуту, релокація бізнесу та спроби втримати бренд. Але якщо є мрія втримати свій бізнес, чи утворити з нуля крафтове виробництво, то можна знайти гранти чи державну підтримку. Все це було реальністю 2022 р. Мали місце не тільки фінансування, а й консультаційні послуги та менторська підтримка стартапів за такими напрямками: брендування агропідприємства і його продукту, доопрацювання бізнес-моделі, бухгалтерський облік, участь у виставковій діяльності онлайн-продажі тощо. Завдяки цих заходам крафт відроджується. Ще один фінансовий бік справи - регуляторні процедури щодо спрощеної системи оподаткування, а також територіальні нюанси про звільнення від податків на період воєнного стану тощо. В загальному сенсі податкове планування дозволяє оптимізувати витрати підприємства, що в умовах переходу на новий крафтовий продукт формує додаткове джерело економії. Для підприємства-інноватора ця подушка безпеки не є зайвою, оскільки багато з проєктів має тривалу окупність та великі первинні інвестиції як для фізичної особи.

5. Оцінка впливу розвитку крафтового продукту на імідж аграрного підприємства. Причому така діяльність необхідна і для крафтового виробника, і для інтегрованої структури, якщо крафтовий продукт став окремим напрямом діяльності. В першому випадку, в разі успіху, сам крафтовий продукт стає брендом. В другому випадку можливі варіанти:

- позитивний імідж інтегрованої структури асоціативно переноситься на новий продукт (крафтовий), і тоді основна мета – щоб таке перенесення стало поштовхом для його розвитку, інакше є ризик формування неефективного товарного набору;

- реалізований на ринку крафтовий продукт погіршує або поліпшує сприйняття вже існуючого бренду, а отже синергійний ефект від такої інтеграції буде від'ємним.

Тож при оцінці фактичних та прогнозних індикаторів розвитку аграрного підприємства необхідно чітко вирізняти витрати та результати по новому продукту та відслідковувати її синергійних зв'язок з основною діяльністю суб'єкта господарювання.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

На основі проведеного дослідження зроблено висновок, що відкриття бізнесу на принципах крафтових технологій є актуальним для агровиробників України, бо дозволяє нівелювати ризики безпекових питань та безробіття. Економічні процеси в країні змінюються дуже швидко, набувають трансформацій і запити клієнтів щодо унікальних продуктів та якості. Тож управління брендом крафтових виробників надасть змогу відшукати ефективні способи оптимізації витрат та зусиль виходу на нові локальні ринки, зокрема закордонні.

Обґрунтований нерозривний синергійний ефект від позитивного бренду крафтового продукту аграрного підприємства як для самого суб'єкта господарювання, так і для споживача. Це можна відстежити через відповідний економічний і соціальний результат (прибуток, витрати, задоволення потреб, емоції). Окремо акцентовано увагу на такій особливості крафтового продукту, як особиста участь власника у його виготовленні. Імідж такої ключової людини буде визначати напрям брендингу і сприйняття його розвитку.

Проаналізована ситуація, що склалася в Україні з організацією крафтових виробництв та виявлені найбільш розвинуті види діяльності в агросфері (хлібобулочних та кондитерських виробів, алкогольні напої, сир та молочні продукти, м'ясні, медові продукти та консервні виробництва).

Основні складності пов'язані з незадовільним маркетингом, фінансовими складнощами, невизначеністю, обумовленою військовою агресією. Обґрунтовано та проаналізовано стратегічні аспекти агробізнесу, які слід планувати керівнику в умовах впровадження крафтових технологій.

Література

1. Бабаянц О. Крафтове виноробство – час вже спливає. Питання потребує термінового вирішення. AgroONE. 2021. № 65. URL: <https://www.agroone.info/publication/kraftove-vinorobstvo-chas-vzhe-splyvaie-pitannja-potrebuie-terminovogo-virishennja/>
2. Денисенко М. П., Мельник А. О., Зінорук Л. В. Брендинг як чинник підвищення ефективності діяльності підприємства. Ефективна економіка. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7416> DOI: [10.32702/2307-2105-2019.11.11](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.11)
3. Калініченко Л.Л. Проблеми розвитку крафтової діяльності в Україні. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2022. № 5 (63). С. 26-33. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No5/26.pdf>. DOI: [10.15276/ETR.05.2022.3](https://doi.org/10.15276/ETR.05.2022.3).
4. Кульчицька А. Є., Царьова Т. О. Специфіка та тенденції розвитку ринку крафтової продукції в Україні. Актуальні проблеми економіки та управління, № 12. 2018. С. 3-14. URL: http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24658/1/2018-12_3-14.pdf
5. Осадчук І. В., Боліла С. Ю., Кириченко Н. В. Розвиток крафтового органічного сімейного фермерства – шлях до подолання безробіття на селі. Ефективна економіка. 2020. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7772>. DOI: [10.32702/2307-2105-2020.4.61](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.61)
6. Соловійов І.О., Вальтер А.О. Застосування маркетингових бренд-технологій підприємствами АПК України. Таврійський науковий вісник: науковий журнал. 2015. Вип. 92. С. 277-283.
7. Осадчук І.В., Кириченко Н.В., Боліла С.Ю. Теоретичні аспекти розвитку крафтового органічного сімейного фермерства як напряму інноваційної діяльності вітчизняних сімейних фермерських господарств. Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ». Випуск 2/2020. С. 143-149 (Index Copernicus) DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.27>
8. Колодяжна В. Маркетинговий аналіз вітчизняного ринку крафтової аграрної продукції. Bulletin of Sumy National Agrarian University. 2023. 1 (93), 22-27. <https://doi.org/10.32845/bsnau.2023.1.5>

References

1. Babaiants O. Kraftove vynorobstvo – chas vzhe splyvaie. Pytannia potrebuie terminovoho vyrishennia. AgroONE. 2021. № 65. URL: <https://www.agroone.info/publication/kraftove-vinorobstvo-chas-vzhe-splyvaie-pitannja-potrebuie-terminovogo-virishennja/>
2. Denysenko M. P., Melnyk A. O., Zinoruk L. V. Brendynh yak chynnyk pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti pidpryemstva. Efektyvna ekonomika. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7416> DOI: [10.32702/2307-2105-2019.11.11](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.11)
3. Kalinichenko L.L. Problemy rozvytku kraftovoi diialnosti v Ukraini. Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal. 2022. № 5 (63). С. 26-33. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No5/26.pdf>. DOI: [10.15276/ETR.05.2022.3](https://doi.org/10.15276/ETR.05.2022.3).
4. Kulchytska A. Ye., Tsarova T. O. Spetsyfika ta tendentsii rozvytku rynku kraftovoi produktsii v Ukraini. Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia, № 12. 2018. С. 3-14. URL: http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/24658/1/2018-12_3-14.pdf
5. Osadchuk I. V., Bolila S. Yu., Kyrychenko N. V. Rozvytok kraftovoho orhanichnogo simeinoho fermerstva – shliakh do

podolannya bezrobittia na seli. Efektyvna ekonomika. 2020. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7772>. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.4.61

6. Soloviov I.O., Valter A.O. Zastosuvannia marketynhovykh brend-tehnolohii pidpriemstvamy APK Ukrainy. Tavriiyskiy naukovyi visnyk: naukovyi zhurnal. 2015. Vyp. 92. S. 277-283.

7. Osadchuk I.V., Kyrychenko N.V., Bolila S.Iu. Teoretychni aspekty rozvytku kraftovoho orhanichnoho simeinoho fermerstva yak napriamu innovatsiinoi diialnosti vitchyznianykh simeinykh fermerskykh gospodarstv. Naukovyi ekonomichnyi zhurnal «Intelekt KhKhH». Vypusk 2/2020. S. 143-149 (Index Copernicus) DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.27>

8. Kolodiazna V. Marketynhovy analiz vitchyznianoho rynku kraftovoi ahrarnoi produktsii. Bulletin of Sumy National Agrarian University. 2023. 1 (93), 22-27. <https://doi.org/10.32845/bsnau.2023.1.5>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-4>

УДК 339.9

Тетяна НАЗАРЧУК

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0001-9153-0733>

e-mail: nazarchuktatiana@gmail.com

Ніла ТЮРИНА

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-1337-1460>

e-mail: nilatyurina@gmail.com

Віталій КОВАЛЬЧУК

Хмельницький національний університет

НАЦІОНАЛЬНИЙ БРЕНД ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇНИ У МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті розглянуто національний бренд як інструмент підвищення глобальної конкурентоспроможності країни. Досліджено сутнісні характеристики та уточнено категорію «національний бренд». Обґрунтовано його роль та значення для розвитку макроекономічної стійкості держави. Розглянуто методологічні підходи до рейтингової оцінювання національних брендів. Досліджено динаміку зміни рейтингу топ-10 національних брендів за глобальним Індексом «м'якої сили» (Global Soft Power Index), а також позиції України до та після повномасштабної військової агресії. Проаналізовано результати рейтингової оцінки конкурентоспроможності України та визначено основні проблемні показники розвитку країни. Обґрунтовано, що створення сильного національного бренду є запорукою стійкого економічного розвитку України.

Ключові слова: бренд, національний бренд, брендинг, оцінювання національних брендів, конкурентоспроможність, рейтинг глобальної конкурентоспроможності, управління.

Tatiana NAZARCHUK, Nila TYURINA, Vitaly KOVALCHUK

Khmelnitskyi National University

NATIONAL BRAND AS A TOOL FOR INCREASING THE GLOBAL COMPETITIVENESS OF THE COUNTRY IN THE INTERNATIONAL ENVIRONMENT

The article examines the national brand as a tool for increasing the country's global competitiveness. The essential characteristics were studied and the category "national brand" was clarified. Its role and significance for the development of macroeconomic stability of the state are substantiated. On the global market, the national brand is one of the most important assets of any state, which helps to attract investments, tourist flows, personnel potential, improve the quality of labor resources, promote the increase in trade export-import operations, and strengthen the innovative component of the country's development.

Methodological approaches to rating assessment of national brands are considered. The dynamics of changes in the ranking of the top 10 national brands according to the Global Soft Power Index, as well as the position of Ukraine before and after full-scale military aggression, were studied. In order to determine the influence of the national brand on the level of global competitiveness of the country, the results of the rating of the Institute of Management Development (IMD) were analyzed according to four blocks of indicators: the state of the economy; government efficiency; business efficiency; the state of the infrastructure. Indicators that determine Ukraine's low positions in international competitiveness ratings have been identified, namely: high level of corruption, low credit rating of the country, underdevelopment of the stock market, macroeconomic instability, high level of inflation, low level of health care on the quality of life of the population in general. It is substantiated that the creation of a strong national brand is a guarantee of sustainable economic development of Ukraine, which will also allow positioning the country as attractive for business, tourism and life. An increase in the rating of the country's national brand will contribute to an increase in the inflow of direct investment, and a strong national brand significantly affects the perception of national corporate brands.

Key words: brand, national brand, branding, evaluation of national brands, competitiveness, rating of global competitiveness, management.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

За умов повномасштабної військової агресії, імідж та репутація як ніколи важливі для країни, оскільки вони є одними із чинників, що визначають рівень впливу та довіри до держави у світі. На глобальному ринку національний бренд – це один із найважливіших активів будь-якої держави, який допомагає у мирний час залучати інвестиції, туристичні потоки, кадровий потенціал, покращувати якісний склад трудових ресурсів, сприяти збільшенню торгових експортно-імпортних операцій, посиленню інноваційної складової розвитку тощо. Все це дозволяє забезпечувати відповідний рівень макроекономічної стійкості та конкурентоспроможності країни у міжнародному середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Аналіз останніх публікацій та досліджень з проблематики національного брендингу свідчить про значний інтерес науковців та фахівців-практиків до даної проблематики та різноманіття їхніх поглядів. Серед науковців, котрі займалися проблемами формування й розвитку національного бренду, методологічними підходами до його оцінювання тощо можна виділити наступних: С. Анхольт, Г. Сзонді, Й. Фен, О. Зозульов [12], О. Кабанова [1], Н. Колесницька [4], С. Смерічевський [13], Г. Полішко [14], О. Семенченко [3], В. Кукса, Д. Саричев [5] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень з питань формування та розвитку національних брендів, їхньої ролі у підтримці іміджу країни, варто розглянути також національний брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності країни у глобальному міжнародному середовищі.

Формулювання цілей статті

Метою статті є уточнення категорії «національний бренд», дослідження рейтингових оцінок національного бренду України, виявлення тенденцій його розвитку та впливу на конкурентні позиції країни у міжнародному середовищі.

Виклад основного матеріалу

Загострення конкурентної боротьби між країнами за вплив на світових ринках стимулює національні економіки до пошуку сучасних дієвих інструментів посилення конкурентного впливу, виходу на нові товарні та ресурсні ринки тощо. Саме тому сьогодні актуалізуються питання не тільки формування конкурентних переваг та позитивного іміджу країни, але й стимулювання розвитку національного брендингу.

Окрім формування іміджу країни, підвищення рівня її конкурентоспроможності у глобальній економіці, за допомогою національного брендингу досягаються стратегічні цілі економічного розвитку держави у конкретних галузях, що дозволяє країні ефективно та якісно розвиватись, нівелюючи певні загрози і ризики [1].

Поняття «національний бренд» в науковий та політико-дипломатичний обіг уперше ввів британський маркетолог і радник з питань політики Саймон Анхольт наприкінці ХХ століття. Зростання актуальності концепції національного бренду у світовій політиці пов'язують із програмою уряду Тоні Блера Cool Britannia, що з'явилася в 1997 році для промоції британського економічного потенціалу, та американською стратегією Shared Values, спрямованою адміністрацією Джорджа Буша молодшого на населення Близького Сходу в контексті Війни проти тероризму. Ці брендингові програми стали передвісниками трансформації підходу до публічної дипломатії, адже до її формування почали долучатися не лише кадрові дипломати та фахівці з міжнародних відносин, але й маркетологи та PR-спеціалісти [2].

Перш ніж перейти до питань оцінювання національних брендів варто розглянути сутнісні характеристики цієї дефініції.

У роботі [3] наводиться визначення національного бренду відомим дослідником Г. Сзонді як стратегічну самопрезентацію країни з метою створення капіталу репутації за допомогою просування економічних, політичних і соціальних інтересів у країні та за кордоном. На нашу думку, таке трактування не враховує певні асоціативні характеристики, які формують уявлення про країну, оскільки принциповими властивостями бренду є формування сукупності емоційних зв'язків.

У цьому контексті розділяємо точку зору авторів [1, 4] щодо сутності національного бренду як цілісного символічного уявлення про державу, що склалося у свідомості цільової аудиторії на основі особистого досвіду або у результаті низки цілеспрямованих інформаційних впливів в контексті реалізації інформаційної стратегії щодо формування в масовій свідомості уявлення про країну.

Національний бренд, як і будь-який інший вид брендів, складається з функціональних, емоційних, комунікаційних елементів, які у свій взаємодій та синергії сприяють формуванню унікального набору асоціацій у цільової аудиторії як в середині країни, так і за її межами.

Більшість дослідників до основних елементів національного бренду відносять: історичну спадщину (вагомі події), місця (території), культуру, мову, їжу, відомих людей, глобальні бренди тощо.

За С. Анхольтом, національний бренд формується завдяки людському капіталу, оскільки традиційно країна сприймається крізь призму освіченості та гостинності населення, експорту країни (якості товарів і послуг), владі (ефективності державного управління), туристичного потенціалу, інвестиціям та імміграції (інвестиційна привабливість країни та її привабливість як постійного місця проживання), культурній та історичній спадщині (сприйняття культурних та історичних надбань країни світовою спільнотою) [5].

Національний бренд традиційно створюється державами з метою [1]:

- формування/реформування національної ідентичності;
- підвищення конкурентоспроможності країни;

- промоції політичних, культурних, економічних і спортивних заходів;
- досягнення економічних, політичних, соціальних інтересів як в середині країни так і за її межами;
- покращення національного іміджу тощо.

Далі розглянемо методологічні підходи до оцінювання національних брендів. У 2005 році професор Саймон Анхольт розробив та запустив Індекс національних брендів. З 1998 року він консультував президентів, прем'єр-міністрів та уряди 63 країн, допомагаючи їм більш ефективно взаємодіяти з міжнародною спільнотою. Наразі щороку здійснюється рейтингове оцінювання національних брендів. Найбільш авторитетними рейтинговими оцінюваннями є: Global Soft Power Index, Anholt-Ipsos Nation Brands Index, US News Best Countries Rankings, The Good Country Index. У таблиці 1 наведено характеристику методологічних підходів до оцінювання національних брендів

Оскільки найбільш масштабним є оцінювання національних брендів Global Soft Power Index у таблиці 2 наведемо фрагмент рейтингу країн за результатами оцінювання 2020–2023 рр, що увійшли до топ-10, а також місце України у цьому рейтингу.

Таблиця 1

Характеристика методологічних підходів до рейтингового оцінювання національних брендів

Рейтинг	Характеристика методології оцінювання	Параметри оцінювання
Global Soft Power Index	Рейтинг базується на найбільш всеосяжній і широкомасштабній дослідницькій програмі. Оцінювання здійснюється за глобальним індексом «м'якої сили» сприйняття національних брендів (121 країна). Глобальний індекс «м'якої сили» включає широкий спектр показників, які в сукупності забезпечують збалансовану та цілісну оцінку присутності, репутації та впливу країни на світовій арені. Індекс «м'якої сили» визначається крізь призму критеріїв знайомства з державою, її репутації, а також впливу на світовій арені, а далі здійснюється оцінювання за 8-ми показниками ефективності «м'якої сили»	Знайомство: національні бренди, які люди знають і мають ментальну доступність, мають більшу «м'яку силу». Репутація: чи вважається, що ця країна має сильну та позитивну репутацію у всьому світі? Вплив: рівень, за яким вважається, що нація має вплив у країні респондента, а також на світовій арені. Ефективність основних 8 показників «м'якої сили»: бізнес та торгівля управління міжнародні відносини культура та спадщина ЗМІ та комунікації освіта та наука люди та цінності стійке майбутнє
Anholt-Ipsos Nation Brands Index	Вимірює потужність і привабливість «іміджу бренду» кожної країни (60 країн) шляхом вивчення загального сприйняття шести аспектів ідентичності нації. Разом ці виміри складають оцінку національного бренду (NBI). Оцінка NBI – це середнє значення балів усіх показників. і базуються на шкалі від 1 до 7, де 7 є найвищим або найкращим, 1 – найнижчим або найгіршим, а 4 – середня позиція, яка не є ні позитивною, ні негативною.	експорт управління культура люди туризм імміграція та інвестиції
US News Best Countries Rankings	Рейтинг будується на підставі оцінювання 85 країн, на які припадає близько 95% світового валового внутрішнього продукту та понад три чверті населення світу. Ґрунтується на тому, як світове сприйняття визначає країни з погляду низки якісних характеристик – вражень, які можуть стимулювати торгівлю, подорожі і інвестиції та безпосередньо впливати на національну економіку. Оцінювання здійснюється на основі 73 критеріїв, які згруповані у 10 показників	спритність соціальна мета культурний вплив підприємництво якість життя влада спадщина відкритість для бізнесу рух пригоди
The Good Country Index	Оцінювання відбувається за індексом хорошої країни за її внеском (зовнішніми наслідками) (позитивними/негативними) у розвиток людства і планети в цілому	наука і технології правовий захист і рівність прав здоров'я і добробут населення культура міжнародний мир і безпека світовий порядок планета і клімат

Провідна консалтингова компанія Brand Finance [6], яка формує оцінки національних брендів Global Soft Power Index, вимірює бренди країн за такими метриками, як:

- інвестиції у бренд — скільки країна інвестує у свій національний бренд, зокрема, у такі сфери, як бізнес та торгівля, управління, міжнародні відносини, культура та спадщина, медіа та комунікації, освіта та наука, люди та цінності тощо;

- глобальне сприйняття країни, що є найважливішою метрикою, становить 50% оцінки сили бренду країни;

- ефективність бренду країни (nation brand performance) — тут оцінюється власне макроекономічна ситуація та 4 головні бізнес-сфери, де бренд країни має визначальний вплив — торгівля, інвестиції, туризм та залучення талантів.

Таблиця 2

Фрагмент рейтингу оцінювання національних брендів країн за версією Global Soft Power Index

Позиція у рейтингу	Рік							
	2020		2021		2022		2023	
	Країна	Індекс	Країна	Індекс	Країна	Індекс	Країна	Індекс
1	США	67,1	Німеччина	62,2	США	70,7	США	74,8
2	Німеччина	61,9	Японія	60,6	Великобританія	64,9	Великобританія	67,3
3	Великобританія	61,8	Великобританія	57,8	Німеччина	64,8	Німеччина	65,8
4	Японія	60,2	Канада	57,2	Китай	64,2	Японія	65,2
5	Китай	58,7	Швейцарія	56,3	Японія	63,5	Китай	65,0
6	Франція	58,5	США	55,9	Франція	60,6	Франція	62,4
7	Канада	54,5	Франція	55,4	Канада	59,5	Канада	60,7
8	Швейцарія	54,5	Китай	54,3	Швейцарія	56,6	Швейцарія	58,5
9	Швеція	51,9	Швеція	52,2	Росія	56,1	Італія	56,6
10	Росія	51,0	Австралія	52,2	Італія	54,7	ОАЕ	55,2
...
...
	Україна (46 позиція)	31,7	Україна (61 позиція)	31,9	Україна (51 позиція)	34,2	Україна (37 позиція)	44,3

З наведеного рейтингу бачимо, що трійка лідерів упродовж останніх чотирьох років залишається незмінною. Стабільні результати спостерігаємо для топ-3 держав: США, Великобританії, Німеччини. Також бачимо, що Японія помінялася місцями з Китаєм у п'ятірці лідерів, а Об'єднані Арабські Емірати вперше увійшли до топ-10 країн за рейтингом «м'якої сили».

У 2022 році Україна піднялася у рейтингу на 10 позицій — з 61 на 51 місце (рис. 1).

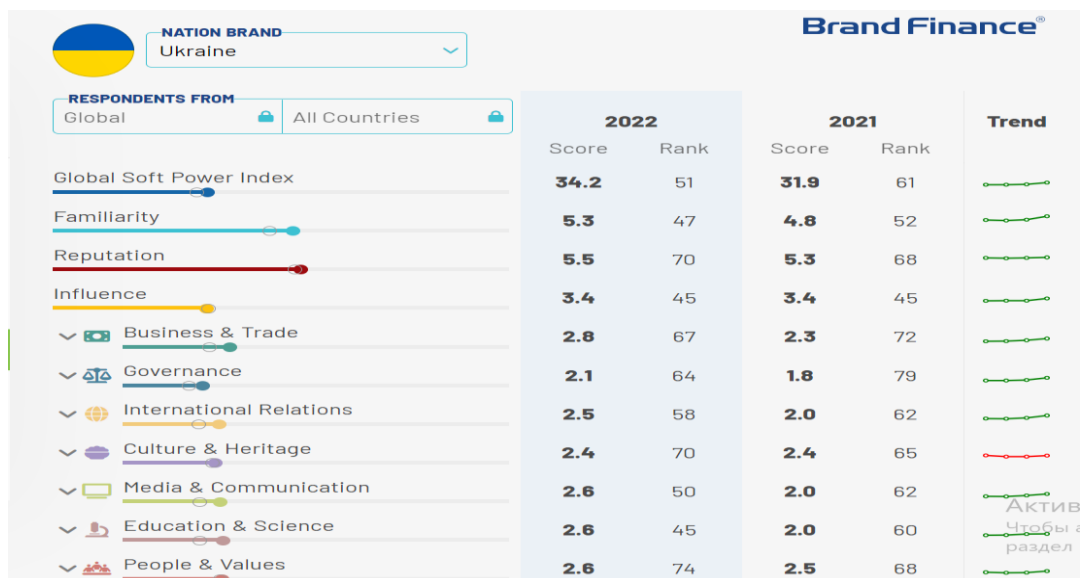


Рис. 1. Зміна рейтингу національного бренду України 2021-2022 рр. [7]

Додаткове дослідження Brand Finance у березні 2022 року показало, що пізнаваність України зросла на 44%, вплив – на 24%, а репутація – на 12%, на додаток до зміцнення інших показників, таких як наявність авторитетних лідерів, верховенство права та прав людини, а також наявність ЗМІ, яким довіряють [8].

З перших днів повномасштабного вторгнення Росії Україна активно використовувала стратегічні комунікації та критерії «м'якої сили» для того, щоб заручитися міжнародною підтримкою, а також протидіяти російській пропаганді.

У 2023 Україна зайняла безпрецедентне 37 місце із 121 позиції країн. За показником сприйняття впливовості вперше за всю історію рейтингу Україна опинилася у першій двадцятці найбільш впливових

країн світу (рис. 2) та додала 10 балів до показника «м'якої сили» (набравши 44.3 бали). Значною мірою це зумовлено суттєвим зростанням її впливу у світі. Україна відзначилася високою увагою до неї широкому загалу по всьому світовій спільноті, ставши третьою країною серед тих, за новинами яких, стежили в інших країнах. Також Україна продемонструвала високі результати у сфері управління та посіла 12-е місце за оцінкою наявності «міжнародних лідерів, якими захоплюються» (рис. 3).

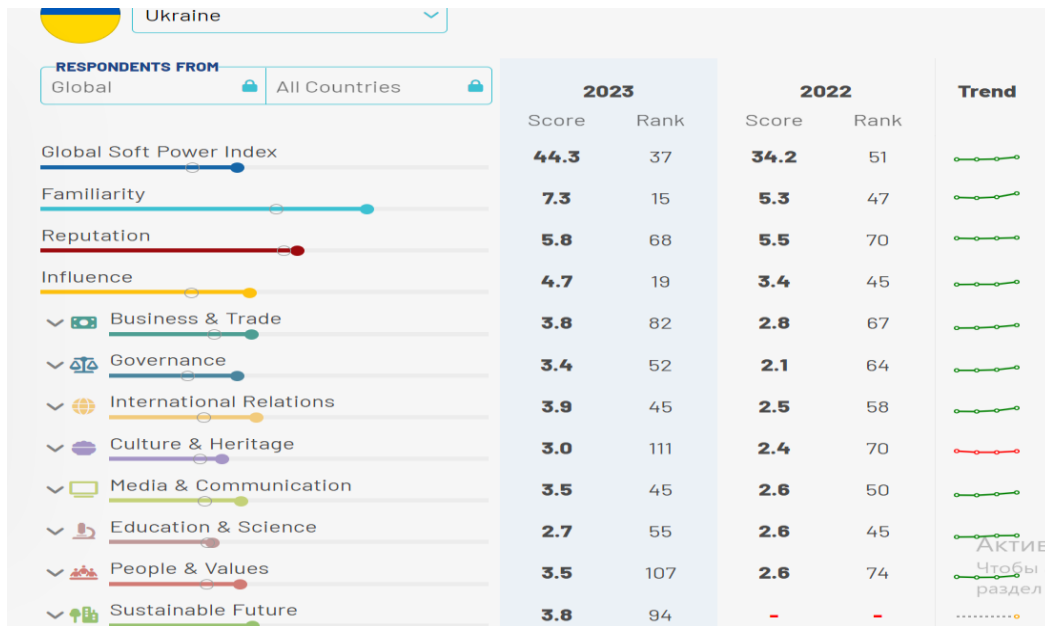


Рис. 2. Зміна рейтингу національного бренду України 2022-2023 рр. [7]

Зростання рейтингу національного бренду країни, перш за все, сприяє збільшенню притоку прямих інвестицій, що вкрай важливо для нашої країни як у воєнний, так і повоєнний періоди. Окрім цього сильний національний бренд суттєво впливає на сприйняття національних корпоративних брендів.

Далі розглянемо чи існує взаємозв'язок між рейтингом за індексом національного бренду у міжнародному середовищі та рівнем глобальної конкурентоспроможності економіки держави.

Міжнародно прийнятими показниками, за якими оцінюється конкурентоспроможність національних економік є Індекс глобальної конкурентоспроможності від Всесвітнього економічного форуму (The Global Competitiveness Index) та рейтинг глобальної конкурентоспроможності за версією Інституту розвитку менеджменту (IMD World Competitiveness Yearbook (WCY)).

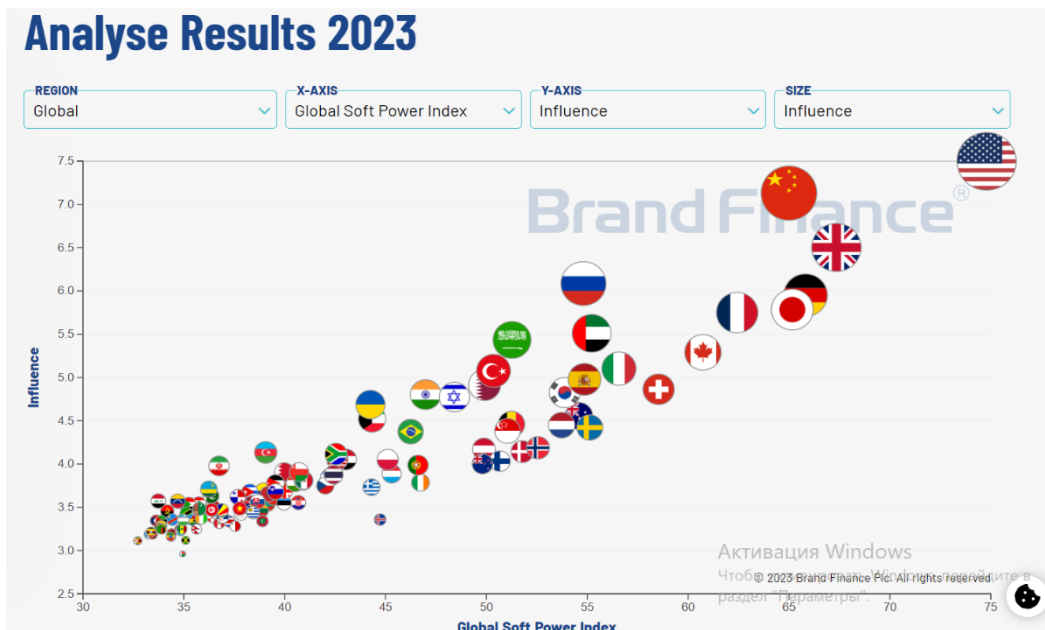


Рис. 3. Рейтинг України за показником впливовості у світі у 2023 році [7]

Індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) визначається за методикою Всесвітнього економічного форуму для оцінки конкурентоспроможності 140-ї економіки світу для забезпечення розуміння чинників їхньої продуктивності та розвитку. При розрахунку індексу використовується 113 показників: 1/3 – це статистичні дані та розрахунки міжнародних організацій, а 2/3 – результати широкого опитування керівників великих компаній, здатних впливати на бізнес-клімат у тій чи іншій державі. Ці показники сформовані відповідно до 12 категорій, що й визначають національну конкурентоспроможність. Це якість інститутів, інфраструктура, макроекономічна стабільність, здоров'я і початкова освіта, вища освіта і професійна підготовка, ефективність ринку товарів та послуг, ефективність ринку праці, розвиток фінансового ринку, рівень технологічного розвитку, розмір внутрішнього ринку, конкурентоспроможність компаній, інноваційний потенціал [9].

Оцінювання глобальної конкурентоспроможності за цією методологією ґрунтуються на комбінації загальнодоступних статистичних даних та результатів опитування керівників компаній – широкого щорічного дослідження, яке проводиться Всесвітнім економічним форумом спільно з мережею партнерських організацій – провідних дослідницьких інститутів та компаній у країнах.

Інститут розвитку менеджменту (IMD) у щорічнику World Competitiveness Yearbook (WCY) [10] вперше опублікував звіт із рейтингом конкурентоспроможності країн у 1989 році. Дослідження оцінки рівня конкурентоспроможності Інституту розвитку менеджменту охоплює 63 країни на засадах аналізу 330 критеріїв, що структуровані у чотири групи:

- стан економіки;
- ефективність уряду;
- ефективність бізнесу;
- стан інфраструктури.

Варто також зазначити, що оцінювання України у 2022 році не відбувалось, оскільки наразі через повномасштабну військову агресію не можливо отримати об'єктивні дані за досліджуваними критеріями.

Тому далі проаналізуємо як змінювався рейтинг конкурентоспроможності України за версією Інституту розвитку менеджменту (IMD). У загальному рейтингу 2021 року Україна посіла 54 позицію (рис. 4).

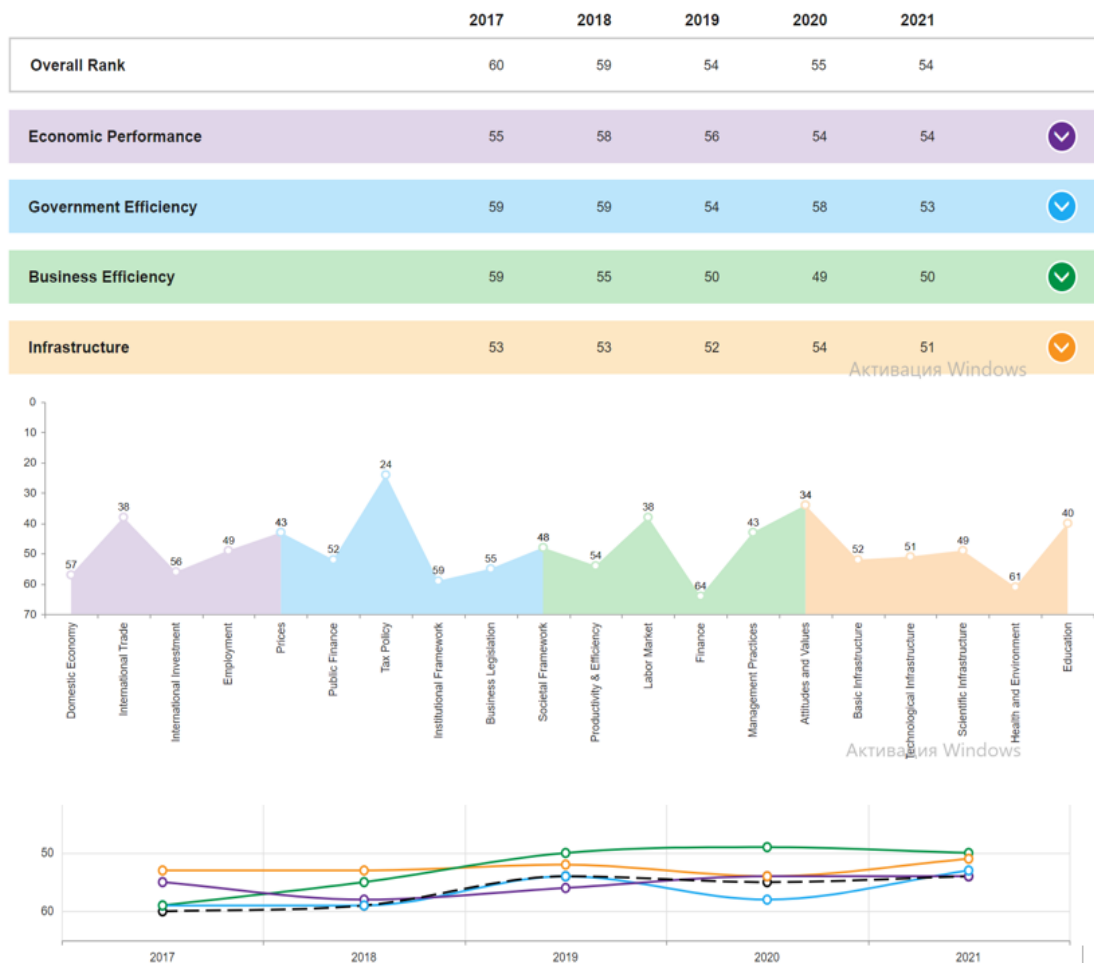


Рис. 4. Динаміка рейтингу конкурентоспроможності України 2017–2021 рр. за версією IMD [11]

За групою економічних показників Україна посідає 54 позицію. При цьому демонструє низькі значення за критеріями внутрішніх економічних показників (зокрема рівня ВВП на душу населення), прямих внутрішніх та іноземних інвестицій.

На одну позицію вищою у рейтингу є показник «ефективності уряду» (53 позиція). У 2021 році цей критерій піднявся на 5 пунктів відносно 2020 року та на 6 пунктів відносно 2017-2018 рр. При цьому варто відмітити, що найнижчі значення складових у цьому критерії спостерігаються уже традиційно за показниками низького кредитного рейтингу країни та відсутності верховенства права, а також корупції (за індексом сприйняття корупції у 2021 році Україна посідає 122 місце зі 180 країн світу).

За критерієм «ефективність бізнесу» у 2021 році Україна знаходиться на 50-й сходинці, що на одну позицію нижче від 2020 року, однак на 9 пунктів вище відповідного показника у 2017 році. Найбільш проблемними підкритеріями у цьому блоці є: фінанси, фондовий ринок тощо.

Що стосується критерію «інфраструктура», то тут Україна займає 51 місце у рейтингу із найнижчими показниками зниження чисельності населення, низького рівня розвиненості інфраструктури охорони здоров'я та якості життя загалом, в також шкідливого впливу на навколишнє середовище.

З наведеного рейтингу бачимо, що не дивлячись на загальну тенденцію незначного покращення окремих показників, в загальному рейтинг глобальної конкурентоспроможності України залишається досить низьким та корелює з рейтингом національного бренду. Найбільш слабкими місцями досі залишаються: високий рівень корупції, низький кредитний рейтинг країни, нерозвиненість фондового ринку, макроекономічна нестабільність, високий рівень інфляції, низький рівень охорони здоров'я на якості життя населення в загальному. Зважаючи на те, що рейтинг оприлюднено за 2021 рік, у 2022-2023 більшість цих показників демонструють ще більш негативні тенденції у зв'язку із повномасштабною військовою агресією проти України.

Усе це свідчить про необхідність й надалі розвивати національний брендинг як одну із актуальних складових, що сприяє збільшенню довіри до держави та державних інституцій, притоку іноземних інвестицій у різні галузі бізнесу та соціальної сфери і, як наслідок, підвищення глобального рейтингу конкурентоспроможності нашої країни.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Зростання репутації та покращення іміджу країни у глобальному міжнародному середовищі сьогодні є вкрай важливою складовою управління нашою країною. В результаті проведеного дослідження було розглянуто національний бренд як інструмент підвищення глобальної конкурентоспроможності країни. Сила національного бренду оцінюється широким спектром критеріїв та показників, на основі яких формуються найбільш авторитетні світові рейтинги, та які у сукупності забезпечують збалансовану та цілісну оцінку присутності, репутації та впливу країни на міжнародній арені. Проведене дослідження показало суттєве покращення позицій національного бренду України особливо з початку повномасштабної агресії проти нашої держави. Дослідження взаємозв'язку між рейтингом за індексом національного бренду у міжнародному середовищі та рівнем глобальної конкурентоспроможності економіки держави доводить, що не дивлячись на загальну тенденцію незначного покращення окремих показників, в загальному рейтинг глобальної конкурентоспроможності України залишається досить низьким, що свідчить про необхідність системного підходу до управління національним брендом для закріплення вже наявних результатів. Для України сильний національний бренд означає притік іноземних інвестицій у післявоєнну відбудову, збільшення туристичних потоків, розвиток торгівлі і, як наслідок, економічне зростання. Позитивне сприйняття іміджу країни також гарантує і надалі підтримку світової спільноти.

Подальші наукові розвідки будуть спрямовані на визначення перспектив підвищення конкурентоспроможності національного бренду України у світі.

Література

1. Кабанова О. О. Оцінка національних брендів в контексті формування іміджевої економіки. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. с. 179-185. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/17_1_2018ua/41.pdf
2. Національний бренд України: кризь призму сприйняття держави за кордоном. URL: <https://adastra.org.ua/blog/nacionalnij-brend-ukrayini-kriz-prizmu-spriinyattya-derzhavi-za-kordonom>
3. Семченко О.А. Імідж держави й національний брендинг: взаємобумовленість понять/ Політокус. 2015. Випуск 2. С. 74–78. URL: http://politicus.od.ua/2_2015/18.pdf
4. Колесницька Н. Національний брендинг і особливості його застосування країнами Центрально-Східної Європи/ Studia politologica Ucraino-Polona. 2014. Вип. 4. С. 101–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup_2014_4_14.
5. Кукса В.М. Формування та позиціонування бренду «Україна» у світовому просторі. Фінансовий простір. 2017. № 2 (26). URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1702/17kvmusp.pdf>.
6. Brand Finance Nation Brands: the Annual Report on the World's Most Valuable Nation Brands. URL: <https://brandfinance.com/>

7. Brand Finance Global soft power index 2023. URL: <https://brandirectory.com/softpower/report>
8. Бренд України за рік у світі зміцнився. Що це означає для країни. URL: <https://nv.ua/opinion/voyna-kak-ukrepilsya-brend-ukrainy-v-mire-novosti-ukrainy-50307878.html>
9. Смець В. Міжнародні індекси у формуванні іміджу держави. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії. 2022. Випуск 44, с. 179–185. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/44_2022/22.pdf
10. IMD World Competitiveness Ranking. URL: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/#World-Competitiveness-Ranking>
11. IMD Comperetitiveness Ranking. URL: <https://worldcompetitiveness.imd.org/countryprofile/UA/wcy>
12. Зозульов О. В., Нестерова Ю. В. Бренд як нематеріальний актив у постіндустріальному суспільстві. Економіка України. 2008. № 3 (556). С. 4–11. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36986/1/EkUkr2008-3_p4-11.pdf
13. Смерічевський С.Ф., Петропавловська С.Є., Радченко О.А. Бренд-менеджмент : навчальний посібник. К. : НАУ, 2019. 156 с.
14. Полішко Г. Г. Світовий досвід створення національних брендів. Бізнес Інформ. 2015. № 11. С. 80–85. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2015_11_14

References

1. Kabanova O. O. Otsinka natsionalnykh brendiv v konteksti formuvannia imidzhevoi ekonomiky. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo. s. 179-185. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/17_1_2018ua/41.pdf
2. Natsionalnyi brend Ukrainy: kriz pryzmu spryiniattia derzhavy za kordonom. URL: <https://adastra.org.ua/blog/nacionalnij-brend-ukrayini-kriz-prizmu-spryiniattia-derzhavi-za-kordonom>
3. Semchenko O.A. Imidzh derzhavy u natsionalnyi brendynh: vzaiemoobumovlenist poniat/ Politikus. 2015. Vypusk 2. S. 74–78. URL: http://politicus.od.ua/2_2015/18.pdf
4. Kolesnytska N. Natsionalnyi brendynh i osoblyvosti yoho zastosuvannia krainamy Tsentralno-Skhidnoi Yevropy/ Studia politologica Ucraino-Polona. 2014. Vyp. 4. S. 101–107. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spup_2014_4_14.
5. Kuksa V.M. Formuvannia ta pozytsionuannia brendu «Ukraina» u svitovomu prostori. Finansovy prostir. 2017. № 2 (26). URL: <https://ofp.cibs.ubs.edu.ua/files/1702/17kvmusp.pdf>
6. Brand Finance Nation Brands: the Annual Report on the Worlds Most Valuable Nation Brands. URL: <https://brandfinance.com/>
7. Brand Finance Global soft power index 2023. URL: <https://brandirectory.com/softpower/report>
8. Brend Ukrainy za rik u sviti zmitsnyvsia. Shcho tse oznachaie dlia krainy. URL: <https://nv.ua/opinion/voyna-kak-ukrepilsya-brend-ukrainy-v-mire-novosti-ukrainy-50307878.html>
9. Iemets V. Mizhnarodni indeksy u formuvanni imidzhu derzhavy. Visnyk Lvivskoho universytetu. Serii filoz.-politolog. studii. 2022. Vypusk 44, s. 179–185. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/44_2022/22.pdf
10. IMD World Competitiveness Ranking. URL: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/#World-Competitiveness-Ranking>
11. IMD Comperetitiveness Ranking. URL: <https://worldcompetitiveness.imd.org/countryprofile/UA/wcy>
12. Zozulov O. V., Nesterova Yu. V. Brend yak nematerialnyi aktyv u postindustrialnomu suspilstvi. Ekonomika Ukrainy. 2008. № 3 (556). S. 4–11. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36986/1/EkUkr2008-3_p4-11.pdf
13. Smerichevskiy S.F., Petropavlovskaya S.Ie., Radchenko O.A. Brend-menedzhment : navchalnyi posibnyk. K. : NAU, 2019. 156 s.
14. Polishko H. H. Svitovyi dosvid stvorennia natsionalnykh brendiv. Biznes Inform. 2015. № 11. S. 80–85. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2015_11_14

БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

Метою статті є узагальнення теоретичних положень та методичних засад управління витратами на підприємстві при впровадженні елементів бюджетування як управлінської технології з метою прийняття ефективних управлінських рішень. Актуальність розробки та впровадження бюджетування пояснюється тим, що господарська діяльність будь-якого підприємства передбачає регулювання обсягів різних видів витрат. Ефективність діяльності підприємства багато в чому залежить від правильно обраної стратегії управління, економічного потенціалу, яким володіє підприємство, від конкурентоспроможності своєї продукції, включаючи рівень витрат.

Показано, що одним із механізмів ефективного управління витратами є механізм бюджетування. Бюджетування – це процес планування майбутніх операцій підприємства та оформлення його результатів у вигляді системи бюджетів. "Бюджетування" також розглядається як управлінська технологія, призначена для розробки фінансового плану (бюджету) з метою більш раціонального використання ресурсів та підвищення ефективності управлінських рішень, які приймаються на підприємстві. Сутність бюджетування, як складової системи управління витратами, полягає у розробці взаємозалежних планів виробничо-фінансової та господарської діяльності підприємства в цілому та окремо його структурних підрозділів, виходячи з поточних та стратегічних цілей функціонування. Роль та місце бюджетування в системі управління підприємством досить повно характеризуються функціями бюджету. Показано, що бюджетування забезпечує системність управління підприємством.

Визначено, що проблеми методичних засад управлінського обліку виробничих витрат в інформаційному забезпеченні бюджетування, не тільки на рівні підприємства, а й, як вимагають сучасні умови поглибленого контролю, у розрізі структурних виробничих підрозділів "центрів відповідальності", можуть бути вирішені із застосуванням "гнучких" бюджетів, що складаються в ході виробничого процесу. Управління за центрами відповідальності є однією з підсистем, що забезпечують внутрішньо-фірмове управління.

Ключові слова: бюджетування, система управління витратами підприємства, витрати підприємства, процес бюджетування, методи управління, бюджет.

Ganna CHUMAK

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

BUDGETING AS A COMPONENT OF THE COST MANAGEMENT SYSTEM

The purpose of the article is to generalize the theoretical provisions and methodological principles of cost management at the enterprise when implementing elements of budgeting as a management technology with the aim of making effective management decisions. The relevance of the development and implementation of budgeting is explained by the fact that the economic activity of any enterprise involves the regulation of the volumes of various types of expenses. The efficiency of the enterprise largely depends on the correctly chosen management strategy, the economic potential possessed by the enterprise, on the competitiveness of its products, including the level of costs.

It is shown that one of the mechanisms of effective cost management is the budgeting mechanism. Budgeting is the process of planning the future operations of the enterprise and recording its results in the form of a system of budgets. "Budgeting" is also considered as a management technology designed for the development of a financial plan (budget) with the aim of more rational use of resources and increasing the efficiency of management decisions made at the enterprise. The essence of budgeting, as a component of the expenditure management system, consists in the development of interdependent plans for the production, financial and economic activity of the enterprise as a whole and separately for its structural subdivisions, based on current and strategic goals of operation. The role and place of budgeting in the enterprise management system are quite fully characterized by the functions of the budget. It is shown that budgeting ensures the systematic management of the enterprise.

It was determined that the problems of methodological principles of management accounting of production costs in the information support of budgeting, not only at the enterprise level, but also, as required by modern conditions of in-depth control, in terms of structural production units of "responsibility centers", can be solved with the use of "flexible" budgets, which are formed during the production process. Management by responsibility centers is one of the subsystems that ensure internal company management.

Key words: budgeting, enterprise cost management system, enterprise costs, budgeting process, management methods, budget.

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

В умовах нестабільної економіки перед суб'єктами підприємницької діяльності – підприємства постає актуальне питання щодо пошуку оптимальних методів і інструментів управління з метою підвищення ефективності виробничої діяльності та отримання прибутку. Підвищення ефективності виробництва неможливе без впровадження системи управління витратами на підприємстві. Витрати підприємства є економічною категорією, яка безпосередньо впливає на фінансовий результат діяльності підприємств, тому саме цей напрям дослідження є перспективним, на наш погляд, з точки зору удосконалення системи управління на підприємстві. Структурні, майнові та правові зміни у вітчизняній економіці, що відбулися останніми роками, викликають необхідність стратегічно орієнтовани програми розвитку підприємств

доповнювати бюджетуванням, яке може забезпечити повну участь усіх підрозділів підприємства у процесах складання комплексних планів на основі своєчасної та достовірної інформації про стан розробки та впровадження бюджетних систем планування та звітності. Актуальність розробки та впровадження такої системи пояснюється тим, що бюджетування витрат, як складова системи управління та складання фінансових планів діяльності підприємства, дозволяє більш раціонально використовувати ресурси та підвищити ефективність управлінських рішень, що приймаються на підприємстві.

Аналіз досліджень та публікацій

Підвищення ефективності виробництва неможливе без впровадження системи управління витратами на підприємстві, оскільки господарська діяльність будь-якого підприємства передбачає регулювання обсягів різних видів витрат. Одним із напрямів удосконалення системи управління діяльністю підприємства є створення концепції інтегрованого обліку, бюджетування та аналізу витрат. Розвитку теоретичних та методичних засад управління витратами підприємств присвячені праці таких науковців: А. Баландіна, Л. Батенко, В. Верба, І. Геращенко, А. Колосов, О. Кузьмін, С. Кучеренко, Л. Лігоненко, С. Онищенко, Г. Партин, М. Скрипник, М. Тарасюк, Т. Харчук та ін. Однак, питання удосконалення системи управління витратами на підприємствах на основі бюджетування з урахуванням їх специфіки діяльності є актуальним і потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті

Мета статті – узагальнення теоретичних положень та методичних засад управління витратами на підприємстві при впровадженні елементів бюджетування як управлінської технології з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу

Управління витратами необхідно здійснювати на основі комплексного поєднання управління процесами операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства, видами та обсягами витрат під час їх здійснення та чинниками, що впливають на процеси діяльності та обсяги витрат ресурсів підприємства за місцями формування витрат, центрами відповідальності, видами продукції, робіт, послуг (носіями витрат). Організація управління витратами за місцями формування і центрами відповідальності необхідна для того, щоб створити умови, за яких виробничі підрозділи і функціональні служби підприємства несли б відповідальність за результати своєї діяльності, тобто виконання завдань внутрішньовиробничого контролю і зниження витрат.

Одним із основних складових елементів системи управління витратами є бюджетування. Бюджетування – розробка бюджетів, організація їх здійснення та контроль за виконанням. Планування бюджетів структурних підрозділів забезпечує точні, передбачувані обсяги і структуру витрат на виробництво, та реалізацію продукції, чи надання послуг. Система бюджетів дозволяє заздалегідь здійснити оцінку ефективності управлінських рішень, оптимальним чином розподілити ресурси та співставити витрати при розробці концепції бізнесу [1].

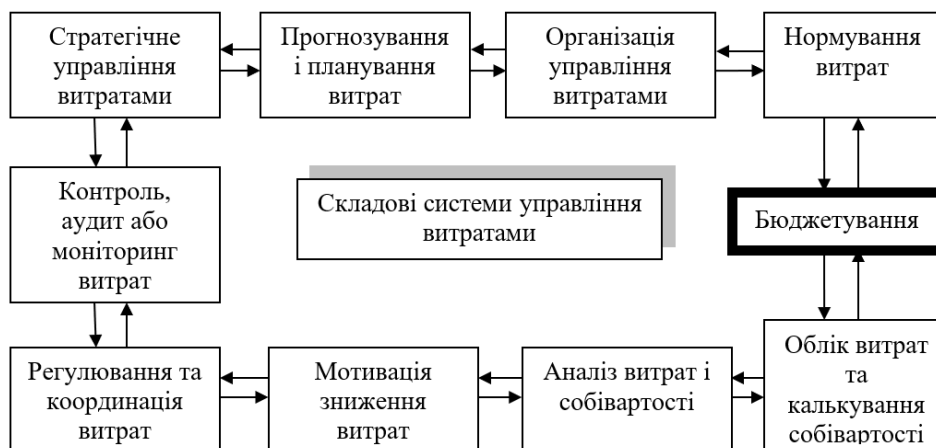


Рис. 1. Бюджетування в системі управління витратами

Складено автором на основі [1]

Бюджетування (оперативне фінансове планування) являє собою процес організації управління фінансово-господарською діяльністю суб'єктів господарювання, який базується на розробленні бюджетів у розрізі центрів відповідальності чи напрямів діяльності, здійсненні на цій основі контролю за їх виконанням, проведенні аналізу відхилень фактичних результатів від бюджетних та регулюванні господарської діяльності з метою узгодження та досягнення намічених результатів на всіх рівнях управління.

Бюджетування ґрунтується на інтегрованому підході до основних функцій управління: прогнозування та планування, організація, облік, контроль, регулювання, аналіз.

Метою бюджетування є опис майбутнього стану підприємства в економічних показниках таким чином, щоб оптимально забезпечити досягнення вартісних (чи інших, що виражаються через фінансово-господарські показники) цілей підприємства [2].

Залежно від особливостей функціонування підприємства визначають і специфіку технології бюджетування: галузева та виробнича специфіка впливає на бюджетну модель у тому аспекті, що склад операційних бюджетів буде значною мірою розширено для промислових багатоміжурних підприємств порівняно, наприклад, із підприємством торгівлі. Безпосередньо кількість операційних та фінансових бюджетів залежить від завдань, що ставляться керівництвом, інформаційних вимог; масштабів підприємства, і особливостей організації підприємства.

Бюджетування забезпечує можливість складання, коригування, контролю й оцінки виконання виробничих планів. Виходячи з цього, бюджет підприємства – це фінансовий план на майбутню перспективу, виражений в конкретних цифрах і показниках, необхідних для досягнення поставлених цілей. У той же час кошторис або бюджет підприємства для цілей управлінського обліку – це план або кошторис конкретного виробничого процесу певного виду продукції, що забезпечують можливість максимально оптимізувати здійснювані витрати на виробництво за допомогою розрахованих показників і норм, а в разі відхилень від них - виявити причини таких відхилень і розробити заходи щодо забезпечення відповідності результатів планових показників або переглянути складений кошторис, якщо його виконання нереально в даних умовах виробництва [3].

В рамках основних операційних бюджетів здійснюється аналіз та узагальнення інформації в необхідних для керівництва рамках за доходами та видатками, виходячи з техніко-організаційних та економічних особливостей підприємства.

Бюджетування, за умов належної його організації, пронизує усі етапи управління діяльністю підприємства та включає наступне:

- постановку цілей і задач бюджетного процесу;
- планування діяльності на основі визначених цільових орієнтирів;
- управління робочими процесами (виконанням, стимулюванням, мотивуванням тощо) у межах конкретного бюджету;
- облік і контроль бюджетних показників з метою виявлення відхилень;
- ідентифікація та аналіз ключових факторів, що обумовили наявність відхилень фактичних показників від бюджетних;
- формування коригуючих впливів з урахуванням попередньо проведеного аналізу щодо усунення виявлених відхилень та нівелювання дії факторів, що призвели до таких відхилень [4, с. 94-95].

Бюджетування безпосередньо пов'язане з управлінням та управлінським обліком, є його складовою. Економічно ефективна діяльність організації можлива лише в тому випадку, якщо вона має чітко задані досить напружені, але реальні для виконання вартісні параметри витрат та результатів.

Бюджет – оперативний фінансовий план, що розробляється зазвичай в рамках до одного року, який відображає витрати та надходження коштів за окремими господарськими операціями або інвестиційними проектами. Розробка бюджетів характеризується терміном бюджетування та спрямоване на вирішення двох основних задач:

- визначення об'єму та складу витрат;
- забезпечення покриття цих витрат фінансовими ресурсами із різних джерел [5, с. 94].

Система бюджетів значно полегшує процедуру складання консолідованого плану розвитку підприємства та підвищує обґрунтованість ухвалення відповідних господарських рішень.

Розглянемо, що входить до цих бюджетів і для чого вони потрібні.

Операційне бюджетування. Це план діяльності підприємства на рік. Сюди входять такі бюджети:

- бюджет продажів - у ньому фіксується скільки товару підприємство планує збути протягом місяця або кварталу. Формують його з розбивкою за видами та групами продукції. Допомагає скласти решту бюджетів організації;
- бюджет виробництва - дозволяє коригувати обсяги збуту, виробництва та товарних запасів з урахуванням плану продажів;
- бюджет витрат підприємства на оплату праці - враховує як відрядну, так і фіксовану частини зарплат;
- бюджет комерційних витрат - до них відносять витрати на маркетинг, партнерські виплати, транспорт тощо;
- бюджет управлінських витрат - сюди входять виплати податків, комунальних послуг, відсотків за кредитами, утримання бухгалтерії та інші.

Балансовий бюджет. Цей документ відображає заплановані суми активів та пасивів на звітний період.

Фінансовий бюджет. У ньому вказують можливі джерела коштів і те, як їх планують використовувати. До цього виду бюджетів також належать:

- інвестиційний бюджет - у документі відображають заплановані вкладення у розвиток бізнесу, наприклад, витрати на закупівлю нового обладнання чи відкриття нової філії;
- касовий бюджет - це кошторис очікуваних надходжень та видатків фінансових надходжень за звітний період [6].

Така система дозволяє оцінити ефективність діяльності підприємства, спираючись на розгорнуту технологію бюджетування. Крім того, під час створення системи бюджетування вирішується низка завдань таких, як приведення структури статей видатків бюджетів відповідно до економічного змісту операцій; обґрунтування витрат підприємства та управління ними шляхом всебічного аналізу та контролю управління обіговими коштами підприємства.

Схема бюджетування на підприємстві представлена на рис. 2 [6].

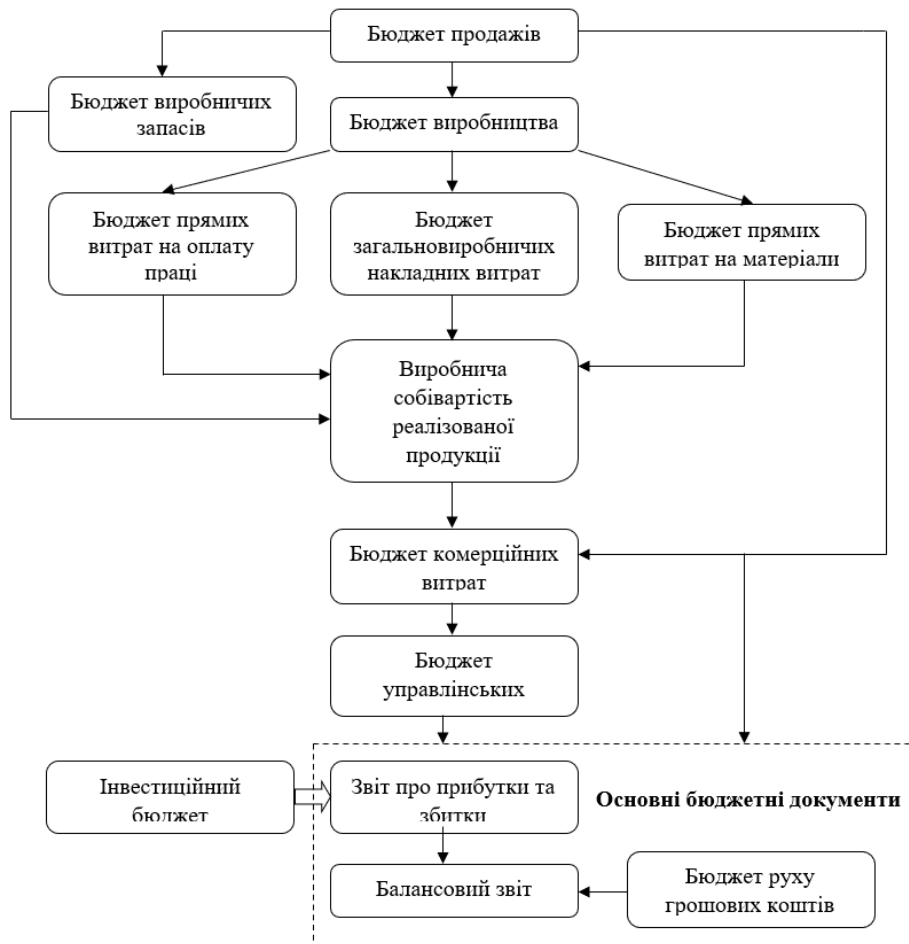


Рис. 1. Схема бюджетування підприємства

Джерело: [6]

Внаслідок використання бюджетування як інструменту управління, вищий керуючий склад отримує можливість реалізувати своє бачення майбутнього розвитку організації у вигляді різноманітної прогностичної моделі взаємопов'язаних бюджетів. При цьому можливості сценарного планування та моделювання значно підвищують адаптивну спроможність підприємства до змін внутрішнього і зовнішнього характеру. Орієнтація системи бюджетування на майбутнє дозволяє керівництву компанії сфокусувати свою увагу на прийнятті стратегічно важливих рішень в режимі реального часу, тоді як система делегування повноважень забезпечує доведення результатів даних рішень до конкретних виконавців. Така методика управління заперечує короткостроковість як ознаку системи бюджетування, що визначається основною характеристикою бюджетів більшістю науковців. Поєднання оперативного та стратегічного характеру системи бюджетування значно підвищує якість прийнятих рішень, як на рівні вищого менеджменту, так і на рівні виконавців, що в кінцевому підсумку призводить до стабільного зниження витрат і збільшення прибутковості організації [7].

Говорячи про бюджетування як складову системи управління витратами, необхідно звернути увагу на те, що поряд з перевагами цього методу управління, він має певні недоліки.

Корпоративні структури, що намагаються запровадити в себе систему бюджетування, відчувають такі проблеми:

1) відсутність чіткого розуміння можливостей бюджетування та його призначення. Це обумовлене відсутністю системи стратегічного управління, що визначає відсутність тісного зв'язку бюджетів з цілями підприємства;

2) недостатня формалізація процесу управління на підприємстві, що вимагає розробки внутрішнього нормативного та методичного забезпечення системи бюджетування;

3) відсутність кваліфікованих спеціалістів, обізнаних із системою бюджетування;

4) впровадження одиничних елементів системи бюджетування, оскільки планові розрахунки на підприємствах у більшості випадків мають фрагментарний характер. Макроекономічна нестабільність у державі впродовж останніх років є додатковим фактором, який не спонукає підприємства займатися довгостроковим і поточним плануванням, що звужує сферу застосування фінансового планування на підприємствах;

5) система бюджетування є достатньо дорогою, що обмежує сферу її використання виключно корпоративними підприємствами зі складною організаційною структурою. Наприклад, вартість лише одних модулів комплексних комп'ютерних систем, пов'язаних із фінансовим плануванням, коливається від кількох сотень умовних одиниць до кількох тисяч [8].

Ми погоджуємося з думкою авторів [9], що впровадження системи бюджетування на підприємстві може бути ефективним у разі застосування "гнучких" бюджетів.

На підставі бюджетів, керівництво підприємства може приймати поточні і стратегічні управлінські рішення і, відповідно, впливати на зміну фінансових результатів за рахунок внесення відповідних коригувань до технологічних процесів виробництва і реалізації продукції. Негативні ситуації потрібно передбачати ще до їх виникнення і знаходити шляхи попередження та мінімізації негативних наслідків. При цьому, можливість вчасного реагування на уникнення негативних наслідків і покращання загальних результатів, залежать від частоти складання бюджетів. Найбільшого ефекту можна досягти за рахунок застосування "гнучких" бюджетів.

"Гнучкий" бюджет – це бюджет, який складено на підставі запланованих даних про доходи і витрати підприємства для фактичного обсягу реалізації.

Гнучкі" бюджети мають три основні напрями застосування:

- у процесі підготовки бюджетів для очікуваного рівня діяльності до одержання фактичних результатів;

- для визначення величини витрат, яка відповідатиме фактичному обсягу діяльності, на основі якої готується звіт про виконання;

- дають змогу передбачити фінансові результати різних термінів діяльності [9].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Удосконалення системи управління витратами на основі бюджетування дозволяє розробити оптимальну концепцію ведення бізнесу для підприємства, довести плани до виконавців завдяки погодженню бюджетів із центрами відповідальності, значно спростити процедуру контролю за рівнем витрат підприємства та, як наслідок, на новому якісному рівні організувати рух фінансових потоків підприємства. Бюджетування являє собою специфічний підхід до організації управління господарсько-фінансовою діяльністю підприємства на підставі регулювання витрат та кінцевих фінансових результатів на основі оціночних показників із виділенням центрів фінансової відповідальності, підпорядкованих керівникам структурних підрозділів. Бюджетування, як складова системи управління витратами на підприємстві, безпосередньо пов'язане з управлінням та управлінським обліком і, будучи технологією фінансового планування, обліку та контролю витрат, дозволяє аналізувати прогнозовані та отримані показники фінансово-господарської діяльності. Однак, в умовах сьогодення бюджетування застосовується суб'єктами господарської діяльності лише для того, щоб контролювати окремі показники, а не для управління витратами, тому його використання є перспективним напрямом управлінської діяльності та підвищення ефективності виробництва.

Література

1. Борисюк І. О., Семеняка Я. В. Формування системи управління витратами підприємства. *Modern Economics* : електронне наукове фахове видання з економічних наук. 2017. № 6 (2017). С. 15-23. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Borisyuk-I.-O.-Semenyaka-YA.-V..pdf>

2. Пожуєва Т. О. Бюджетування як напрямок удосконалення системи управління діяльністю підприємств. *Вісник економічної науки України*. 2017. №1. С. 73-77. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/123072/15-Pozhueva.pdf?sequence=1>

3. Копійка О. В. Особливості формування облікової політики сільськогосподарських підприємств. *Держава та регіони*. 2007. № 3. С. 113–115. URL: <https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/1754/1/orhanizatsiino-ekonomichni.pdf>

4. Пічка А. М. Бюджетування як складова процесу управління підприємством. Водний транспорт. 2013. № 1. С. 93–97.
5. Бланк И. А. Управление прибылью. К. : Изд-во «Ника-Центр», 1998. 544 с.
6. Бюджетування на підприємстві: що містить та як організувати. URL: <https://finacademy.net/materials/article/osnovy-byudzhetrovaniya-na-predpriyatii-ua>
7. Топило В. А. Впровадження системи бюджетування на підприємствах. Ефективна економіка. 2020. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/159.pdf
8. Зятковський І.В. Бюджет підприємства як інструмент управління фінансовими ресурсами. Фінанси України. 2001. № 7. С. 79-84.
9. Швець В., Михальська О. "Гнучкі" бюджети в системі аналізу процесу бюджетування виробничих витрат на олійно-жирових підприємствах. Економіка. 2013. 12(153). С. 114-118.

References

1. Borysiuk I. O., Semeniaka Ya. V. Formuvannya systemy upravlinnia vytratamy pidpriemstva. Modern Economics : elektronne naukove fakhove vydannia z ekonomichnykh nauk. 2017. № 6 (2017). S. 15-23. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Borisyuk-I.-O.-Semenyaka-YA.-V..pdf>
2. Pozhueva T. O. Biudzhetuвання yak napriamok udoskonalennia systemy upravlinnia diialnistiu pidpriemstv. Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy. 2017. № 1. S. 73-77. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/123072/15-Pozhueva.pdf?sequence=1>
3. Копііка О. В. Особливості формування облікової політики сільськогосподарських підприємств. Derzhava ta rehiony. 2007. № 3. S. 113–115. URL: <https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/1754/1/orhanizatsiino-ekonomichni.pdf>
4. Pichka A. M. Biudzhetuвання yak skladova protsesu upravlinnia pidpriemstvom. Vodnyi transport. 2013. № 1. S. 93–97.
5. Blank Y. A. Upravlenie prybyliu. K. : Izd-vo «Nyka-Tsentr», 1998. 544 s.
6. Biudzhetuвання na pidpriemstvi: shcho mistyt ta yak orhanizuvaty. URL: <https://finacademy.net/materials/article/osnovy-byudzhetrovaniya-na-predpriyatii-ua>
7. Topylo V. A. Vprovadzhenia systemy biudzhetuвання na pidpriemstvakh. Efektyvna ekonomika. 2020. № 8. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/159.pdf
8. Ziatkovskiy I.V. Biudzhет pidpriemstva yak instrument upravlinnia finansovymy resursamy. Finansy Ukrainy. 2001. № 7. S. 79-84.
9. Shvets V., Mykhalska O. "Hnuchki" biudzhety v systemi analizu protsesu biudzhetuвання vyrobnychyykh vytrat na oliino-zhyrovyykh pidpriemstvakh. Ekonomika. 2013. 12(153). S. 114-118.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-6>

УДК 330

Ольга БАКСАЛОВА

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-5557-2327>
e-mail: baksalovaolha@gmail.com

Олена КОШОНЬКО

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-0062-5727>
e-mail: kosha2015@ukr.net

Тетяна ГЛУШКО

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-9747-686X>
e-mail: hlushkote@khmnu.edu.ua

Олександр ГОРБАТЮК

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-2450-6140>
e-mail: horbatiuko@khmnu.edu.ua

HR-ІНЖИНІРИНГ В АСПЕКТІ КВАНТИТАТИВНОЇ ОЦІНКИ ЗДІБНОСТЕЙ РОБІТНИКІВ ДО ПРАЦІ

У статті досліджено основні теоретичні підходи, методичні і практичні рекомендації квантитативної оцінки здібностей робітників до праці. Розкрито сутність, зміст та основні принципи її проведення. Запропоновано та обґрунтовано послідовно-поетапний метод квантитативної оцінки з визначенням цільової спрямованості кожного етапу та їх конкретного змісту

Ключові слова: квантитативна оцінка, праця, HR-інжиніринг, оплата праці

Olga BAKSALOVA, Olena KOSHONKO,
Tetyana HLUSKO, Oleksandr HORBATIUK
Khmelnyskyi National University

HR-ENGINEERING IN THE ASPECT OF QUANTITATIVE ASSESSMENT ABILITY OF WORKERS TO WORK

The article presents the main theoretical approaches and practical recommendations for the quantitative assessment of workers' abilities to work. The essence of the assessment, principles and content of its conduct are revealed. Methodological recommendations have been developed for determining the index of the worker's ability to work, which is a relative indicator that characterizes the ratio of normative labor costs that are absolutely necessary for a worker of some average ability to work to perform a specified job or a set of jobs in the operation cycle in the given organizational and technical conditions of production. To the labor costs that are actually spent by a specific worker with his inherent labor abilities when performing the same work or a set of works under similar production conditions. A step-by-step method of conducting a quantitative assessment is proposed and thorough methodological recommendations are given for determining the individual workload for each worker at different intervals of time, which he is able to systematically perform according to his work abilities for a certain time in certain organizational and technical conditions of production and exchange for a certain amount salary. It has been proven that the establishment of an individual regulatory workload for each worker requires the simultaneous division into component elements of both technological and labor processes, taking into account the personal abilities of workers to work. The role and significance of the quantitative assessment of workers' abilities to work in the aspect of the most complete and effective use of each worker's labor resource and the achievement of the highest labor productivity are highlighted.

Keywords: quantitative assessment, labor, HR-engineering, remuneration

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

В умовах ринкової моделі економіки управління оплатою праці ґрунтується на застосуванні закону вартості, згідно з яким робоча сила як товар, подібно будь-якому іншому товару, продається і купується за деяку ринкову ціну, в основі якої лежить вартість цього феноменального товару. Фактично це відбувається шляхом обміну “матеріалізованих” у результатах роботи здібностей робітників до праці у вигляді певної кількості та якості праці на визначену величину заробітної плати. Ці обставини вимагають квантитативної оцінки здібностей робітників до праці та встановлення кожному з них індивідуального трудового навантаження, яке він здатний систематично виконувати згідно своїх здібностей до праці за визначений час у певних організаційно-технічних умовах виробництва та обмінювати на деякий визначений розмір заробітної плати. При цьому, згідно Закону України “Про оплату праці” під заробітною платою слід розуміти “винагороду, обчислену, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу” [1].

Аналіз досліджень та публікацій

Питанням визначення необхідних і фактичних витрат праці, оцінки робочої сили робітників та визначення кожному з них оптимального трудового навантаження завжди приділялась значна увага багатьма зарубіжними і вітчизняними вченими, такими як Д.Франк, Ф. Тейлор, Г.Емерсон, Д. Богиня, І. Крижко, А. Колот, Т. Костишина, В. Семикіна, С. Цимбалюк, О.Грішнова, О. Новікова та інші. Однак дана тема до теперішнього часу залишається актуальною і проблематичною, оскільки досі не належному рівні розглянуті питання квантитативної оцінки здібностей робітників до праці та визначення кожному з них індивідуального трудового навантаження, яке відповідає його здібностям до виконання конкретної операції, роботи чи комплексу робіт. Робоча сила робітників – це унікальний ресурс, який є головною продуктивною силою на будь-якому підприємстві, фірмі, компанії тощо. А отже існує нагальна проблема його оцінки і найбільш повного і ефективного використання, оскільки це є запорукою високої продуктивності праці і успішного вирішення будь-яких технічних, економічних, соціальних та багатьох інших проблем.

Формулювання цілей статті

Метою статті є проведення дослідження щодо основних теоретичних підходів, методичних та практичних рекомендацій квантитативної оцінки здібностей робітників до праці. Запропоновано та обґрунтовано послідовно-поетапний метод квантитативної оцінки з визначенням цільової спрямованості кожного етапу та їх конкретного змісту.

Виклад основного матеріалу

Дослідження теорії й практики квантитативної оцінки здібностей робітників до праці показує, що це вельми складний процес, що потребує врахування великої кількості різноманітних організаційно-технічних, соціально-економічних, виробничих, культурних та інших факторів, що безпосередньо або побічно оказують вплив на процес праці робітника та зумовлюють результати його праці. А відтак пропонується послідовно-поетапний метод квантитативної оцінки здібностей робітників до праці з розгорнутою характеристикою кожного етапу. Дослідимо це на прикладі роботи складального конвеєру, принципи роботи якого добре відомі та який широко застосовується на багатьох підприємствах машинобудування, у легкій, харчовій, радіотехнічній, електротехнічній та інших галузях промисловості і сферах економіки.

Отже, пропонується такий порядок.

1 етап – Завчасне дослідження операції, роботи чи комплексу робіт за матеріалами конструкторсько-технологічної, технічної, виробничої, експлуатаційної, економічної та різної іншої документації. В процесі дослідження встановлюється ціль операції та її зміст, структура та логічна послідовність її виконання, вимоги до технічних та якісних характеристик продукції, промислової санітарії і техніки безпеки, виробничої культури тощо. Досліджується інформація щодо техніко-експлуатаційних характеристик машин, обладнання, устаткування, інструментів тощо. Вивчаються конструктивні особливості виробу, технологічне та організаційне оснащення робочого місця. З'ясовується необхідність і можливість зняття з виробництва фізично зношеного обладнання і морально застарілої продукції. Водночас вивчаються перспективи появи нових видів продукції, техніки та прогресивної технології. З'ясовуються вимоги до різних комплектуючих, деталей, матеріалів, напівфабрикатів сировини тощо. Встановлюються професійно-кваліфікаційні дані робітників – безпосередніх виконавців операції: професія, кваліфікація, стаж роботи, досвід роботи, кількісні та якісні показники роботи тощо. Вивчаються методи і способи встановлення норм праці, діючі форми і системи оплати праці, ефективність застосовуваних положень щодо преміювання і стимулювання праці робітників.

У випадку необхідності з урахуванням специфіки виробництва і продукції, що випускається, може досліджуватись будь-яка інша різноманітна інформація, яка вимагається для точної квантитативної оцінки здібностей робітників до праці та встановлення кожному з них індивідуального трудового навантаження.

2 етап – Дослідження безпосередньо у цехах, у реальних виробничих умовах різноманітних питань, пов'язаних з особливостями управління трудовим колективом та специфікою праці і виробництва. А отже, змістом даного етапу є: ретельне дослідження діючих організаційних, технічних, виробничих, санітарно-гігієнічних, екологічних та інших умов виробництва. Зокрема в процесі дослідження встановлюється режим праці і відпочинку, система обслуговування робочих місць (централізована, децентралізована, змішана), визначаються вимоги щодо дотримання технологічного процесу та режимів роботи машин, устаткування тощо; з'ясовуються вимоги щодо протікання трудових процесів та якісних характеристик продукції, виробничої санітарії та охорони праці. Критично оцінюється стан з нормування та організації заробітної плати робітників та ін.

За підсумками проведеного дослідження проводиться ретельний аналіз методом порівняння реальних умов виконання операції, роботи чи комплексу робіт із запланованими чи запроєктованими у відповідній документації. У разі встановлення відхилень з'ясовуються причини, що їх зумовили і при необхідності здійснюються певні організаційно-технічні заходи щодо їх ліквідації.

Окрім вищезазначеного, одним з найважливіших напрямів роботи на даному етапі є контактування з робітником, що виконує операцію. Співбесіда з ним вимагається з двох основних причин. По-перше, необхідність робітника, неповідомлення йому мети, з якою проводиться дослідження, буде хвилювати робітника, а отже він може змінювати свій темп і ритм роботи, може переформатовувати структуру трудових рухів та послідовність їх виконання тощо, а отже може лишити дослідника можливості отримати адекватні фактичні матеріали дослідження. По-друге, ігнорування робітника, відсутність у нього інформації про дослідницьку роботу, що проводиться на його робочому місці, може сприйнято їм як неповага до себе та навмисно лишити спостерігача можливості отримати належну інформацію.

Разом із тим, контактування з робітником вимагає не тільки його інформування щодо мети і задач дослідження, але й співпрацю з ним, тобто залучення його до проведення дослідження. Реальна практика показує, що якісні матеріали дослідження, а на їх базі і відповідні зауваження, рекомендації і пропозиції можна отримати, як правило, в результаті тісної, творчої співпраці дослідників-спостерігачів і робітників.

3 етап – Дослідження фактичного методу виконання операції (роботи чи комплексу робіт) методом спостереження безпосередньо на робочому місці. В процесі дослідження встановлюються прийоми, комплекси прийомів, трудові дії та окремі рухи, які застосовує робітник при виконанні операції. При цьому визначається структура рухів, їх взаємозв'язок та взаємозалежність, а також послідовність їх здійснення. Водночас встановлюються основні, додаткові, суміщені, помилкові, паралельні, коригуючі та інші рухи з науковою оцінкою потреби та об'єктивної необхідності їх наявності в структурі рухів виконання операції. Також визначається траєкторія рухів та переміщення робітника у просторі під час виконання операції, наявність контролю правильності виконання рухів, існування в структурі метода праці перервних і безперервних, легких і напружених рухів, рухів з постійним і змінним напрямом тощо. Водночас також досліджується існуюча організація праці й виробництва та обслуговування робочих місць. В процесі дослідження виявляються різноманітні недоліки, що прямо або побічно дезорганізують трудовий процес і ведуть до втрат робочого часу робітника, а отже і падінню його продуктивності праці.

На основі проведених результатів дослідження визначається необхідний і достатній склад трудових рухів операції та проєктується оптимальний метод її виконання у даних організаційно-технічних умовах виробництва.

4 етап – Проведення спостереження та визначення нормативних витрат праці, які об'єктивно потрібні для виконання операції (роботи чи комплексу робіт) у даних організаційно-технічних умовах виробництва. Для виконання цієї роботи, залежно від особливостей техніки, технології і технологічного оснащення, а також специфіки організації праці й виробництва, у кожному конкретному випадку обираються певні технічні засоби та застосовуються певні способи встановлення норм праці і методи нормування праці. Головне при цьому щоб встановлена норма праці адекватно відображала абсолютно необхідні витрати часу, які вимагаються для виконання операції у суспільно нормальних умовах виробництва та при досягнутому середньому у даному суспільстві рівні вмілості та інтенсивності праці.

5 етап – Розрахунок особистого індексу здібностей робітника до праці, який рекомендується встановлювати як добуток від ділення нормативних витрат праці, що необхідні для виконання операції (роботи, комплексу робіт) у даних організаційно-технічних умовах виробництва до витрат праці, що фактично витрачаються конкретним робітником на виконання саме цієї ж операції (роботи або комплексу робіт) у тих самих умовах виробництва. При встановленні індексу враховуються лише ті витрати праці, що відбуваються в циклі операції, коли робітник оказує дію на предмет праці та здійснює з ним певні кількісні та якісні зміни, а відтак й реально показує свої особистісні здібності до праці. До складу необхідних витрат праці робітника не включаються:

По-перше, витрати часу на виконання підготовчо-заключної роботи та на обслуговування робочого місця. В умовах потоково-конвеєрного виробництва ця робота, як правило, виконується централізовано допоміжними робітниками.

По-друге, перерви, що встановлені технологією та організацією виробничого процесу, коли робітник з причини специфічних умов протікання технологічного процесу не здійснює певні трудові дії, а отже і не проявляє своїх здібностей до праці.

По-третє, перерви на відпочинок та особисті потреби, коли робітник відпочиває, займається особистою гігієною, відправляє свої природні потреби тощо. А відтак, не приймає участі у трудовому процесі і відповідно не проявляє своїх здібностей до праці.

Отже, з вищенаведеного випливає, що за базу для розрахунку особистого індексу здібностей робітника до праці залишається лише робота, що робітник виконує за такт потоку в циклі операції. У зв'язку з цим, пропонується наступна формула його визначення:

$$I_{з\delta\beta} = \frac{\sum_{i=1}^n N_{цикл. \text{ норм. } i}}{\sum_{j=1}^m N_{цикл. \text{ факт. } j}}, \quad (1)$$

де $I_{зоб.}$ – особистий індекс здібностей робітника до праці;

$N_{цикл. норм. i}$ – нормативні витрати часу, що необхідні i -му робітнику середніх здібностей до праці на здійснення основної роботи за такт потоку в циклі операції, нормо-секунд (нормо-хвилин, нормо-годин тощо);

$N_{цикл. факт. j}$ – фактичні витрати часу j -го робітника на здійснення саме цієї ж основної роботи за такт потоку в циклі операції, секунд (хвилин, годин тощо).

За своєю суттю особистий індекс здібностей робітника до праці – це відносний показник, що характеризує відношення нормативних витрат праці, які абсолютно необхідні робітнику деяких середніх здібностей до праці для здійснення визначеної роботи чи комплексу робіт в циклі операції в даних організаційно-технічних умовах виробництва, до витрат праці, що фактично витрачаються конкретним робітником з властивими йому здібностями до праці також в циклі операції при здійсненні саме цієї ж роботи чи комплексу робіт в аналогічних умовах виробництва.

Залежність даного показника доволі проста. Чим більший обсяг індивідуального нормативного трудового навантаження робітник може стабільно виконувати і чим менше на це він витрачає робочого часу, тим більше одиниць нормативних витрат праці приходить на кожну одиницю фактичних витрат праці робітника, а отже тим більш вищим є його індекс здібностей до праці, а відтак і здібності робітника до праці і навпаки.

6 етап – Квантитативна оцінка здібностей робітника до праці в такті потоку (t) за такою формулою:

$$K_{зоб.роб.} = I_{зоб.} \cdot t, \quad (2)$$

де $K_{зоб.роб.}$ – квантитативна оцінка здібностей робітника до праці в такті потоку, нормо-сек.

З метою розрахунку обсягу додаткового нормативного навантаження, який може бути встановлений робітнику в такті потоку понад обсягу основної його роботи, необхідно визначити здібності робітника до праці у межах залишку часу, що залишається у робітника в такті потоку після виконання основної роботи. Для цього рекомендуються такі формули:

$$K_{зоб.роб.(вільн.пром.час)} = I_{зоб.} \cdot \left(t - \sum_{j=1}^m N_{факт.(осн.)_j} \right), \quad (3)$$

де $\sum_{j=1}^m N_{факт.(осн.)_j}$ – витрати часу j -го робітника у такті потоку на виконання основної роботи, с

або

$$K_{зоб.роб.(вільн.пром.час)} = I_{зоб.} \cdot t - \sum_{i=1}^n N_{норм.(осн.)_i}. \quad (4)$$

де $N_{норм.(осн.)_i}$ – нормативні витрати часу i -го робітника середніх здібностей до праці на виконання основної роботи, с.

Виходячи з вищезазначеного здібності робітника до праці за такт потоку також можна розраховувати за такою формулою:

$$K_{зоб.роб.(такт.)} = \sum_{i=1}^n N_{норм.(осн.)_i} + K_{зоб.роб.(вільн.пром.час)}. \quad (5)$$

Спираючись на вищенаведені науково-теоретичні і методичні підходи до визначення здібностей робітника до праці в умовах поточно-конвеєрного виробництва та розглядаючи проблему квантитативної оцінки здібностей робітника до праці з позиції індукції, рекомендується така уніфікована формула їх визначення:

$$K_{зоб.роб.} = I_{зоб.} \cdot \mathcal{U}, \quad (6)$$

де $Ч$ – період часу, за який встановлюються здібності робітника до праці.

Виходячи з вищенаведеної формули, квантитативну оцінку здібностей робітника до праці за конкретні проміжки часу (такт потоку, година, зміна, доба, тиждень, місяць, рік і т. ін.) пропонується робити таким чином:

1. Квантитативна оцінка здібностей робітника до праці за годину:

$$K_{з\delta б.р\delta б.(год.)} = I_{з\delta б.} \cdot \Gamma, \quad (7)$$

де Γ – година часу, год.

2. Квантитативна оцінка здібностей робітника до праці за зміну:

$$K_{з\delta б.р\delta б.(зм.)} = I_{з\delta б.} \cdot \Gamma \cdot T_{зм.}, \quad (8)$$

де $T_{зм.}$ – тривалість зміни, год.

3. Квантитативна оцінка здібностей робітника до праці за тиждень:

$$K_{з\delta б.р\delta б.(тжд.)} = I_{з\delta б.} \cdot \Gamma \cdot T_{зм.} \cdot S, \quad (9)$$

де S – кількість робочих днів у тижні, днів.

4. Квантитативна оцінка здібностей робітника до праці за місяць:

$$K_{з\delta б.р\delta б.(міс.)} = I_{з\delta б.} \cdot \Gamma \cdot T_{зм.} \cdot h, \quad (10)$$

де h – кількість робочих днів у місяці, днів.

5. Квантитативна оцінка здібностей робітника до праці за рік:

$$K_{з\delta б.р\delta б.(рік.)} = I_{з\delta б.} \cdot \Gamma \cdot T_{зм.} \cdot h \cdot R, \quad (11)$$

де R – кількість робочих місяців за рік.

У тому разі, якщо в якості міри праці у виробництві, з огляду на притаманні йому специфічні особливості, застосовується норма виробітку продукції, то індекс здібностей робітника до праці пропонується визначати за наступною формулою:

$$I_{з\delta б.} = \frac{\sum_{j=1}^m V_{цикл. факт. j}}{\sum_{i=1}^n V_{цикл. норм. i}}, \quad (12)$$

де $V_{цикл. норм. i}$ – нормативна кількість одиниць роботи (виробів, деталей тощо), що виготовляється j -им робітником середніх здібностей до праці за такт потоку в циклі операції у певних умовах виробництва, натур. од.;

$V_{цикл. факт. j}$ – фактична кількість одиниць роботи (виробів, деталей тощо), що виготовляється i -им конкретним робітником (відповідно до своїх здібностей до праці) за такт потоку в циклі операції у тих же самих умовах виробництва, натур. од.

Квантитативна оцінка здібностей робітника до праці у цьому випадку розраховується за такою формулою:

$$K_{з\delta б.р\delta б.} = I_{з\delta б.} \cdot \frac{F}{\sum_{i=1}^n N_{норм. i}}, \quad (13)$$

де F – ефективний фонд робочого часу, за який визначаються здібності робітника до праці (секунд, хвилин, годин і т. ін.);

$N_{\text{норм}_i}$ – нормативні витрати часу i -го робітника на виконання роботи в циклі операції у певних умовах виробництва у відповідних одиницях виміру.

Квантитативна оцінка здібностей робітників до праці показує обсяг нормативного трудового навантаження, який може виконувати певний робітник у певних організаційно-технічних умовах виробництва та представити на обмін або визначений розмір заробітної плати. Це створює необхідні передумови, по-перше, найбільш повного та ефективного використання ресурсу робочої сили робітників, що є основою їх високої продуктивності праці та безумовного вирішення на цій основі різних соціальних, економічних та інших задач, а по-друге, створення ефективного механізму управління оплатою праці, що зумовлює прагнення робітників до найповнішого та найбільш ефективного використання ресурсу своєї робочої сили, а отже і досягнення більш високих результатів праці.

Проте, у реальних умовах виробництва у результаті впливу різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів (організаційних, технічних, економічних, екологічних та інших) робітнику не гарантується встановлення саме того обсягу нормативного трудового навантаження, що адекватно відповідає його здібностям до виконання дорученої йому операції, роботи чи комплексу робіт. За цих умов вимагається встановлення робітнику фактичного трудового навантаження, яке він фактично може виконувати, виходячи з реальних організаційно-технічних умов виробництва. Робити це рекомендується таким чином.

По-перше, необхідне виходячи, з одного боку, з квантитативної оцінки здібностей робітника до праці та його потреб до виконання певної операції, роботи чи комплексу робіт, а з іншого – з реальних організаційно-технічних умов виробництва, встановити для виконання робітнику певний обсяг роботи. Перелік цих робіт повинний встановлюватися в кожному окремому випадку, враховуючи особливості технологічного і виробничого процесів, специфіку організації праці і виробництва і носити доцільний характер.

По-друге, слід провести дослідження всього переліку і обсягу роботи з встановленням як нормативних витрат часу, що вимагаються для виконання операції (роботи чи комплексу) у даних організаційно-технічних умовах виробництва з витратами часу, що фактично витрачає даний робітник на їх виконання у тих же самих умовах виробництва. Порівняння цих витрат дозволить встановити обґрунтований обсяг фактичного трудового навантаження, який реально може виконувати робітник.

За умов потоково-конвеєрного виробництва, з метою найбільш повного завантаження робітника та максимального використання його здібностей до праці, йому необхідно підібрати лише додатковий обсяг роботи, який він може виконувати понад встановлену йому основну роботу. Проте при цьому неухильно треба дотримуватись основної вимоги. Сумарні витрати часу робітника на виконання як основної, так і додаткової роботи не можуть перевищувати такт потоку. Вихід за цю межу показує, що робітник є перенавантаженим і він об'єктивно не справляється із дорученим йому обсягом фактичного трудового навантаження, а отже його треба негайно зменшити. В іншому випадку це негайно приведе до порушення ритму роботи конвеєру та збою в його роботі. У цьому випадку здійснюється новий розподіл і перерозподіл трудового навантаження. Робітнику підбирається інша робота. Цей процес триває доти, поки не буде знайдений найбільш оптимальний обсяг трудового навантаження, з яким робітник буде успішно справлятися у такті потоку.

Проте, квантитативна оцінка здібностей робітника до праці, розподіл загального обсягу трудового навантаження з врахуванням здібностей робітників до виконання певної операції (роботи чи комплексу робіт) і визначення кожному з них індивідуального трудового навантаження, зумовлює необхідність розробки нових науково-теоретичних і методичних підходів до розподілу виробничого процесу.

У теперішній час вся робота щодо поділу праці зводиться до поділу технологічного процесу на окремі технологічні операції, де відповідно до стадії виробничого процесу, відбуваються певні кількісні та якісні зміни з предметом праці. У цьому випадку поділ трудового процесу є прямим наслідком поділу технологічного процесу на певні технологічні операції, роботи чи комплекси робіт. Тобто при закріпленні за певною операцією деякої частини виробничого процесу, за нею закріплюється і відповідний трудовий процес, який зобов'язаний здійснити робітник, щоб виконати операцію.

Сучасні підходи до розподілу сукупної праці, організації праці та виробництва не беруть до уваги особистісні здібності робітників до праці, а ґрунтуються виключно на врахуванні лише нормативних витрат праці, які абсолютно необхідні для виконання операції, роботи чи комплексу робіт у даних організаційно-технічних умовах виробництва. Будь-яка технологічна операція створюється лише під деякого середньостатистичного робітника, що забезпечує певний середньопродисивний виробіток. Основне при цьому – не допустити недонавантаження або перенавантаження робітників та забезпечити чітку організацію виробничого процесу на засадах принципу пропорційності. Визначення кожному робітнику індивідуального нормативного трудового навантаження зумовлює необхідність одночасного поділу як технологічного, так і

трудового процесів з урахуванням особистісних здібностей робітників до праці, саме під яких створюються технологічні операції та формуються індивідуальні трудові навантаження.

З метою формування науково-теоретичних, методичних та практичних підходів щодо розв'язання вищезазначеної проблеми дослідимо сучасне тлумачення сутності виробничого процесу та зробимо уточнення його визначення.

Проведене дослідження свідчить, що єдиного підходу до тлумачення виробничого процесу немає. У різноманітній навчальній, методичній, науковій літературі він трактується по-різному. Узагальнення численної кількості різноманітних визначень виробничого процесу дозволило їх звести до п'яти таких груп. Отже, виробничий процес:

1. Це сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних окремих процесів праці, в результаті яких сировина переробляється на готову продукцію.
2. Це сукупність дій природних процесів та процесів праці, внаслідок яких вихідні матеріали, сировина, деталі, комплектуючі перетворюються на певну готову продукцію.
3. Це сукупність доцільних дій трудового колективу працівників, скерованих на вироблення певної продукції.
4. Це сукупність дій працівників та застосовуваних знарядь праці, націлених на певному підприємстві на випуск готової продукції.
5. Це сукупність колективних й окремих індивідуальних процесів праці та дій засобів виробництва.

Спостерігається багатоманітність підходів до визначення і водночас одностороннє, а отже і неповне розкриття сутності виробничого процесу, який ототожнюють або лише з трудовим процесом, або трудовим і природним процесами разом, або до сукупності трудового процесу та дій знарядь праці, засобів виробництва тощо.

З вищезазначеного випливає, що розподіл виробничого процесу на окремі його операції може робитись лише за трудовою ознакою. Проте, це не просто не надасть можливості сформулювати операції та визначити по кожній з них обсяг нормативного трудового навантаження, але навіть і визначити їх цільове технологічне призначення.

Суттєвий недолік вищенаведених визначень виробничого процесу полягає в тому, що в них не приймається до уваги така найважливіша невід'ємна частина виробничого процесу як технологічний процес. Суть у тому, що будь-який трудовий процес, будь-які дії засобів виробництва та природних процесів завжди відбуваються за певною технологією. Проте технологія виробництва здатна виявити себе лише через певні трудові дії працівників, експлуатацію засобів виробництва та різноманітні природні процеси. За своєю суттю, технологія виробництва з одного боку, а дії працівників, засобів виробництва та природні процеси, з іншого – це є два логічно взаємопов'язаних та взаємозалежних процеси, що зумовлюють один іншого.

На основі узагальнення вищенаведеного пропонується таке визначення виробничого процесу.

Виробничий процес – це взаємопов'язана і взаємозалежна сукупність усіх дій працівників, функціонування засобів виробництва та природних процесів, що відбуваються відповідно до умов і вимог технологічного процесу, у результаті чого вихідна сировина, матеріали, деталі і комплектуючі перетворюються на готову продукцію. Таке тлумачення виробничого процесу адекватно відображає його суть та формує відповідно методологічну основу для його поділу на складові елементи.

Отже пропонується такий порядок поділу виробничого процесу:

По-перше, встановлення частки технологічного процесу, необхідної і достатньої для створення технологічної операції на певному робочому місці.

По-друге, пошук потрібного виконавця даної технологічної операції, тобто робітника необхідної професії, спеціальності та рівня кваліфікації.

По-третє, встановлення нормативних витрат часу, що необхідні для виконання операції у даних організаційно-технічних умовах виробництва.

По-четверте, встановлення витрат часу, що фактично вимагається певному робітнику на виконання зазначеної операції в тих же самих організаційно-технічних умовах виробництва.

По-п'яте, встановлення відповідності особистих здібностей робітника визначеному йому для виконання обсягу трудового навантаження. Якщо таке співпадіння є, то воно доручається робітнику для виконання і стає його індивідуальним трудовим навантаженням. Якщо співпадіння не спостерігається, то робиться новий перерозподіл всього комплексу робіт, або для виконання операції підбирається інший робітник.

Таким чином, технологічний і трудовий процеси є взаємопов'язаними та взаємозалежними, а встановлення кожному робітнику індивідуального трудового навантаження може здійснюватися лише на основі їх обоюдної поділу. Водночас зі встановленням робітнику деякої технологічної операції, а отже і певної кількості технологічних переходів (проходів, установок та ін.), йому також встановлюється і певна кількість трудових рухів (дій, прийомів, комплексів прийомів), які він повинний здійснити для їх виконання. Далі визначаються нормативні витрати часу, що необхідні для виконання цих трудових рухів (дій, прийомів, комплексів прийомів), які співвідносяться з квантитативною оцінкою здібностей робітника до

виконання цих самих трудових рухів (дій, прийомів, комплексів прийомів). За результатами аналізу співвідношення нормативних і фактичних витрат праці робітнику встановлюється індивідуальний обсяг нормативного трудового навантаження.

Отже, квантитативна оцінка здібностей робітника до праці – це є встановлення обсягу індивідуального, нормативного, трудового навантаження, яке він здатний виконати за визначений час у певних організаційно-технічних умовах виробництва. Вона ґрунтується на таких принципах:

1. Індивідуальний підхід, який означає, що воно доручається для виконання не будь-якому середньоспівковому робітнику а конкретному виконавцю певної професії і кваліфікації, який має належну здібність до виконання саме цієї операції, роботи чи комплексу робіт.

2. Конкретність. Цей принцип означає, що встановлений обсяг нормативного трудового навантаження є дійсним, по-перше, тільки у межах даного підприємства (цеха, виробничої ділянки) і робочого місця та у певних організаційно-технічних умовах виробництва, виходячи з яких воно розробляється. А по-друге, при даному конкретному його виконавці, для якого воно було розроблено і призначено для безумовного виконання.

3. Наукова обґрунтованість. Особисте нормативне трудове навантаження – це не нова міра праці. Проте, це не просто визначений обсяг роботи, що надається робітнику для систематичного виконання. Особисте нормативне трудове навантаження – це всебічно обґрунтоване нормоване виробниче завдання, що доручається для виконання конкретному робітнику, виходячи з його здібностей до праці, умов і вимог конкретного виробництва. Чим більш вищими є здібності робітника до виконання операції (роботи чи комплексу робіт), тим за інших рівних умов йому встановлюється для виконання і більш вищий розмір виробничого завдання та навпаки. Проте, воно не може бути менше за норму праці на операцію, роботу або комплекс робіт. У нормальних організаційно-технічних умовах виробництва робітник повинний виконувати обсяг роботи не менше за норму праці. Це аксіома.

4. Нормативність. Для виконання особистого нормативного трудового навантаження визначається час. Він фактично показує особистий норматив часу виконання робітником операції (роботи чи комплексу робіт) у даних організаційно-технічних умовах виробництва. Його тривалість зумовлюється здібностями робітника до праці. Чим більш вищими вони є та чим за менший проміжок часу робітник виконує операцію, (роботу чи комплекс робіт), тим менший норматив часу йому встановлюється і навпаки. Проте, він не може перевищувати необхідні витрати часу, що потрібні для виконання операції, роботи чи комплексу робіт. В іншому випадку це буде означати, що робітнику встановлено завищене трудове навантаження, воно не відповідає його здібностям до праці і він не справляється з його виконанням.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Таким чином, на прикладі потоково-конвеєрного виробництва розглянуті основні теоретичні підходи і розроблено методичні і практичні рекомендації квантитативної оцінки здібностей робітників до праці. Розкрито теоретико-методологічну сутність оцінки, принципи та зміст її проведення, що полягає у визначенні необхідних та індивідуальних витрат праці конкретного робітника на виконання операції, роботи або комплексу робіт у даних організаційно-технічних умовах виробництва. Запропоновано алгоритм та обґрунтовано послідовно-поетапний метод проведення квантитативної оцінки і наведено ґрунтовні методичні рекомендації визначення кожному робітнику його особистого індексу здібностей до праці та індивідуального нормативного трудового навантаження за різні проміжки часу. Висвітлено роль і значення квантитативної оцінки здібностей робітників до праці в аспекті найбільш повного і ефективного використання ресурсу робочої сили кожного робітника та досягнення кожним з них найвищих результатів праці.

Література

1. Про оплату праці : Закон України станом на 24 березня 1995 р. / Верхов. Рада України. К., 1995. стаття 1.
2. Багрова І. В. Нормування праці як один із засобів підвищення ефективності виробництва / І.В. Багрова // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні проблеми економіки підприємства», Дніпропетровськ, 5 листопада 2003 р. – 2003. – Т. 1. – С. 7–8.
3. Ведерніков М. Д. Економічні моделі нормування праці за кресленнями виробів для стадії експлуатації / М. Д. Ведерніков, Г. В. Гаврилук // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2009. – № 2 (16). – С. 36–40.
4. Цибренко А. І. Виявлення проблем і формулювання пропозицій в управлінні нормуванням праці / А. І. Цибренко // Управління розвитком. – 2011. – № 13. – С. 36–38.
5. Поляков І. А., Ремізов К. С. Довідник економіста з праці: Методика економічних розрахунків з кадрів, праці та заробітної плати на промислових підприємствах. – М. : Економіка 1990. – С. 142–160.
6. Крайній В. О. Вдосконалення системи нормування праці в сучасних умовах / В. О. Крайній // Сучасні методи нормування робочого часу. Глобальні та національні проблеми економіки. Вип. 1. 2014. URL : <http://global-national.in.ua/archive/1-2014/17.pdf>

7. Медведєв В. С. Порівняльний аналіз методів нормування / В. С. Медведєв // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 3 (8). – С. 209–213. – URL : <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n3.html>.

8. Тертичний О. О. Місце нормування праці у кадровій стратегії підприємства / О. О. Тертичний В. В. Пустова, Г. В. Данильченко // Економіка та управління підприємствами. – 2018. – Вип. 20. – С. 139–143.

References

1. Pro oplatu pratsi : Zakon Ukrainy stanom na 24 bereznia 1995 r. / Verkhov. Rada Ukrainy. K., 1995. – statia 1.
2. Bahrova I. V. Normuvannia pratsi yak odyn iz zasobiv pidvyshchennia efektyvnosti vyrobnytstva / I.V. Bahrova // Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Suchasni problemy ekonomiky pidpriemstva», Dnipropetrovsk, 5 lystopada 2003 r. – 2003. – T. 1. – S. 7–8.
3. Vedernikov M. D. Ekonomichni modeli normuvannia pratsi za kreslenniamy vyrobiv dlia stadii ekspluatatsii / M. D. Vedernikov, H. V. Havryliuk // Visnyk Donbaskoi derzhavnoi mashynobudivnoi akademii. – 2009. – № 2 (16). – S. 36–40.
4. Tsybrenko A. I. Vyavlennia problem i formuluvannia propozytsii v upravlinni normuvanniam pratsi / A. I. Tsybrenko // Upravlinnia rozvytkom. – 2011. – № 13. – S. 36–38.
5. Poliakov I. A., Remizov K. S. Dovidnyk ekonomista z pratsi: Metodyka ekonomichnykh rozrakhunkiv z kadriv, pratsi ta zarobitnoi platy na promyslovykh pidpriemstvakh. – M. : Ekonomika 1990. – S. 142–160.
6. Krainii V. O. Vdoskonalennia systemy normuvannia pratsi v suchasnykh umovakh / V. O. Krainii // Suchasni metody normuvannia robochoho chasu. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. Vyp. 1. 2014. URL : <http://global-national.in.ua/archive/1-2014/17.pdf>
7. Medvediev V. S. Porivnialnyi analiz metodiv normuvannia / V. S. Medvediev // Ekonomika: realii chasu. – 2013. – № 3 (8). – S. 209–213. – URL : <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n3.html>.
8. Tertychnyi O. O. Mistse normuvannia pratsi u kadrovii stratehii pidpriemstva / O. O. Tertychnyi V. V. Pustova, H. V. Danylchenko // Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy. – 2018. – Vyp. 20. – S. 139–143.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-7>

УДК 332.025

Ігор ЧАСТОКОЛЕНКО

Черкаський інститут пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля Національного університету цивільного захисту України
<https://orcid.org/0000-0001-9323-2684>

Костянтин ГРИГОРЕНКО

Черкаський інститут пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля Національного університету цивільного захисту України
<https://orcid.org/0000-0003-0811-1496>

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ТА ІНСТРУМЕНТАРІЙ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

У статті акцентовано увагу на сучасні трансформаційні зміни в глобальній економіці, які обумовлені процесами цифровізації і інформатизації. Виділено значення інформатизації для економіки України та наголошено на тенденціях, що сформували позитивні передумови для розширення інформаційних технологій на усіх рівнях вітчизняної економічної системи. Проведено аналіз останніх досліджень і публікацій та зроблено висновок про значну увагу вітчизняних науковців до розвитку інформатизації економічної системи та необхідності її покращення через здійснення відповідної державної політики. Метою державної політики інформатизації економічної системи запропоновано розглядати поширення системи цифрових комунікацій та цифрових бізнес-процесів на всю економічну систему країни, конвергенція інституційно-правових та економічних засад та рівня розвитку сектора діджитал-економіки України та країн-ЄС. Стратегічні пріоритети державної політики розділено стосовно економічного (цифровізація галузей Індустрії 4,0 та забезпечення синергії процесів реіндустріалізації та цифрової трансформації національної економіки; забезпечення цифрової комунікації секторів промислового виробництва та ІКТ, освіти й науки, сектора НДДКР; інклюзія суб'єктів сектора ІКТ в систему кластерних структур, інтеграційних об'єднань; зміцнення кібер-, інформаційної та фінансово-економічної безпеки суб'єктів реального сектора економіки; планування та реалізація стратегічних для країни проектів цифровізації) та організаційного (побудова повноцінної організаційно-управлінської системи менеджменту інформатизації національної економічної системи; інтеграція цієї системи в глобальну систему управління цифровими трансформаціями; розвиток вітчизняної системи стандартизації процесів цифрових відносин і комунікацій; покращення системи державного моніторингу та контролю перебігу процесів інформатизації, захисту економічних та споживчих прав на цьому ринку; модернізація системи охорони інтелектуальних цифрових продуктів та послуг) характеру. Визначено інструментарій державної політики інформатизації економічної системи, який враховує їх інституційний, економічний, фінансовий, організаційний, соціальний, політичний, психологічний, інформаційний, ресурсний, мотиваційний, просторово-структурний характер реалізації.

Ключові слова: інформатизація, державна політика, економічна система, національне господарство, стратегічні пріоритети, інструменти.

Ihor CHASTOKOLENKO, Konstantin GRIGORENKO

Cherkassy Institute of Fire Safety named after the Chernobyl Heroes of National University of Civil Defense of Ukraine NTCU Ukraine

STRATEGIC PRIORITIES AND INSTRUMENTS OF THE STATE POLICY OF INFORMATIZATION OF THE ECONOMIC SYSTEM

The article focuses on modern transformational changes in the global economy, which are mainly due to the processes of digitization and informatization. The value of informatization for the economy of Ukraine is highlighted and the trends that formed positive prerequisites for the expansion of information technologies at all levels of the domestic economic system are emphasized. The analysis of the latest research and publications was carried out and a conclusion was made about the significant attention of domestic scientists to the development of the informatization of the economic system and the need for its improvement through the implementation of the appropriate state policy. The purpose of the state policy of informatization of the economic system is proposed to consider the spread of the digital communications system and digital business processes to the entire economic system of the country, the convergence of institutional, legal and economic foundations and the level of development of the digital economy sector of Ukraine and EU countries. The strategic priorities of state policy are divided in relation to the economic (digitalization of Industry 4.0 branches and ensuring the synergy of the processes of reindustrialization and digital transformation of the national economy; ensuring digital communication of the industrial production and ICT sectors, education and science, the R&D sector; inclusion of ICT sector subjects in the system of cluster structures, integration associations; strengthening cyber, information, and financial and economic security of subjects of the real sector of the economy; planning and implementation of digitalization projects strategic for the country) and organizational (building a full-fledged organizational and management system for the management of informatization of the national economic system; integration of this system into a global digital transformation management system; development of the domestic system of standardization of digital relations and communications processes; improvement of the system of state monitoring and control of the process of informatization, protection of economic and consumer rights in this market; modernization of the system of protection of intelligent digital products and services) character. Such a division was also carried out with regard to the tools of state policy: institutional, economic, financial, organizational, social, political - economic in nature; psychological, informational, resource, motivational, spatial-structural - organizational.

Keywords: informatization, state policy, economic system, national economy, strategic priorities, tools.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Відомо, що цифрова трансформація національної економіки являє собою перехід від класичного виробництва й суспільного відтворення до нових технологічних укладів, більш прогресивного типу

розвитку, оснований на високих передових технологіях, зокрема в сфері інформатизації, цифровізації, біотехнологій і т. д. Саме завдяки стратегічній орієнтації на інформатизацію економіки й суспільства низка азійських країн, країн Європейського Союзу та Північної Америки в рази підвищили конкурентоспроможність національного продукту, розширили традиційні та забезпечили створення нових ринків збуту продукції і досягли за рахунок цього високих темпів економічного зростання. Для України ці процеси теж стали характерними, що позитивно включно зі створенням та помітними успіхами діяльності Міністерства цифрової трансформації України. Однак, іншими трендами все ще стали процеси деіндустріалізації економіки, послаблення конкурентних позицій внутрішнього виробництва, зростання імпортової залежності споживчого ринку, переважання енерговитратних низько технологічних галузей у реальному секторі економіки та експорті, що не лише посилює вразливість національної економіки до внутрішніх і зовнішніх макроекономічних шоків, але й істотно послабило економічну безпеку держави.

Відновлення конкурентних позицій, покращення місця країни в системі міжнародного поділу праці, усунення внутрішніх макроекономічних та соціальних дисбалансів і диспропорцій об'єктивно потребує формування та реалізації ефективної державної політики подальшого стимулювання розвитку й поширення процесів цифровізації та інформатизації економіки України та її галузей. Причому цей процес має йти на випередження, адже конкурентні технології у світі постійно розвиваються. Відтак, проблематика та аспекти ідентифікації стратегічних пріоритетів, інструментів і тактичних засобів державної політики, впровадження яких здатне й надалі стимулювати та ефективізувати інформатизацію економічної системи України мають стати актуальність і затребуваність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Глобальними трендами фаворування сучасного економічного зростання у найбільш передових економіках світу, беззаперечно, стали креативні індустрії, інтелектуальна творча діяльність дослідників і винахідників, інноваційні стартапи та венчурний бізнес і т. п. Надалі ці тенденції все активніше переростали у технологічну модернізацію в реальному секторі національної економіки, коли стало зрозуміло, що найбільш мобільними й продуктивними з них в епоху цифровізації все ж стають безпосередньо інформаційно-комунікаційні технології. Ці та інші тренди гарно описані, висвітлені та узагальнені у наукових працях-публікаціях С. Давимуки та Л. Федулової [1, с. 155–206], С. Давимуки, В. Куйбіди та Л. Федулової [2, с. 76–87], О. Сербіна та Л. Галаган [6, с. 1–2], О. Ястремської [7, с. 40–54] та ін.

Останнє десятиліття ознаменувалося достатньо цікавим трендом, коли науковці почали вести мову про діджиталізацію не лише як перспективно-продуктивну тенденцію, але як цілісний сектор національного господарства і окремий вектор економічних відносин. З таких позицій інформатизацію представлено в дослідженнях К. Вакулєнка [8, с. 12–16], І. Вахович та О. Чуль [9, с. 33–39], Т. Поносової, О. Химороди, Н. Тершак [10, с. 81–87].

Коли цифрова трансформації економіки й суспільства стала цільовим орієнтиром соціально-економічного поступу демократичних країн і суспільств широкого поширення набув окремий напрям державного регулювання в цій. Цілковито закономірно, що були напрацьовані специфічні методи, механізми, інструменти й засоби управління, регулювання та стимулювання розвитку відповідних процесів, що добре описані у працях Т. Васильціва, О. Рудковського [3, с. 162–169], Р. Лупака та Т. Штець [4, с. 33–39], О. Тімоніна та Ю. Сиваш [11, с. 177–181] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Однак, потрібно визнати, що сучасне середовище цифровізації надзвичайно активне й бурхливе, що якнайшвидше проникає у всі сфери суспільного життя та бізнес-відносин, а, відтак, набуває нових форм, методів, зрештою технологій. Разом із ним розвиваються і всі пов'язані з цим негативні процеси, особливо в частині кібер-загроз тощо. Вказане актуалізує потребу в постійному вдосконаленні та розробці нових теоретико-методичних і прикладних засад державної політики, з одного боку, контролю, а, з іншого, – стимулювання перебігу процесів цифрової трансформації національної економіки й суспільства.

Формулювання цілей статті

Метою статті є обґрунтування стратегічних пріоритетів та інструментів державної політики стимулювання та забезпечення розвитку інформатизації економічної системи країни. Поряд з тим ставляться цілі сформувані стратегічний підхід до державної політики інформатизації економічної системи, що буде враховувати управлінські аспекти та практичний інструментарій налагодження стабільних інформаційно-комунікаційних зв'язків на різних рівнях національної економіки і розширюватиме сфери впровадження інформаційних технологій для забезпечення вищої ефективності використання наявного ресурсного потенціалу конкурентоспроможного розвитку.

Виклад основного матеріалу

Постійні структурні трансформації економіки, необхідність пошуку нових ресурсів та одночасна відмова від сировинного типу економічного розвитку визначають напрями розбудови сучасного

національного господарства і вимагають впроваджувати засоби, що стимулюють поступ та підтримують його необхідні темпи. Однозначно, що перехід на прогресуючі та більшої ефективності технології передбачають досягнення успіху країни при забезпеченні соціально-економічного розвитку. Варто виділити значний вплив цифрових технологій та формування через їх впровадження значних конкурентних переваг національної економічної системи, а саме (1) підвищення конкурентоспроможності економіки та забезпечення її високодинамічного темпу розвитку, (2) покращення комунікацій держави, бізнесу, споживацького сектору економіки, (3) забезпечення прозорості державних інституційних органів та суб'єктів бізнесу, (4) розвиток нових форм підприємницької діяльності та покращення адаптації до глобалізаційних тенденцій, (5) пришвидшення розвитку науки, освіти, соціальної та інших гуманітарних сфер економіки, (6) формування та забезпечення нових стандартів якості життя суспільства, (7) підвищення ефективності управління виробничими процесами та розширення способів просування і реалізації продукції, (8) розвиток нових видів економічної діяльності та забезпечення їх ефективності.

Очевидно, що переваги від розширення інформаційних зв'язків в економічній системі є явними та мають прогресивне значення. Можна припустити про посилення ролі інформатизації та необхідність її широкого використання у забезпеченні конкурентоспроможності національного господарства. Такі зміни все більше захоплюють економічну систему і повинні бути регульованими державою, що дозволить забезпечити їх контрольованість, проводити моніторинг, передбачати негативні наслідки та ін.

Першочергово державна політика інформатизації економічної системи повинна бути стратегічно орієнтованою, передбачати економічні та організаційні зміни в національному господарстві і використовувати для цього прогресивні інструментарії (рис. 1).

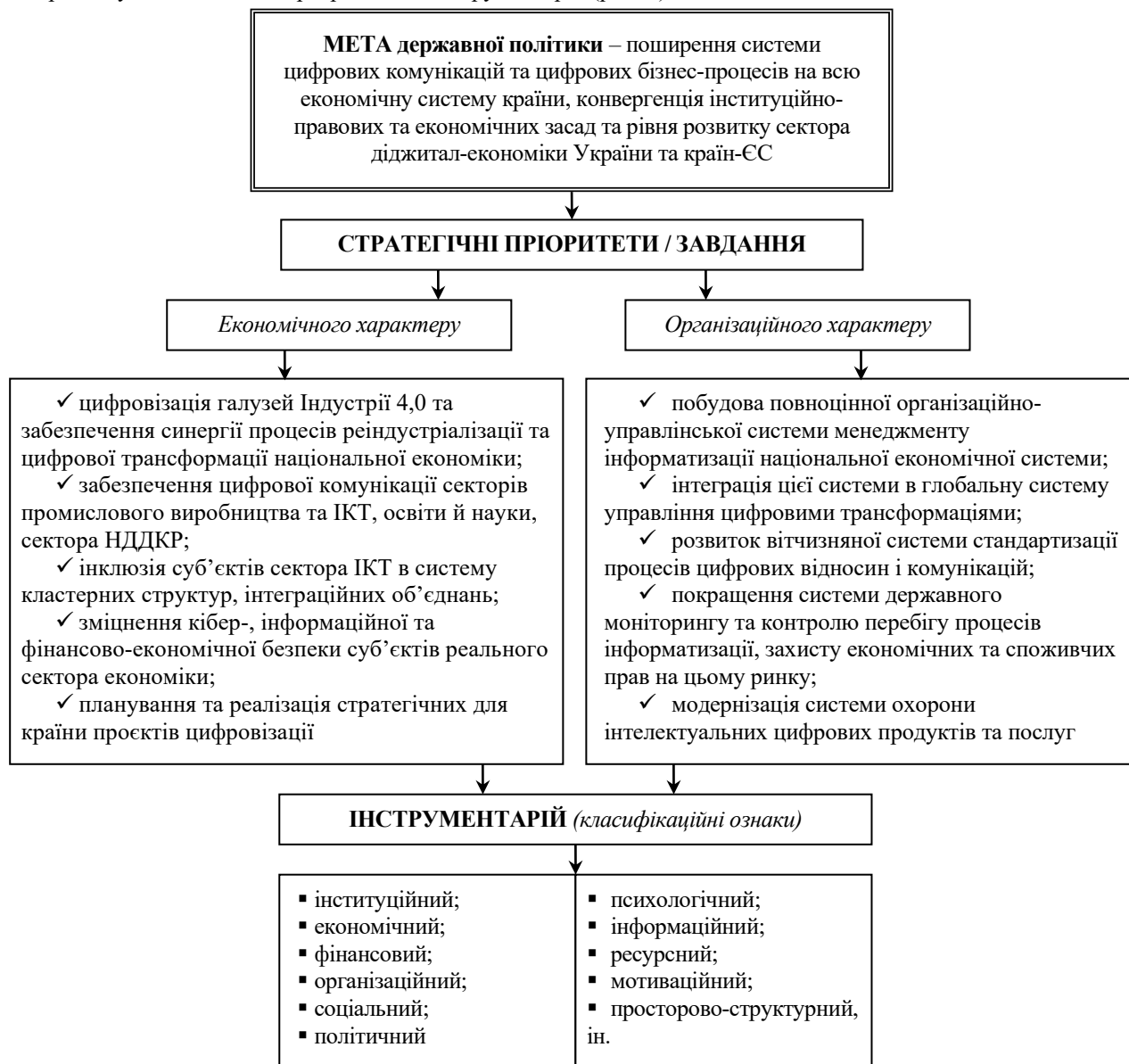


Рис. 1. Мета, стратегічні пріоритети та інструментарій державної політики інформатизації економічної системи України
Джерело: авторська розробка

Державну політику інформатизація варто розглядати як засіб забезпечення адаптації країни до швидкого темпу розвитку світового господарства, що вимагає залучення широкого набору цифрових технологій. Відсутність комунікацій розцінюється як перешкода для формування висококонкурентного національного господарства і завдання держави стимулювати та розширювати сфери застосування цифрових технологій, що забезпечують необхідний рівень інформаційної комунікації. Попри організаційні аспекти, варто наголосити й на економічному змісті інформатизації, а саме поширення цифрових бізнес-процесів, у результаті чого можливо суттєво підвищити ефективність використання наявних ресурсних потужностей для суб'єктів бізнесу та одночасно претендувати на збільшення частки ринку і залучення більшої кількості покупців.

Все більшої актуальності набувають процеси інтеграції та конвергенції, у результаті чого можливо покращити ресурсне забезпечення, якісно розподілити ризики та вирішити складні стратегічні завдання. Така практика набула поширення на різних рівнях економічної системи та апробована низкою розвинених країн й на загальнодержавному рівні. Дійсно економіка України нездатна конкурувати із багатьма країнами стосовно створення та впровадження інноваційно-технологічних продуктів, але очевидним є високий потенціал для досягнення таких результатів. Підтвердженням цього є значна кількість ЗВО та високий рівень освіченості українського суспільства. Попри це наша країна не готова підтримувати високі темпи інформатизації національного господарства і тут одним із шляхів досягнення необхідного результату є інтеграція вітчизняного цифрового сектора в європейський цифровий простір. Таким чином метою державної політики інформатизації економічної системи слід розглядати поширення системи цифрових комунікацій та цифрових бізнес-процесів на всю економічну систему країни, конвергенція інституційно-правових та економічних засад та рівня розвитку сектора діджитал-економіки України та країн-ЄС.

Досягнення мети визначається здатністю попередньо вирішити низку завдань. Враховуючи особливості інформатизації та стан справ щодо її розвитку в Україні вбачаємо виділити стратегічні завдання економічного та організаційного характеру. Вважаємо, що державі необхідно активно стимулювати розвиток галузей Індустрії 4.0 і тут важливе місце займає інформатизація галузей і згідно досвіду високотехнологічних країн є обов'язковою при таких стратегічних цілях держави. Поряд з тим необхідно забезпечити синергію процесів реіндустріалізації та цифровізації економіки, що дозволяє сформувати необхідне середовище для інформатизації та розширити сфери для її впровадження.

Інформатизація дозволяє змінити національне господарство, при цьому повинна розпочинатися із секторів промислового виробництва та ІКТ, освіти й науки, НДДКР. Такі висновки зроблено із того, яку кількість суб'єктів підприємницької діяльності та населення сектори здатні охопити і одночасно мають вагу у забезпеченні розвитку економіки. Завдання державної політики інформатизації забезпечити цифрові комунікації таких секторів, їх постійне покращення та розширення масштабів.

Все більше значення у бізнесі мають тенденції партнерства, співробітництва, що дозволяють об'єднати ресурси і успішно забезпечити досягнення цілей та завдань. Тут важливою є роль інформатизації та держави, в якій вимагається стимулювати інклюзію суб'єктів сектора ІКТ в систему кластерних структур, інтеграційних об'єднань. Водночас при інтеграції важливо забезпечити безпеку і досягнути повноцінного захисту інформаційних даних і тут пріоритетну роль відіграє держава. Від представників органів влади вимагається створити середовище, що дозволяє зміцнити кібербезпеку і поряд з тим стимулювати підвищення рівня інформаційної та фінансово-економічної безпеки суб'єктів реального сектора економіки.

Будь-які зміни вимагають стратегічного оцінювання, у контексті якого можливо вдало спроектувати способи досягнення стратегічних завдань. Держава повинна відігравати головну роль у стратегічному проектуванні, бути ініціатором структурних змін, проводити відповідні інституціональні реформи. Відтак визначальне значення має пріоритет планування та реалізація стратегічних для країни проектів цифровізації.

Поряд з економічними варто виділити й організаційні пріоритети державної політики інформатизації економічної системи. Так, в Україні потребується побудувати повноцінну організаційно-управлінську систему менеджменту інформатизації національної економічної системи, у контексті чого можливо гарантувати успішний розвиток комунікаційних зв'язків у середовищі інформатизації та одночасно забезпечити впровадження прогресивних схем при розв'язанні завдань інформатизації. Водночас, при будь-яких намаганнях розширити масштаби інформатизації, все це повинно корелюватися із глобалізаційними змінами. Відтак, важливим стратегічним пріоритетом державної політики інформатизації є забезпечення інтеграції цієї системи в глобальну систему управління цифровими трансформаціями. У підсумку вдається отримати доступ до сучасних цифрових технологій, мати змогу апробувати їх та розвивати із врахування особливостей національного господарства.

Інтеграція та глобалізація інформаційних потоків є необхідною і є пріоритетним завданням державної системи управління економікою, але одночасно повинен відбуватися й розвиток вітчизняної системи стандартизації процесів цифрових відносин і комунікацій. Це дозволяє полегшити перехід на міжнародні стандарти інформатизації, успішно адаптуватися до них і, у підсумку, створити привабливі інвестиційні умови перед іноземними та вітчизняними бізнес-структурами у секторі цифрової економіки.

Варто виділити й інші функції державного управління інформатизацією економічних системи – моніторинг, контроль, захист. Згідно цього вбачаємо необхідність покращення системи державного

моніторингу та контролю перебігу процесів інформатизації, захисту економічних та споживчих прав на цьому ринку, модернізації системи охорони інтелектуальних цифрових продуктів та послуг.

Поряд із визначенням стратегічних пріоритетів потребується сформувати набір інструментів, що дозволяють забезпечити їх досягнення. При реалізації державної політики інформатизації економічної системи доречно використовувати інструменти інституційного, економічного, фінансового, організаційного, соціального, політичного, психологічного, інформаційного, ресурсного, мотиваційного, просторово-структурного характеру.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Інформатизація є важливим інструментом забезпечення та підвищення конкурентоспроможності економіки, масштаби використання якого повинні активно поширюватися на усіх її рівнях та дієво підтримуватися державними інституціями. Україні за останні роки вдалося отримати значні результати у розвитку інформатизації економічної системи і цьому передувала низка інституційних реформ, зокрема створення Міністерства цифрової трансформації України. Так, за участі держави створено цифрову платформу «Дія», яка вже набула широкого поширення в суспільстві та виконує важливі завдання у забезпеченні комунікації держави, бізнесу, населення.

Отримано висновки, що в рамках державної політики інформатизації економічної системи необхідно розв'язати низку економічних та організаційних завдань і у результаті можливо досягнути позитивних структурних змін в системі державного регулювання національної економіки, бізнесу, громадянського суспільства. Йдеться про впровадження технологій Індустрії 4.0 та забезпечення реіндустріалізації національного господарства, розширення інформаційно-комунікаційних зв'язків підприємств реального сектору економіки, створення прогресивних кластерних бізнес-структур і це лише економічні результати, які можна досягнути в контексті інформатизації національного господарства. Варто виділити й організаційні зміни – це формування повноцінної інституційної системи управління цифровим сектором економіки, забезпечення інтеграції вітчизняної інформаційно-комунікаційної системи в глобальну мережу цифрових потоків інформації, розвиток вітчизняної системи стандартизації процесів цифрових відносин і комунікації та ін. Такий підхід використано при формуванні інструментарію державної політики інформатизації економічної системи.

Подальші наукові пошуки доцільно зосередити навколо аспектів обґрунтування стратегії зміцнення цифрової конкурентоспроможності галузей реального сектора економічної системи України та розширення інструментарію державного регулювання у сфері інформатизації та цифровізації, що дозволить забезпечити досягнення мети і цілей відповідної стратегічної політики.

Література

1. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». 2017. 528 с.
2. Давимука С. А., Куйбіда В. С., Федулова Л. І. Тенденції розвитку нової регіональної політики країн-членів Європейського Союзу. Регіональна економіка. 2019. № 1 (91). С. 76–87.
3. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В. Роль сектору інформаційно-комунікаційних технологій у формуванні та реалізації потенціалу smart-спеціалізації на регіональному рівні. Держава та регіони. 2019. № 5 (110). С. 162–169.
4. Лупак Р. Л., Штець Т. Ф. Стратегічне програмування державної політики цифровізації реального сектору економіки України. Економіка та держава. 2020. № 1. С. 33–39.
5. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Васильців В. Г. Характеристика функціональних складових економічної безпеки сектору інформаційно-комунікаційних технологій України. Економічний дискурс. 2017. Вип. 1. С. 161–172.
6. Сербін О., Галаган Л. Інновації в науці як чинник розвитку знанневого середовища. Вісник Книжкової палати. 2012. № 5. С. 1–2.
7. Ястремська О. М. Мотивація креативності новаторів : монографія. Харків : ХНЕУ, 2013. 212 с.
8. Вакуленко К. М. Розвиток креативного сектору світової економіки. 2017. URL : <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/23132>.
9. Вахович І. М., Чуль О. М. Розвиток креативної економіки в умовах транскордонного співробітництва. Проблеми економіки. 2014. № 3. С. 182–186.
10. Поснова Т. В., Химорода О. П., Тершак Н. А. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування. Інтернаука. 2018. № 3 (43), 2 т. С. 81–87.
11. Тімонін О. М., Сиваш Ю. М. Креативність як чинник інноваційної діяльності підприємств. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 11. С. 177–181.

References

1. Davymuka, S. A. and Fedulova, L. I. (2017). Creative sector of the economy: experience and directions of development. Lviv : Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine.

-
2. Davymuka, S. A., Kyibida, V. S. and Fedulova, L. I. (2019). Trends in the development of new regional policies of the European Union member states. *Rehional'na ekonomika*, no. 1 (91), pp. 76–87.
 3. Vasylytsiv, T. G., Lupak, R. L. and Rudkovskiyi, O. V. (2019). The role of the information and communication technology sector in the formation and implementation of the potential of smart specialization at the regional level. *Derzhava ta rehiony*, no. 5 (110), pp. 162–169.
 4. Lupak, R. L. and Shtets, T. F. (2020). Strategic programming of the state policy of digitalization of the real sector of the economy of Ukraine. *Ekonomika ta derzhava*. no. 1. pp. 33–39.
 5. Vasylytsiv, T. G., Lupak, R. L., Vasylytsiv, V. G. (2017). Characteristics of functional components of economic security of the information and communication technologies sector of Ukraine. *Economic discourse*, Issue 1. pp. 161–172.
 6. Serbin, O. and Galagan, L. (2012). Innovations in science as a factor in the development of the knowledge environment. *Visnyk Knyzhkovoyi Palaty*, no. 5, pp. 1–2.
 7. Yastremskaya, O. M. and Bardadim, O. I. (2013). Motivation of creativity of innovators. Kharkiv : KhNEU.
 8. Vakulenko, K. M. (2017). Development of the creative sector of the world economy. URL : <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/23132>.
 9. Vakhovych, I. M. and Chul, O. M. (2014). Development of creative economy in conditions of cross-border cooperation. *Problemy ekonomiky*, no. 3, pp. 182–186.
 10. Posnova, T. V., Hymoroda, O. P. and Tershak, N. A. (2018). Creative economy: essence, features and preconditions of formation. *Internauka*, no. 3 (43), pp. 81-87.
 11. Timonin, O. M. and Syvash, Yu. M. (2016). Creativity as a factor of innovative activity of enterprises. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*, no. 11, pp. 177-181.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-8>

УДК 658.657.424:339.9

Віра ШПИЛЬОВА

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»
<https://orcid.org/0000-0002-3891-3804>

Наталія ПОЛЬОВА

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський Університет»
<https://orcid.org/0000-0002-5140-2136>

Віктор ШПИЛЬОВИЙ

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»
<https://orcid.org/0000-0002-6071-9522>

ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ІННОВАЦІЙ В ПРОЦЕСІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті наголошено на важливості стратегічного менеджменту інновацій в процесі забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Виділено необхідність впровадження маркетингового інструментарію та його роль при стратегічному управлінні інноваційними та зовнішньоекономічними процесами підприємства. Отримані результати проведеного аналізу останніх досліджень і публікацій дозволи зробити висновок, що сучасні тенденції призвели до змін наукових інтересів стосовно вивчення пріоритетних сфер діяльності підприємств та передумов, що визначають успіх їх розвитку. Виділено перелік умов, що розширюють сфери застосування маркетингового інструментарію при посиленні інноваційної активності підприємств машинобудування у системі зовнішньоекономічної діяльності. Наведено переваги маркетингового інструментарію та наслідки відмови від їх впровадження для машинобудівних підприємств при розвитку інноваційної та зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: маркетинг, стратегічний менеджмент, зовнішньоекономічна діяльність, інновації, підприємство, машинобудування.

Vira SHPILEVA, Nataliya POLYOVA, Viktor SHPYLOVYI
Private Higher Educational Establishment «European University»

IMPLEMENTATION OF THE MARKETING TOOLKIT OF STRATEGIC MANAGEMENT OF INNOVATIONS IN THE PROCESS OF ENSURING THE EFFICIENCY OF THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISE'S FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

The article emphasizes the importance of strategic innovation management in the process of ensuring the effectiveness of the enterprise's foreign economic activity. The necessity of implementing marketing tools and its role in the strategic management of innovative and foreign economic processes of the enterprise is highlighted. The obtained results of the analysis of the latest research and publications allowed us to conclude that modern trends have led to changes in scientific interests regarding the study of priority areas of enterprise activity and prerequisites that determine the success of their development. When ensuring the efficiency of foreign economic activity, it is appropriate for machine-building enterprises to develop a system of strategic management of innovations. The list of conditions that expand the scope of application of marketing tools in strengthening the innovative activity of the machine-building enterprise in the system of foreign economic activity is highlighted: formation of a motivational environment; implementation of Industry 4.0 technologies; use of alternative sources of investment; development of the potential of innovative activity; information provision and database formation; expansion of foreign economic relations; development of communications and creation of digital platforms; development of organizational culture. The marketing toolkit should take into account the influence of globalization trends, changes in the environment of resource provision, structural transformations of the national economy, etc., which allows to successfully solve the tasks and create the necessary prerequisites for strengthening the innovative activity and development of the enterprise's foreign economic relations. The advantages of marketing tools and the consequences of refusing their implementation for machine-building enterprises in the development of innovative and foreign economic activities are given.

Key words: marketing, strategic management, foreign economic activity, innovation, enterprise, engineering.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Процес створення інновації та виведення їх на ринок об'єднує розробників, виробників і споживачів. Розширення масштабів інноваційної діяльності змушує споживачів набагато швидше сприймати нові продукти, а також відмовлятися від них. Це призводить до зникнення з ринку різноманітних товарів і послуг. Відтак потребується сформуванню систему стратегічного менеджменту інновацій, що дозволяє посилити споживчий інтерес до нових продуктів, зміцнити конкурентні позиції підприємства на ринку, розвинути партнерські відносини із постачальниками та дистриб'юторами, залучати нових суб'єктів для посилення інноваційної активності. Водночас у процесі виведення на ринок інновацій та представлення

їх споживачам прийнято враховувати особливості розвитку бізнесу, а саме модернізованість матеріально-технічної бази, інноваційність виробничих процесів, диверсифікованість ресурсного забезпечення та ін.

Також потребує уваги галузь, у якій підприємства працюють, розвивають та досягають економічні і соціальні інтереси. Так, при розвитку системи стратегічного менеджменту та забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності у галузі машинобудування необхідно враховувати потребу в постійному технологічному оновленні виробничих процесів, налагодженні замкнутого циклу, підвищенні рівня доданої вартості продукції та її конкурентоспроможності. Тому при організації системи стратегічного менеджменту інновацій підприємства машинобудування стикаються з низкою завдань, зокрема необхідно розширити комунікативні зв'язки із секторами НДДКР, фінансових послуг та ін., впровадити прогресивну систему стимулювання та мотивації при створенні інновацій, налагодити участь у реалізації прогресивних проєктів на різних рівнях економічної системи. Натомість при забезпеченні ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємствам машинобудування доречно розвивати систему стратегічного менеджменту інновацій через проведення наукових досліджень і розробок, формування конкурентних переваг, пов'язаних зі створенням нового товару чи послуги, розширення партнерських зв'язків та реалізації прогресивних інноваційно-технологічних проєктів, розроблення та впровадження нових технологій. Все це визначає актуальність створення машинобудівними підприємствами середовища, у якому вдається розв'язати завдання із забезпечення зовнішньоекономічної діяльності та розвитку системи стратегічного менеджменту інновацій. Визначальне значення тут варто віднести маркетинговому інструментарію, при впровадженні якого можливо налагодити тісні взаємозв'язки із учасниками ринкового середовища, від поведінки яких залежить здатність машинобудівних підприємств вирішувати стратегічні завдання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Особливості функціонування, а також загальні засади менеджменту підприємств промисловості, зокрема машинобудування, достатньо ґрунтовно досліджені у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі. Разом із тим, нові прогресивні підходи до управління розвитком, підвищенням ефективності господарювання, реалізацією економічного потенціалу, а також зміцненням конкурентоспроможності, на постійній основі перебувають у фокусі наукових інтересів Я. Березівського [1, с. 15-21], М. Куницької-Іляш [3, с. 17-23], О. Іляш, Р. Лупака, О. Трофименко, І. Джадан [4, с. 94-116] та ін. дослідників.

В частині спеціалізації вітчизняних машинобудівних підприємств, то їх стабільне функціонування і розвиток тісно корелює з участю та збільшенням масштабів зовнішньоекономічної діяльності. Відповідно, в цьому сенсі прикладними і науково корисними є напрацювання таких авторів, як Т. Васильців і Т. Городня [2, с. 52-57], Р. Шинкаренко [5, с. 19-24], О. Вівчар [6, с. 24-30], В. Євтушенко, В. Ляшевська, Ю. Чупринюк [7, с. 23-29], Ю. Джерелюк, Ю. Кравчика, О. Гарафонові, Т. Каткової [11, с. 101-108], Ю. Кравчика, Т. Каткової [12, с. 83-91] особливо в частині напрацювання ефективного й доступного інструментарію виходу продукції вітчизняних машинобудівних підприємств на зовнішні ринки збуту, в тому числі зі застосуванням підходів, які передбачають активізацію їх інвестиційно-інноваційної діяльності.

Втім, у будь-якому випадку ефективність виходу на зовнішні ринки та утримання на них конкурентних позицій це питання якості маркетингової політики суб'єктів бізнесу. Саме тому слід розвивати напрацювання в цій сфері, основою яких на нині є результати досліджень в тому числі таких вітчизняних науковців, як В. Ганін та С. Борох [8, с. 162-169], С. Ковальчук і Б. Цурська [9, с. 125-129], О. Кривешко, М. Замроз, Г. Кундицька [10] та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Прийнято застосовувати набір різних маркетингових інструментів, що здатні вирішити завдання стратегічного менеджменту інновацій та забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Попри це ефективність та результативність маркетингу в значній мірі залежить від умов, що сформувалися на підприємстві та визначають вектори його конкурентного розвитку. Маркетинговий інструментарій повинен враховувати вплив глобалізаційних тенденцій, зміни середовища ресурсного забезпечення, структурні трансформації національного господарства та інше, що дозволяє успішно вирішити поставлені завдання та сформувати необхідні передумови для посилення інноваційної активності і розвитку зовнішньоекономічних відносин підприємства.

Формулювання цілей статті

Метою статті є обґрунтування впровадження маркетингового інструментарію стратегічного менеджменту інновацій в процесі забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу

Розвиток інноваційного менеджменту відображає загальнотеоретичне розуміння стратегічного напрямку розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств, потенціалу підвищення ефективності

виробництва та довгострокової конкурентоспроможності шляхом освоєння нових науково-технічних досягнень.

Основною метою інноваційного менеджменту є теоретичне визначення перспектив і показ практичних шляхів подолання основних проблем інноваційної пасивності економічного розвитку підприємства, а також сприяння інноваційній зовнішньоекономічній діяльності. Загалом усі стратегії розвитку інноваційної діяльності зовнішньоекономічного розвитку підприємства машинобудування можна поділити на дві основні групи: (1) пов'язані зі зміцненням конкурентоспроможності наявної продукції на ринку; (2) передбачають створення можливостей для забезпечення виходу інноваційної продукції підприємства на новий ринок.

Розглядаючи питання забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств машинобудування, найважливішим є створення умов розвитку, які сприяють стимулюванню інноваційної діяльності (рис. 1).



Рис. 1. Умови, що розширюють сфери застосування маркетингового інструментарію при посиленні інноваційної активності машинобудівних підприємств у системі зовнішньоекономічної діяльності

Формуючи організаційну структуру вдається впровадити цінності, норми і правила, що сприяють саморозвитку та покращенню продуктивності праці і розвитку творчого мислення, інтелектуалізації, відповідальності. У підсумку створюється внутрішній інтелектуально-кадровий потенціал, здатний посилити інноваційну активність підприємства та одночасно забезпечити досягнення його цілей зовнішньоекономічної діяльності.

Завдання мотиваційного середовища сформувати умови, які дозволяють розширювати сфери маркетингу як відносно персоналу, так і покупців підприємства. Через маркетингові технології персонал отримує нові можливості для реалізації власних ідей та напрацювань, які дозволять збільшити суми його заробітку та покращити умови праці, а покупці здатні розширити сфери комунікацій із бізнесом і таким чином покращити якість задоволення споживчих потреб. Попри це важливо дотримуватися принципу партисипативності – стимулювання персоналу до участі в прийнятті управлінських рішень та посиленні відповідальності за виконану роботу.

Пріоритетне значення для розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств машинобудування мають технології та їх впровадження є необхідним при забезпеченні конкурентоспроможності продукції, розширенні конкурентних переваг на ринку та вирішенні інших важливих завдань. Модернізація виробничих процесів повинна відбуватися постійно і бути спланованою, що може гарантувати збереження конкурентних позицій підприємства та сформувати необхідний потенціал для їх покращення. З огляду на це важливим завданням є формування ресурсного забезпечення і згідно досвіду провідних машинобудівних підприємств попри базові джерела потрібно впроваджувати схеми альтернативного інвестування. Йдеться про інструменти факторингу, селенгу, краудфандингу та інші, що дозволяють залучати зовнішні фінансові ресурси при реалізації інноваційно-технологічних проєктів.

Попри фінансове забезпечення вагомим значення мають інформаційні ресурси та технології, що пов'язані із способами їх накопичення та передачі. Дійсно бізнес все більше використовує нематеріальні активи, що базуються на інформаційних даних і формування відповідних баз стає необхідним та край

важливим. Цифровізація та діджиталізація є провідною ознакою інноваційного розвитку підприємств машинобудування та умовою налагодження зовнішньоекономічних зв'язків і в подальшому їх роль буде лише посилюватися.

Для вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю при формуванні стратегічних напрямів інноваційного розвитку необхідно виходити з внутрішньоорганізаційних особливостей підприємства. Загалом управління підприємствами машинобудування з метою активізації зовнішньоекономічної діяльності потребує детального вивчення стану та особливостей функціонування, збуту продукції на міжнародному ринку, оцінки всіх переваг та можливостей розвитку на ньому у майбутньому. Згідно цього оцінювання ризиків розвитку потенціалу зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинне бути основою стратегічного менеджменту інновацій. Відомо, що прогнозування ситуації на зовнішніх ринках значною мірою залежить від досвіду, кваліфікації та навичок менеджерів, які будуть безпосередньо задіяні в цих процесах управління. Водночас у рамках посилення інтеграційних процесів зовнішньоекономічна діяльність визначає конкурентні переваги підприємства машинобудування на світовому ринку товарів і послуг шляхом впровадження різноманітних форм і методів сучасних зовнішньоекономічних відносин, удосконалення техніки і технології виробництва, підвищення інтелектуалізації праці, забезпечення конкурентоспроможності продукції.

Як одна зі складових системи стратегічного менеджменту інновацій, стратегія зовнішньоекономічної діяльності – це чіткий план розвитку підприємства з метою виходу на зовнішні ринки, завоювання бажаної частки ринку, набуття нових та збереження існуючих конкурентних переваг. З цих позицій забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності – це сукупність управлінських рішень, які сприяють досягненню найбільш ефективних цілей інноваційної діяльності підприємства і враховують можливі дії та реакції інших учасників ринку.

З цієї причини підприємства машинобудування, що працюють на зовнішніх ринках, повинні проводити належну оцінку бізнес-середовища та розробити ефективні методи підвищення своєї міжнародної конкурентоспроможності, з одного боку, відповідно до поточної ринкової ситуації, конкретного ринку та тенденції його розвитку, з іншого – у відповідності до особливостей реіндустріалізації виробничих процесів.

Також у процесі формування системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємствам машинобудування необхідно відзначити ряд важливих характеристик інноваційного розвитку. Ці характеристики слід розділити на дві групи, зокрема (1) загальні (розгляд обмеженої кількості ситуацій і факторів, комплексність, взаємозв'язок між ієрархією стратегій) та (2) нетрадиційні (врахування пріоритетності зовнішньоекономічної діяльності, орієнтація на внутрішні організаційні зміни, реалізація управлінських рішень, пов'язаних з вибором оптимальних векторів розвитку зовнішньоекономічної діяльності, впровадження конкретних довгострокових заходів посилення конкурентних позицій на зовнішніх ринках в рамках загальної стратегії інноваційного розвитку).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Впровадження маркетингового інструментарію стратегічного менеджменту інновацій в процесі забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності машинобудівного підприємства дозволяє (1) посилити готовність підприємства використовувати конкурентні можливості, (2) мінімізувати ризики та негативний вплив економічної невизначеності на зовнішньоекономічну діяльність та інноваційний розвиток, (3) адаптувати до змін та умов зовнішнього конкурентного середовища, (4) стимулювати впровадження ухвалених управлінських рішень на довгострокову перспективу, (5) покращити внутрішній контроль зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві.

Відхилення маркетингових інструментів та нездатність сформувати систему менеджменту інновацій створює перешкоди для забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності машинобудівним підприємствам, зокрема (1) відсутність розуміння стосовно реалізації стратегічних завдань та цілей зовнішньоекономічної діяльності, (2) нездатність розглядати зовнішньоекономічну та іншу діяльність як складний процес, в якому тактичні зміни відображаються безпосередньо в системі стратегічного планування, (3) втрата виробничо-інноваційної орієнтації внаслідок слідування короткостроковим інтересам, (4) послаблення або втрата конкурентних позицій на ринку.

При посиленні машинобудівними підприємствами інноваційної активності та забезпеченні ефективності зовнішньоекономічної діяльності необхідно враховувати деякі особливості впровадження маркетингового інструментарію, зокрема (1) маркетинг є складовою частиною системи управління та може здійснювати як позитивний, так і негативний вплив на діяльність підприємства, (2) маркетингова діяльність головним чином базується на функціональному підході та виконує на кожному етапі розвитку підприємства різні управлінські функції, (3) впровадження підприємствами маркетингових технологій на глобальному ринку визначається послідовністю етапів реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності, (4) маркетинг передбачає здійснення стратегічних змін з метою перемоги в конкуренції та забезпечення сталого розвитку підприємства з урахуванням змін у зовнішньому середовищі, джерел стратегічних сил і внутрішніх можливостей, (5) управління маркетинговими процесами при організації зовнішньоекономічної діяльності передбачає ведення бізнесу з певними урядами, валютами, політичними, правовими та економічними

системами, де широкий територіальний простір, різний по наявності вплив природних, кліматичних, часових та інших факторів.

Перспективи подальших досліджень стосуються розширення сфер застосування маркетингового інструментарію, що стимулюватиме розвиток інноваційної діяльності та посилення конкурентних позицій машинобудівних підприємств, а також дозволить збільшити частку вітчизняної продукції машинобудування на внутрішньому та світовому ринках.

Література

1. Березівський Я. П. Ідентифікація умов та чинників формування технологічної конкурентоспроможності національної економіки. *Бізнес Інформ*. 2021. № 7. С. 15–21.
2. Васильців Т. Г., Городня Т. А., Лупак Р. Л. Економічні аспекти диверсифікації підприємства з використанням інноваційних інвестицій. *Інтелект ХХІ*. 2017. Вип. 1. С. 52–57.
3. Куницька-Ляш М. В., Березівський Я. П. Концептуально-методичні підходи до ідентифікації типологічних та логічно-структурних характеристик пріоритетних галузей національної економіки. *Бізнес Інформ*. 2021. № 4. С. 17–23.
4. Ilyash O., Lupak R., Vasylytsiv T., Trofymenko O., Dzhadan I. Modelling of the Dependencies of Industrial Development on Marketing Efficiency, Innovation and Technological Activity Indicators. *Ekonomika*. 2021. Vol. 100(1). P. 94–116.
5. Шинкаренко Р. В. Сутність та особливості форм виходу підприємств на зовнішні ринки. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2018. Вип. 1 (12). С. 19–24.
6. Вівчар О. І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2015. № 2. С. 24–30.
7. Євтушенко В. А., Ляшевська В. І., Чупринюк Ю. В. Дослідження та вдосконалення стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 6. С. 23–29.
8. Ганін В. І., Борох С. В. Стратегічні аспекти управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Економічний аналіз*. 2018. Том 28. № 3. С. 162–169.
9. Ковальчук С. В., Цурська Б. Г. Застосування інструментів маркетингових комунікацій в умовах кризи. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. № 6. С. 125–129.
10. Кривешко О. В., Замроз М. В., Кундицька Г. С. Сучасна концепція маркетингу на вітчизняних підприємствах. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/89.pdf.
11. Джерелюк Ю., Кравчик Ю., Гарафонова О., Каткова Т. (2022). ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНТЕГРАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS, (2), 101–108. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-13>
12. Каткова Т. І., Кравчик Ю. В. Організаційно-економічні аспекти управління маркетинговим забезпеченням розвитку зовнішньоекономічних операцій підприємства. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 1. С. 83–91.

References

1. Berezivskyy, YA. P. (2021). Identification of conditions and factors shaping the technological competitiveness of the national economy. *Business Inform*. no. 7. pp. 15–21.
2. Vasylytsiv, T. G., Horodnia, T. A., Lupak, R. L. (2017). Economic aspects of enterprise diversification using innovative investments. *Intelligence XXI*. Issue 1. P. 52–57.
3. Kunitska-Ilyash, M. V., Berezovsky, 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.
4. Ilyash, O., Lupak, R., Vasylytsiv, T., Trofymenko, O., Dzhadan, I. (2021). Modelling of the Dependencies of Industrial Development on Marketing Efficiency, Innovation and Technological Activity Indicators. *Ekonomika*. Vol. 100(1). P. 94–116.
5. Shynkarenko, R. V. (2018). The essence and features of forms of access of enterprises to foreign markets. *Eastern Europe: Economics, Business and Management*. no. 1 (12). pp. 19–24.
6. Vivchar, O. I. (2015). The main aspects of improving the efficiency of foreign economic activity of enterprises. *Galician Economic Bulletin*. no. 2. pp. 24–30.
7. Yevtushenko, V. A., Lyashevskaya, V. I., Chuprynyuk, Yu. V. (2020). Research and improvement of strategic planning of foreign economic activity of the enterprise. *Business Inform*. no. 6. P. 23–29.
8. Hanin, V. I., Borokh, S. V. (2018). Strategic aspects of management of foreign economic activity of the enterprise. *Economic analysis*. Vol. 28. no. 3. pp. 162–169.
9. Kovalchuk, S. V., Tsurska, B. H. (2020). The use of marketing communications tools in a crisis. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. no. 6. pp. 125–129.
10. Kryveshko, O. V., Zamroz, M. V., Kundytka, H. S. (2021). Modern concept of marketing at domestic enterprises. *Efficient economy*. no. 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2021/89.pdf.
11. Dzheryliuk Y., Kravchik Yu., Garaphonova O., & Katkova T. (2022). ESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF PRODUCTS OF THE MACHINE-BUILDING ENTERPRISE AS THE INTEGRAL CHARACTERISTIC OF EFFICIENCY OF ITS MARKETING ACTIVITY. MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS, (2), 101–108. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-4-13>
12. Katkova T., Kravchik Y. Organizational and economic aspects of marketing management of foreign economic operations at the enterprise. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2022. Volume 7. № 1, pp. 83 – 91.

Ніла ХРУЩ

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-9930-7023>

Людмила НЯНЬКО

Університет економіки і підприємництва
<https://orcid.org/0000-0002-0763-487X>

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ ПУБЛІЧНИХ ФІНАНСІВ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Метою статті є дослідження та оцінка стійкості публічних фінансів як складової фінансової системи держави в умовах нестабільності. Раннє виявлення загроз стабільності економічного розвитку та своєчасного попередження кризових ситуацій є однією з найважливіших довгострокових цілей економічної політики уряду будь-якої країни. Розглянуто теоретичні аспекти системи публічних фінансів, а саме: їх сутність, функції та структура, а також сучасна система публічних фінансів України, її структура та складові ланки. Публічні фінанси є ключовою складовою фінансової системи України, які володіють більше половини усіх фінансових ресурсів та включають в себе різноманітні фінансові інститути, які реалізують функції держави. Забезпечення публічних фінансів – це інституційний процес, який полягає у здійсненні структурних перетворень їх складових для забезпечення ефективного накопичення та розподілу державних фінансових ресурсів відповідно до пріоритетів соціально-економічного розвитку країни. Розкрито практичні аспекти застосування сучасного інструментарію оцінювання стійкості публічних фінансів в умовах України. Наведено еволюцію підходів до визначення поняття "стійкість". Багатофункціональність публічних фінансів зумовлює їх розгалужену структуру, головною складовою котрої є Державний бюджет.

У статті проведено аналіз виконання Державного бюджету України за дев'ять років (2013-2021 рр.), як ключової складової публічних фінансів і одного з критеріїв їх стійкості, визначено рівень бюджетного дефіциту та його частина в ВВП. Показано, що показники бюджету майже відповідають європейським критеріям стійкості системи публічних фінансів. Проявом нестійкості фінансової позиції держави, як правило, є необмежене зростання відносної величини державного боргу (не більше 60% ВВП). Неминучим наслідком нестійкості публічних фінансів є гіперінфляція та/або відмова держави від обслуговування своїх зобов'язань (дефолт). За розрахунками отримано, що рівень державного боргу тільки в 2019 р. і 2021 р. відповідав цим вимогам. Необхідність дотримання співвідношення державного боргу і ВВП на постійному рівні для забезпечення фінансової стійкості аргументується тим, що сума державного боргу, яка постійно зростає невдовзі може досягти певного ліміту, який буде сприйматися як поріг платоспроможності.

Ключові слова: публічні фінанси, фінансова система, бюджет, стійкість, державні фінанси.

Nila KHRUSHCH

Khmelnitskyi National University

Lyudmila NIANKO

University of Economics and Entrepreneurship

ENSURING THE SUSTAINABILITY OF PUBLIC FINANCES IN THE CONDITIONS OF SOCIAL AND ECONOMIC INSTABILITY

The purpose of the article is research and assessment of the stability of public finances as a component of the financial system of the state in conditions of instability. Early detection of threats to the stability of economic development and timely prevention of crisis situations is one of the most important long-term goals of the economic policy of the government of any country. The theoretical aspects of the public finance system are considered, namely: their essence, functions and structure, as well as the modern public finance system of Ukraine, its structure and component links. Public finance is a key component of the financial system of Ukraine, which owns more than half of all financial resources and includes various financial institutions that implement the functions of the state. Ensuring public finances is an institutional process, which consists in the implementation of structural transformations of their components to ensure the effective accumulation and distribution of public financial resources in accordance with the priorities of the country's socio-economic development. The practical aspects of the application of modern tools for assessing the sustainability of public finances in the conditions of Ukraine are revealed. The evolution of approaches to defining the concept of "sustainability" is presented. The multi-functionality of public finances determines their extensive structure, the main component of which is the State budget.

The article analyzes the implementation of the State Budget of Ukraine for nine years (2013-2021), as a key component of public finances and one of the criteria for their sustainability, and determines the level of the budget deficit and its share in GDP. It is shown that the budget indicators almost correspond to the European criteria for the sustainability of the public finance system.

A manifestation of the instability of the state's financial position is, as a rule, an unlimited increase in the relative value of the state debt (no more than 60% of GDP). An inevitable consequence of the instability of public finances is hyperinflation and/or the state's refusal to service its obligations (default). Based on calculations, it was found that the level of the state debt met these requirements only in 2019 and 2021. The need to maintain the ratio of public debt to GDP at a constant level to ensure financial stability is argued by the fact that the amount of public debt, which is constantly growing, may soon reach a certain limit, which will be perceived as the solvency threshold.

Key words: public finances, financial system, budget, sustainability, state finances.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Забезпечення стійкості публічних фінансів і збереження темпів зростання економіки в умовах нестабільності економічних систем й обмеженості бюджетних ресурсів значною мірою визначаються ефективністю забезпечення потрібної адаптивності механізму формування та руху фінансових ресурсів держави. Для сучасного стану економіки України характерний високий рівень суспільних потреб, які визначають масштаби та форми фінансової діяльності держави. Система публічних фінансів безпосередньо пов'язана з конституційними функціями держави, і тому є прямою передумовою діяльності державних інституцій.

Зміст функціонування системи публічних фінансів полягає у перерозподілі ресурсів між державою, корпоративним сектором та домогосподарствами, який фінансово забезпечує функціонування та розвиток кожного з трьох агрегованих суб'єктів. Тенденції розвитку системи публічних фінансів в Україні і світі сьогодні містять в собі додаткові можливості та загрози, тому політика забезпечення її стійкості є завданням стратегічної важливості. В свою чергу, важливою умовою політики удосконалення системи публічних фінансів є чітке додержання критеріїв первинності національних довгострокових цілей соціально-економічного розвитку. Останнім часом система публічних фінансів відчуває сильного впливу з боку макроекономічної та фінансової нестабільності, тому визначення місця і ролі публічних фінансів у фінансовій системі країни потребує проведення аналізу багатьох параметрів, які характеризують їх стійкість.

Аналіз досліджень та публікацій

У вітчизняній економічній літературі питання функціонування системи публічних фінансів розглядають такі вчені і фахівці, як О. Василик, О. Кириленко, І. Луніна, В. Опарін, К. Павлюк, В. Федосов, І. Чугунов та ін. Проте питання дослідження стійкості публічних фінансів як складової фінансової системи держави все ще залишається не до кінця вирішеним.

Формулювання цілей статті

Мета статті – дослідження та оцінка стійкості публічних фінансів як складової фінансової системи держави в умовах нестабільності.

Виклад основного матеріалу

Публічні фінанси як складова фінансової системи являють собою фінансовий ресурс і формують фінансовий потенціал соціально-економічної системи тому, що функціонування фінансової системи країни нерозривно пов'язано з динамікою розвитку і поточним станом економіки. У зв'язку з цим роль державних фінансів суттєво зростає як у плані мобілізації фінансових ресурсів, так і в плані раціонального та ефективного їх використання.

Державні фінанси відіграють провідну роль в діяльності країни, їх здатність забезпечувати соціально-економічний розвиток та адаптувати різні інноваційні підходи до управління грошовими потоками держави сприяє впровадженню ринкових важелів правління. На даний час державні (публічні) фінанси виступають не лише джерелом наповнення скарбниці країни, а й визначають на базі фактичного обсягу фінансових ресурсів першочергові напрямки його розподілу. Саме процедури накопичення, формування та розподілу призводять до узгодження грошових потоків країни, для її майбутнього розвитку. Постає питання рівня ефективності проведення даних процедур з дотриманням вимог їх призначення. На погляд політиків, фахівців фінансової сфери та багатьох науковців саме збалансована система державних фінансів та ефективне управління бюджетними ресурсами забезпечують формування сприятливого макроекономічного середовища для активізації підприємницької діяльності, збільшення інвестицій, належного соціального захисту населення. При цьому, доведено дисбаланси та проблеми в системі державних фінансів, особливо коли вони сягають критичного рівня, здатні продукувати економічні загрози національного масштабу [1].

Публічні фінанси як складова фінансової системи відображають фінансові відносини, відтворюють відносини розподілу та перерозподілу, опосередковують рух грошової маси. Їм належить важлива роль у фінансовій системі держави, оскільки саме за рахунок публічних фінансів здійснюється фінансування заходів економічного і соціального розвитку.

Отже, публічні фінанси – це сукупність економічних відносин щодо формування доходів і здійснення витрат, спрямованих на виконання функцій органів загального державного управління на центральному, регіональному та місцевому рівнях. В Україні в сучасних умовах складовими публічних фінансів є державний бюджет, місцеві бюджети та бюджети фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування. При переданні деяких державних функцій певним інституційним структурам (наприклад, державним корпораціям за досвідом США) або наддержавним органам публічної влади (зокрема, у випадку вступу нашої держави до ЄС) структурні складові публічних фінансів потребуватимуть уточнення [2, с. 32].

Роль публічних фінансів в управлінні економікою досить вагома, оскільки вони є значним важелем, що впливає на темпи та пропорції суспільного розвитку. Рівень формування системи публічних фінансів є водночас і умовою, і результатом соціально-економічного розвитку.

Можемо зазначити, що сучасні публічні фінанси формуються й функціонують саме на основі утворення та розбудови розгалуженого суспільного сектору в контексті як забезпечення їх публічності й підконтрольності суспільству, так і охоплення суспільних потреб. Тобто проблематика публічних фінансів не зводиться саме до структурних питань – розгляду їх як сукупності державних і місцевих фінансів, а висвітлює особливі трансформації у фінансовій діяльності держави й місцевого самоврядування внаслідок поступального розвитку суспільного сектору з метою забезпечення повноти та якості суспільних благ. Отже, є всі вагомі аргументи стверджувати, що до сфери публічних фінансів мають відноситися не лише державні та місцеві, а й фінанси громадських організацій і об'єднань. Без заперечень, в їхній фінансовій діяльності є організаційні й сутнісні відмінності. Так, державні та місцеві фінанси, що належать до сектору загального державного управління, ґрунтуються на примусовому перерозподілі на користь держави й місцевого самоврядування доходів юридичних і фізичних осіб за допомогою податків та обов'язкових платежів, встановлених законодавчо. У громадських організаціях і об'єднаннях подібну роль виконують членські внески, визначені їхнім статутом. Державні й місцеві фінанси забезпечують задоволення загальносуспільних потреб, тоді як громадських організацій і об'єднань – колективні потреби окремої групи людей. Проте, ці відмінності більше стосуються форми та охоплення, ніж змісту й призначення. В свою чергу зауважимо, що фінанси громадських організацій і об'єднань набагато ближчі саме до публічних фінансів, ніж до фінансів суб'єктів господарювання [3, с. 94].

Ефективне функціонування фінансової системи здійснюється за допомогою спеціальних фінансових методів, засобів та важелів, серед яких бюджетні, податкові, грошово-кредитні та інші.

В останні десятиріччя забезпечення стійкості публічних фінансів належить до пріоритетних напрямів фінансової політики. Негативні прояви економічної нестабільності внаслідок збільшення інфляції, зміни валютних курсів, зростання безробіття, низького рівня продуктивності та конкурентоспроможності національної економіки, високого рівня її залежності від світових ринків спричиняють поглиблення диспропорцій публічних фінансів у коротко- та довгостроковому періодах. Обмеженість фінансових можливостей держави стримує процеси активізації факторів економічного зростання і розвитку людського капіталу [2, с. 5].

Отже, публічні фінанси – це частина розподільно-грошових відносин, яка пов'язана з формуванням грошових фондів, що фінансову систему держави й місцевого самоврядування. Тобто, публічні фінанси є системою організованих державою та муніципальними утвореннями фінансових відносин, у процесі яких відбувається формування фондів грошових коштів, а також розпорядження коштами цих фондів з метою фінансового забезпечення завдань та функцій публічної влади.

В економічній теорії “стійкість” розглядають як одне з понять концепції економічної рівноваги, згідно з якою досягнення та утримання рівноважного стану в економіці належить до найважливіших мікро- і макроекономічних завдань. Із цієї концепції випливає, що економічні суб'єкти намагаються перевести економічну систему в оптимальний стан, розглядаючи його як рівноважний, котрий у цьому контексті асоціюється з поняттям стійкості. У “Великому економічному словнику” категорія “стійкість” трактується як “...сталість, постійність, невідкладність ризику втрат і збитків”.

Економічна стійкість у суспільних системах, на відміну від таких понять, як “стабільність”, “стагнація”, “спокій”, передбачає гнучке реагування на всі зовнішні й внутрішні впливи не для того, щоб запобігати новим обставинам, властивостям і відносинам, а вміло використовувати їх для постійного відновлення та самовдосконалення [4, с. 10-11].

Стійкість державних фінансів визначається як здатність уряду обслуговувати тягар накопичених боргів у майбутньому. Фіскальна політика при цьому не вважається стійкою, якщо зумовлює надмірне накопичення державного боргу протягом тривалого періоду й постійне зростання обсягу його обслуговування. Стійкість означає уникнення надмірного накопичення державних зобов'язань, що накладають тягар на майбутні покоління, забезпечуючи спроможність уряду надавати необхідні суспільні послуги, у т. ч. із соціального захисту під час кризи, а також коригувати політику у відповідь на нові виклики [5].

Моніторинг стійкості публічних фінансів – це визначення величин певних показників, які характеризують цю стійкість, і подальший аналіз, оцінювання та порівняння отриманих результатів для виявлення позитивних і негативних чинників, які спричиняють бажані зміни в окремих елементах і системі загалом. Головною метою цього моніторингу є попередження кризових явищ.

Забезпечення публічних фінансів – це інституційний процес, який полягає у здійсненні структурних перетворень їх складових для забезпечення ефективного накопичення та розподілу державних фінансових ресурсів відповідно до пріоритетів соціально-економічного розвитку країни. Важливими складовими системи публічних фінансів як у розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються, є бюджетна система, яка складається з бюджетів різних рівнів; державні цільові фонди; фінансові суб'єкти у державному секторі; державний та муніципальний борг; державні фінансові установи. Структура публічних фінансів передбачає

дворівневості, яка зумовлена адміністративно-територіальним устроєм України, а саме розподіл на загальнодержавні та місцеві фінанси. Склад та повноваження органів виконавчої влади, місцевого самоврядування встановлено нормами Конституції України. Вичерпний перелік елементів системи публічних фінансів наведений у Законі України № 183-VIII від 11 лютого 2015 р. «Про відкритість використання публічних коштів» [6].

Забезпечення прогнозованості та стабільності публічних фінансів відіграє важливу роль у створенні умов для економічного зростання та соціального розвитку країни. На рівень забезпеченості держави фінансовими ресурсами впливають певні дестабілізуючі фактори, що створюють загрозу довгостроковій стійкості публічних фінансів. Розв'язання проблеми вибору показників для оцінювання стійкості сектору публічних фінансів цікавить економістів у зв'язку з нестабільністю світової економіки, збільшенням криз фінансових систем окремих країн та зростанням системних ризиків.

Бюджет, як одна з ланок публічних фінансів, відображає виробничі відносини, відтворює відносини розподілу і перерозподілу, опосередковує рух грошової маси. Проаналізуємо бюджетну ситуацію в Україні, як важливого фактора впливу на стабільність публічних фінансів, з використанням показників динаміки доходів та видатків Державного бюджету України (табл. 1).

Таблиця 1

Показники виконання Державного бюджету України за 2013-2021 рр., млрд грн.

Рік	Доходи	Видатки	Дефіцит
2013	339,18	403,4	-64,71
2014	357,08	430,22	-78,05
2015	534,69	576,91	-45,17
2016	616,3	684,7	-70,1
2017	793,3	839,2	-47,8
2018	928,11	985,84	-59,25
2019	998,28	1072,89	-78,05
2020	1076,02	1288,02	-217,1
2021	1296,9	1490,3	-193,4

Джерело: [7]

Фактичні показники доходів та видатків Державного бюджету мають стійку позитивну динаміку, при цьому розмір бюджетного дефіциту значно коливається від 45,17 млрд грн у 2015 році (мінімальне значення) до 217,1 млрд грн в 2020 році (максимальне значення) та відрізняється надзвичайно нестійкою динамікою. Виконання бюджетів знаходиться під впливом різноманітних чинників. Ці небезпечні бюджетні наслідки власне й формують нестійкість публічних фінансів.

Результати моніторингу стійкості державних фінансів дозволяють зробити висновок про ряд негативних тенденцій і явищ у цій сфері. Незважаючи на відносну стабілізацію валютного курсу, в Україні спостерігаються: критичний рівень зовнішньоторгового навантаження; висока облікова ставка; низький рівень міжнародної ліквідності країни (обсяг міжнародних резервів на кінець року становив 45,5 % короткострокового боргу); високі потреби в зовнішньому фінансуванні для рефінансування виплат за зовнішнім суверенним боргом; тривалий та зростаючий дефіцит торговельного балансу й поточного рахунку платіжного балансу за домінування боргового характеру їх фінансування.

Факторами ризику для утримання стійкості державних фінансів виступають: можливий зрив програми співробітництва МВФ і неотримання планових обсягів зовнішнього фінансування; збільшення дефіциту поточного рахунку платіжного балансу; зменшення припливу іноземного приватного капіталу; зовнішні політичні й економічні шоки, які створюватимуть загрози для макроекономічної стабільності та підтримання довіри до національної валюти [8].

Отже, оптимальний рівень фінансових процесів в державі залежить не тільки від суспільних потреб, які є дуже високими, але й від макроекономічної стабільності. Реформування всієї системи публічних фінансів та досягнення макроекономічної стабільності – передумова забезпечення сталого соціально-економічного розвитку в умовах соціально-економічної нестабільності.

Важливою вимогою до формування стійкої бюджетної політики є її несуперечливість умовам економічного зростання. Так, обмеження Євросоюзу щодо бюджетного дефіциту (3% ВВП) і державного боргу (60% ВВП) ґрунтуються на тому, що при їх порушенні зростання не буде стійким [2, с. 119].

Розвиток та адаптація системи публічних фінансів України до викликів сьогодення потребують системного аналізу за різними критеріями та показниками. У табл. 2 нами проведено оцінку стійкості бюджетної політики, яка відображає зміст державного бюджету – складової частини публічних фінансів.

Отже, за даними табл. 2 ми можемо бачити, що показники бюджету майже відповідають європейським критеріям, але рівень державного боргу тільки в 2019 р. і 2021 р. відповідав цим вимогам.

Говорячи про сталий розвиток держави неможливо не говорити про стійкість державних фінансів. Уряд України, починаючи з 2017 року стратегічні пріоритети щодо державних фінансів викладає у Стратегії реформування системи управління державними фінансами, основними пріоритетами при цьому є

макроекономічна стабільність та економічне зростання. Цілі сталого розвитку до 2030 р. також наголошують, що однією із важливих цілей є саме стабільне економічне зростання.

Таблиця 2

Оцінка стійкості бюджетної політики

Рік	ВВП, млрд грн.	Бюджетний дефіцит		Державний борг	
		млрд грн.	% ВВП	млрд грн.	% ВВП
2013	1465,20	-64,71	4,4	5841,14	398,6
2014	1586,92	-78,05	4,9	1100,56	69,3
2015	1988,54	-45,17	2,3	1572,18	79,1
2016	2385,37	-70,1	2,9	1929,76	80,9
2017	2981,23	-47,8	1,6	2141,67	71,8
2018	3560,30	-59,25	1,7	2168,63	60,9
2019	3977,20	-78,05	2,0	1998,27	50,2
2020	4222,03	-217,1	5,1	2551,88	60,4
2021	5459,57	-193,4	3,5	2672,02	48,9

Розраховано автором на підставі [7]

Проте, після кризових для України 2013–2015 рр. стан економіки не характеризується помірним відновленням тенденцій піднесення, за якого середнє реальне зростання ВВП коливається на рівні майже 3 % щороку. Цьому сприяла криза, спричинена COVID-19 у 2020–2021 роках та військова агресія проти України у лютому 2022 року. За результатами військової агресії та внаслідок цього зруйнованої інфраструктури прогнозується найзначніше падіння економіки України у 2023 році за всі часи існування нашої країни. Хоча в нашій країні й запроваджені деякі фіскальні правила (не всі), які є обов'язковими у країнах-членах ЄС та на кінець 2021 року знаходяться на прийнятному рівні в Україні, говорити про стійкість та стабільність державних фінансів ще доволі зарано [9].

На нашу думку, оскільки бюджетні відносини відображають зміст державного бюджету, тому завдяки організаційним формам стає можливим використання бюджету, як інструменту стабілізації системи публічних фінансів.

Для формування та розвитку публічних фінансів України як одного із базових елементів фінансової системи України необхідно:

- проведення ефективної регуляторної політики; посилення контролю за ефективністю використання бюджетних коштів;
- удосконалення архітектури бюджетної системи України в бік збільшення фінансової самостійності місцевих бюджетів і формування бюджетів розвитку відповідно до інвестиційних потреб соціально-економічного розвитку регіонів;
- підвищення ефективності функціонування державного сектору й управління корпоративними правами держави;
- удосконалення регулювання структурних перетворень засобами бюджетно-податкових важелів, забезпечення у середньостроковій перспективі інституціалізації та підвищення ефективності бюджетних інвестицій;
- забезпечення збалансованості дохідної та видаткової частини бюджету, забезпеченості поточних видатків держави її надходженнями;
- забезпечення розвитку фондового ринку України;
- забезпечення наповнення бюджету розвитку за рахунок нерегулярних бюджетних надходжень (доходів від приватизації, кредитів тощо);
- посилення ролі середньострокового і довгострокового планування;
- удосконалення механізму оцінки економічної ефективності реалізації проектів, джерелом фінансування яких є державний бюджет [10].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В умовах соціально-економічної нестабільності публічні фінанси є важливою складовою фінансової системи, яка не може пристосовуватися до змін автоматично. Інерційність публічних фінансів породжує додаткові ризики не лише для ресурсного забезпечення функціонування держави, але й призводить до низки негативних явищ макроекономічного та соціального характеру. За цих умов бюджет є не тільки важливим інструментом держави, через який забезпечується моніторинг за станом суспільного виробництва і забезпечення соціальних гарантій населенню, а й здійснюється стабілізація фінансової системи в цілому.

Однак показники виконання бюджету або поточного рівня державного боргу не є надійною базою оцінки стану публічних фінансів. Між тим забезпечення прогнозованості та стабільності публічних фінансів відіграє важливу роль у створенні умов для економічного зростання та соціального розвитку країни. Аналіз сучасного стану системи публічних фінансів України дає можливість вивести деякі обмеження і критерії організації взаємовідносин між фіскальною та монетарною системами в контексті актуальних завдань соціально-економічного розвитку.

Література

1. Кадала В. В. Ключові аспекти державних (публічних) фінансів у сучасному суспільстві. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/300.pdf>
2. Луніна І. О. Публічні фінанси в макроекономічній політиці зростання : монографія. Київ : НАН України; ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України», 2020. 440 с.
3. Жук І. І. Концепція розвитку публічних фінансів та міжбюджетних відносин в умовах реформування. Фінансові інструменти сталого розвитку економіки : матеріали III міжнародної науково-практичної конференції, (Чернівці, 14 квітня 2021 р.). Чернівці, Чернівецький нац. ун-т, 2021. С. 91-96.
4. Забезпечення стійкості та безпеки фінансової системи України: теорія та практика : монографія / за ред. Г. Я. Аніловської та І. Б. Висоцької. Львів : СПОЛОМ, 2016. 254 с.
5. Fiscal Sustainability Report 2012. URL: http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2012/pdf/ee-2012-8_en.pdf
6. Чорновол А. О., Неміш Ю. В., Білявська О. Б. Інституційне забезпечення публічних фінансів. Інноваційна економіка. 2021. № 5-6. С. 5-12.
7. Державні фінанси. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/>
8. Тимошенко О. В., Гудзь Т. П. Аналіз стійкості державних фінансів України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2019. № 4. С. 48-58.
9. Гуденко О., Тітова І., Крупельницька О. Стійкість державних фінансів та управління фіскальними ризиками в парадигмі розвитку природно-ресурсних і сільських еко-систем. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/37742/Ipspr_5-22_45.pdf?sequence=1&isAllowed=y
10. Фролов С., Григораш О., Орлов В., Шукірі Ф. Аналіз функціонування публічних фінансів як головної ланки фінансової системи України. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2020. № 4(24). С. 121-135.

References

1. Kadala V. V. Kliuchovi aspekty derzhavnykh (publichnykh) finansiv u suchasnomu suspilstvi. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/300.pdf>
2. Lunina I. O. Publichni finansy v makroekonomichnii politytsi zrostantia : monohrafiia. Kyiv : NAN Ukrainy; DU «In-t ekon. ta prohnouzuv. NAN Ukrainy», 2020. 440 s.
3. Zhuk I. I. Kontseptsiiia rozvytku publichnykh finansiv ta mizhbiudzhetnykh vidnosyn v umovakh reformuvannia. Finansovi instrumenty staloho rozvytku ekonomiky : materialy III mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, (Chernivtsi, 14 kvitnia 2021 r.). Chernivtsi, Chernivetskyi nats. un-t, 2021. S. 91-96.
4. Zabezpechennia stiikosti ta bezpeky finansovoi systemy Ukrainy: teoriia ta praktyka : monohrafiia / za red. H. Ya. Anilovskoi ta I. B. Vysotskoi. Lviv : SPOLOM, 2016. 254 s.
5. Fiscal Sustainability Report 2012. URL: http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/european_economy/2012/pdf/ee-2012-8_en.pdf
6. Chornovol A. O., Nemish Yu. V., Biliavska O. B. Instytutsiine zabezpechennia publichnykh finansiv. Innovatsiina ekonomika. 2021. № 5-6. S. 5-12.
7. Derzhavni finansy. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/>
8. Tymoshenko O. V., Hudz T. P. Analiz stiikosti derzhavnykh finansiv Ukrainy. Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriiia «Ekonomiczni nauky». 2019. № 4. S. 48-58.
9. Hudenko O., Titova I., Krupelnytska O. Stiikist derzhavnykh finansiv ta upravlinnia fiskalnymy ryzykamy v paradyhmi rozvytku pryrodno-resursnykh i silskykh eko-system. URL: https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/37742/Ipspr_5-22_45.pdf?sequence=1&isAllowed=y
10. Frolov S., Hryhorash O., Orlov V., Shukairi F. Analiz funktsionuvannia publichnykh finansiv yak holovnoi lanky finansovoi systemy Ukrainy. Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia. 2020. № 4(24). S. 121-135.

Ольга ГАРАФОНОВА

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

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

Роман СТАДНИЙЧУК

ПВНЗ «Херсонський економічно-правовий інститут»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ КОНФЛІКТАМИ ОРГАНАМИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ

У статті досліджено особливості управління соціальними конфліктами органами публічної влади. Визначено, що різноманітність суспільства може призвести до конфліктів через розбіжність інтересів різних організацій і людей. Держава має швидко втрутитися, щоб правильно вирішити суперечки між сторонами. На практиці уряд, який здається більш помітним, представляє державу. Уряди мають всю владу та виконують усі завдання від імені держави.

Відповідно до більшості політологічних визначень, держава є єдиним законним застосовувачем фізичного насильства в суспільстві. Отже, за визначенням, він майже бере участь, коли в суспільстві виникає збройний конфлікт. Однак насильницький контроль — не єдина відмінна риса. Існують також фінансові, територіальні та ідеологічні монополії. Одночасне здійснення цих чотирьох монополій забезпечує єдність усередині держави та міжнародну незалежність.

Різні соціальні конфлікти, що відбуваються в суспільстві, є формою соціальної катастрофи. Ці катастрофи були викликані діяльністю людини. Деякі з рушійних факторів виникнення соціальних конфліктів включають розриви в економічних відмінностях, відмінності в політичному взаєморозумінні між громадами, дискримінацію, несправедливість, непокору, нехтування та відсутність розуміння у групи людей. Належне лікування полягає в тому, щоб створити мир у суспільстві. Роль місцевих органів влади, необхідна для пошуку відповідних форм рішень. Раннє виявлення проблем і шляхи їх вирішення повинні бути всеосяжними. Виявлення комплексних соціальних проблем — це спроба підвищити чутливість до виникаючих соціальних проблем. Чутливість відноситься до форми чутливості при виявленні проблеми, включає частоту виникнення, поширеність і тенденцію.

Програми заходів з соціальної гармонії створюються як мирне вирішення конфліктів. Соціальна гармонія — це соціальна умова, яка гарантує створення динамічних, гармонійних та збалансованих відносин та соціальних взаємодій між членами громади, щоб вони могли мирно жити пліч-о-пліч на основі рівності, згуртованості та справжнього братерства. Підтримка мирних умов у громаді характеризується гармонійним соціальним життям (повною толерантністю та взаємною підтримкою) для створення соціальної згуртованості.

Соціальний конфлікт — це явище, яке буде продовжувати існувати і не може бути розділене в житті людей, незалежно від позитивних і негативних наслідків, які воно викликає. Культура місцевої громади, або часто відома в громаді як місцева мудрість, може бути інструментом управління конфліктами для створення соціальної гармонії. Присутність місцевої культури у формі місцевої мудрості, яка була узгоджена за взаємною згодою, є ще однією альтернативою і повинна розглядатися громадою, громадськими лідерами, урядом та організаціями, що підтримують мир, як засіб вирішення соціальних конфліктів.

Ключові слова: особливості, управління, соціальні конфлікти, органи публічної влади.

Olga GARAFONOVA

Kyiv National Economic University Vadym Hetman

Roman STADNIYCHUK

Private higher educational institution "Kherson economic and Legal Institute"

FEATURES OF MANAGING SOCIAL CONFLICTS BY PUBLIC AUTHORITIES

The article examines the peculiarities of managing social conflicts by public authorities. It is determined that the diversity of society can lead to conflicts due to the divergence of interests of different organizations and people. The state must intervene quickly to properly resolve disputes between the parties. In practice, the government that seems more prominent represents the state. Governments have all the power and perform all tasks on behalf of the state.

According to most political definitions, the state is the only legitimate use of physical violence in society. So, by definition, it is almost involved when there is an armed conflict in society. However, violent control is not the only distinguishing feature. There are also financial, territorial, and ideological monopolies. The simultaneous implementation of these four monopolies ensures unity within the state and international independence.

Various social conflicts that occur in society are a form of social catastrophe. These disasters were caused by human activity. Some of the drivers of social conflicts include gaps in economic differences, differences in political understanding between communities, discrimination, injustice, disobedience, neglect, and lack of understanding among a group of people. Proper treatment is to create peace in society. The role of local authorities is necessary to find appropriate forms of solutions. Early identification of problems and ways to solve them should be comprehensive. Identifying complex social problems is an attempt to increase sensitivity to emerging social problems. Sensitivity refers to the form of sensitivity when detecting a problem that includes frequency, prevalence, and trend. Social harmony programmes are designed as peaceful conflict resolution. Social harmony is a social condition that guarantees the creation of dynamic, harmonious and balanced relationships and social interactions between community members so that they can live peacefully side by side on the basis of equality, cohesion and true brotherhood. Maintaining peaceful conditions in a community is characterized by a harmonious social life (full tolerance and mutual support) to create social cohesion. Social conflict is a phenomenon that will continue to exist and cannot be separated in people's lives, regardless of the positive and negative consequences that it causes. Local community culture, or often known in the community as local wisdom, can be a conflict management tool to create social harmony. The presence of local culture in the form of local

wisdom, which has been agreed upon by mutual agreement, is another alternative and should be considered by the community, community leaders, the government and peace-supporting organizations as a means of resolving social conflicts.

Keywords: features, management, social conflicts, public authorities

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Конфлікт неминучий. Невирішені розбіжності перетворюються на складні, тривалі суперечки, які викликають стрес, руйнують стосунки, руйнують довіру, шкодять моральному духу та заважають продуктивності. Конфлікти та розбіжності користуються поганою репутацією, але вони завжди є ознакою того, що зміни потрібні, наближаються або вже відбулися. Розвиток позитивного світогляду та застосування цих навичок може зробити конфлікт менш страшним.

Соціальний конфлікт всюдисущий в політиці та плануванні. У публічній владі спостерігається протести громадськості. Соціальний конфлікт виникає, коли групи громадян, групи громадянського суспільства, уряди та/або компанії виявляють переконання, що вони мають несумісні цілі щодо технології чи варіанту політики. Такий соціальний конфлікт може ґрунтуватися, наприклад, на суперечливих інтересах, очікуваннях або цінностях. Він дуже складний та динамічний. З часом можуть з'являтися нові групи дій, які висувують на порядок денний нові проблеми чи занепокоєння, підтримка може бути мобілізована від місцевих органів влади чи впливових осіб. Соціальний, як правило, не є просто локальним конфліктом. Такі конфлікти стосуються ширших проблем щодо довгострокового регіонального, національного чи глобального переходу, а також питань, що стосуються місцевої демократії, соціальної згуртованості, довіри до інституцій тощо.

Соціальний конфлікт становить серйозну проблему публічної політики. Політики та розробники також визнають цю проблему. Намагаючись уникнути безладних соціальних конфліктів політики, як правило, зміщують акцент на участі в політиці та плануванні. Самі по собі зусилля, докладені для розробки та організації процесів участі, заслуговують похвали. Запрошена участь є механізмом організації такого обговорення. Однак, запрошена участь – навіть якщо це робиться з найкращими цілями та відповідно до сучасного розуміння підходів участі – недостатня для забезпечення включення різних нормативних оцінок у процес прийняття рішень щодо соціального конфлікту. При цьому цінність соціального конфлікту для публічної політики та планування, як правило, не помічається.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Демократії в усьому світі вступили в бурхливий період. Конфліктні форми політики, які розвинулися в останні роки, від популізму до поляризації та ерозії норм, ставлять фундаментальні питання щодо благополуччя розвинених демократій. Є чимало статей, які намагаються зрозуміти цю демократичну хворобу [2]. Оскільки дебати щодо здоров'я демократії загострюються, дослідження того, як демократії керують і поглинають політичні та суспільні конфлікти, стають широко актуальними.

Державна політика відіграє дедалі важливішу роль у демократичному управлінні конфліктами. Збільшення соціальної та культурної неоднорідності, економічна нерівність, глобалізація та зміна клімату є проблемами політики, які обтяжують здатність розвинутих демократій або вирішення конфліктів. Відводячи політику на другорядну роль в управлінні конфліктами, домінуюча концепція демократичного управління конфліктами в політологічній літературі стає все більш застарілою та неадекватною. Більшість наявної літератури зосереджено на виборах як основному механізмі врегулювання конфліктів (Przeworski, 2019), на структурі формальних інституцій [3], на політичних нормах [4] та про соціальні та економічні передумови для успішного управління конфліктами [6]. У цій літературі політика є або нецікавим результатом більш фундаментального питання інституційного дизайну, або нецікавим додатком до соціальних передумов чи економічних подій, які спрощують вирішення конфліктів.

Література з традиції «політика впливає на політику», зокрема теорію зворотного зв'язку політики [5] і дослідження накопичення політики [4] і державну політику [7] що політики, після того як вони були підписані законом, впливають на суспільні конфлікти різноманітними та важливими способами. У міру того, як сучасні уряди беруть участь у більш широкому діапазоні питань, політика накопичується та пронизує майже всі сфери соціального, політичного та економічного життя. Хоча інституційні характеристики та аспекти розробки політики можуть пояснити відмінності між країнами та секторами політики, наявні дані чітко свідчать про те, що накопичення політики є глобальним явищем [8]. Дослідження політики фіксують трансформації, спричинені накопиченням політики, використовуючи концепцію політичної держави [9]. У політичній державі, яку іноді також називають «активістською державою» або «активістським урядом», політика все більше впливає на демократичну політику. Наслідуючи Е. Е. Шаттшнайдера Теодора Лоуї та інших, які стверджували, що політика створює свою власну політику, дослідники зворотного зв'язку з політикою виявили, що політика, від пенсійної політики до політики охорони здоров'я та фінансового регулювання, має суттєві та інтерпретаційний вплив на політичні еліти та масову громадськість [11]. Підсумовуючи результати Хакер і Пірсон дійшли висновку, що політика «стала основною рисою американської політичної системи, фундаментально змінюючи політичні змагання». Ці дослідження, як спеціально розроблені політики можуть сприяти посередництву суспільних конфліктів.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Менш систематичне вирішення конфліктів порівнюється з вогнегасником, який тільки гасить пожежу і чекає наступного пожежі, не зачіпаючи корінь проблеми, в той час як понесені втрати незмірні. Необхідно розробити парадигму вирішення конфліктів у формі запобігання конфліктам. Відповідно до цього, попередження потенційних конфліктів у громадах стає все актуальнішою проблемою. Нинішній соціальний конфлікт перемістився з політекономічного контексту, що стосується конструктивності конфлікту, в суперечку, засновану на культурних цінностях, вирішення якого, як правило, є важкодосяжним, оскільки воно пов'язане зі значенням існування життя. Ці відмінності в поглядах характерні для соціальних явищ, які розвиваються в даний час, де симптоми соціального конфлікту починаються з різних точок зору [4], відмінностей в інтересах [5], а також авторитету і владних повноважень [6].

Виникнення соціального конфлікту відбувається через підвищення компетентності людського знання, яке включає в себе парадигму, інтереси, авторитет і владу, в результаті чого умови конфлікту стають більш складними або латентними, а також через те, що кожен індивід наполягає на своїх поглядах [7]. Все більш масове поширення конфліктів призвело до різних форм опору, здійснюваного громадою, яка має намір захищати навколишнє середовище через дії корпорацій, які можуть завдати шкоди і навіть руйнування навколишньому середовищу. Очікується, що роль уряду, буде більш всеосяжною у їхніх зусиллях шукати вирішення нових соціальних конфліктів не лише за допомогою об'єктивного підходу, коли механізми вирішення конфліктів спираються на політичну систему, а й за допомогою суб'єктивного підходу, а саме за допомогою культурних форм, оскільки кожні зміни, призведуть до появи нової культури, і в багатьох випадках нова культура не приймається суспільством, що призводить до конфлікту [9].

Відповідно до [10], поява майнінгу - це щось нове, яке може походити з автономного культурного середовища індивідуалізму, схильного до індивідуалізму та пріоритетного конкуренції, тоді як у культурних поглядах існують егалітарні механізми, цінності та мораль, навіть міфи, які все ще притаманні та використовуються як життєвий устрій. провідник. Публічна влада як агент з вирішення конфліктів повинна мати повноцінну функцію, а саме здатність ретельно виявляти конфлікти, аналізувати їх і здійснювати механізм вирішення, щоб в якості функції агента. Агент з вирішення конфліктів повинен бути здатний стати запобіжним клапаном, який: 1) володіє особливими навичками; 2) зберігає нейтралітет і прагне до того, щоб обидві сторони конфлікту досягли взаєморозуміння і всеосяжної угоди; 3) прагне до того, щоб обидві сторони не підривали гідність і самооцінку один одного; 4) прагне до того, щоб обидві сторони відчували себе щасливими і не постраждали; 5) прагне до того, щоб обидві сторони усвідомили, що життя динамічне, сповнене викликів.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження особливостей управління соціальними конфліктами органами публічної влади.

Виклад основного матеріалу

Цінність конфлікту впливає з розуміння соціального конфлікту – не як чогось, що має бути «вирішено» за допомогою участі, – а як того, що сам по собі є формою участі [10]. Соціальний конфлікт передбачає мобілізацію колективних дій та адвокацію, включаючи заперечення існуючих владних відносин [1]. Як такий, соціальний конфлікт можна вважати самоорганізованою участю. Соціальний конфлікт як самоорганізовану участь можна протиставити запрошеній участі [9]. Запрошена участь стосується всіх процесів і процедур, які встановлюються, наприклад, урядами, компаніями, академічними колами або консультантами для участі в тій чи іншій формі діалогу із зацікавленими сторонами. Запрошена участь може бути передбачена законом або організована як спеціальні та спеціальні процеси в контексті конкретного проекту. Це визначення залишає відкритим питання, чи справді цей діалог веде до розширення можливостей, навчання чи легітимності. Насправді запрошену участь часто критикували за несправжню участь [12, 3, 4].

Підхід участі виник протягом останніх десятиліть як критика домінуючого експертно-аналітичного підходу, який сприймався як надто лінійний, детермінований та ексклюзивний [1, 16]. Література про участь зазвичай передбачає три аргументи на користь участі: розширення можливостей, навчання та легітимність [7], або, за словами Фіоріно [8]: нормативна, змістовна та інструментальна аргументація. Нормативний аргумент стосується демократії; згідно з цим аргументом, участь є самоціллю, оскільки кожен громадянин має право говорити та бути почутим. Основний аргумент зосереджується на функції участі у виробництві знань і, таким чином, створенні більш інтегрованих рішень. Важливим аргументом на користь участі є те, що політичний план, швидше за все, буде прийнятий, якщо зацікавлені сторони залучені до процесу прийняття рішень.

У рамках підходу участі було розроблено та застосовано багато інструментів участі [7]. Хоча інструменти участі варіюються від консенсусних до агоністичних, більшість із цих інструментів навіяні поняттям Габермаса про ідеальну мовленнєву ситуацію. Це відноситься до безпечної та егалітарної ситуації,

коли люди можуть висловлювати свою точку зору без втручання асиметрії влади [9], і де «учасники прагнуть досягти спільного розуміння та координувати дії за допомогою обґрунтованих аргументів, консенсусу та співпраці, а не стратегічних дій суворо за досягненням». власних цілей» [20, с. 86]. Припущення, яке лежить в основі таких інструментів участі, полягає в тому, що для досягнення прогресу в процесах прийняття рішень необхідний консенсус [11]. Нижче розглянемо особливості парадигми соціального конфлікту рис. 1.

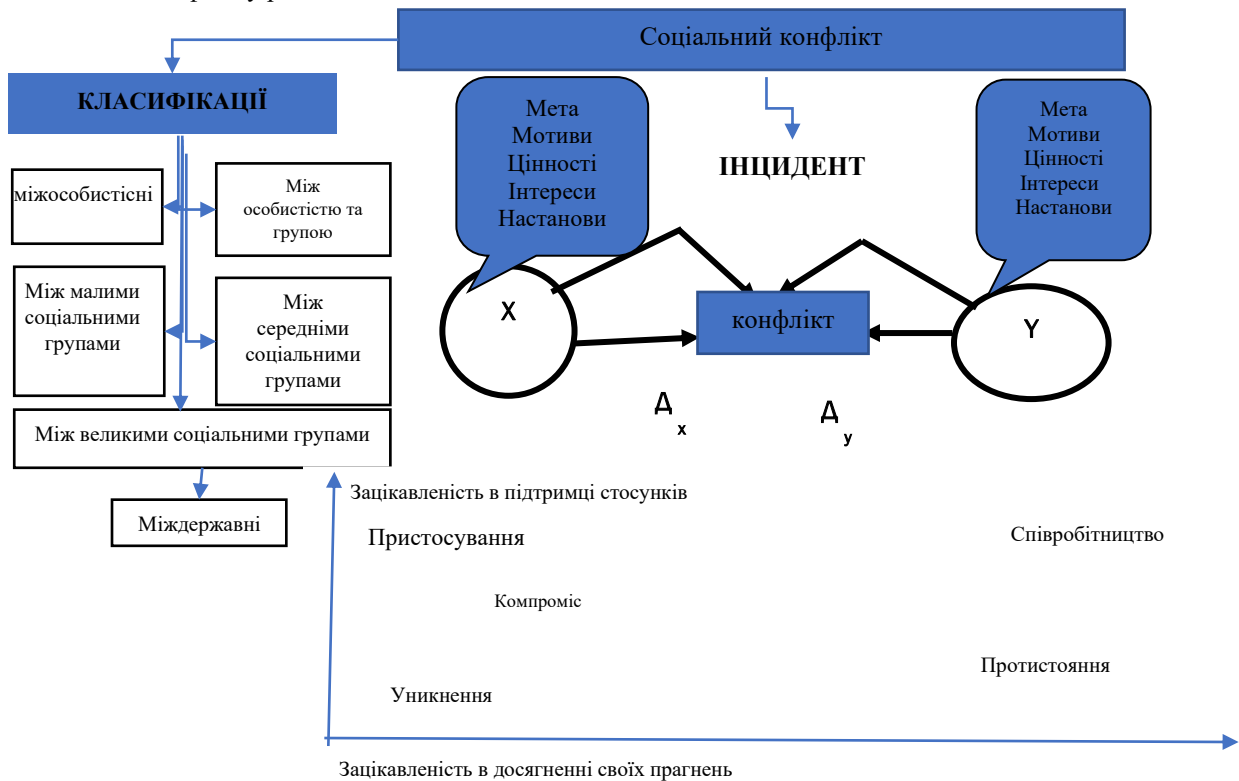


Рис. 1. Особливості парадигми соціального конфлікту

Джерело: узагальнено автором

Отже, конфлікт – це те, від чого намагаються уникнути багато інструментів участі. Соціальний конфлікт відбувається в умовах реального світу, де люди переслідують власні інтереси та здійснюють стратегічну поведінку, і це далека від ідеальної мовленнєвої ситуації. Цікаво, що аргументи, які використовуються для захисту участі, також стосуються соціального конфлікту. Іншими словами, соціальний конфлікт може мати значення з нормативних, змістовних та інструментальних причин.

По-перше, нормативний погляд на цінність соціального конфлікту стосується демократичної цінності конфлікту. Згідно з цією точкою зору, соціальний конфлікт, який розгортається, наприклад, через соціальні рухи, а також через більш імпровізовані акти суперечок, є формою політичного залучення і тому вітається в плюралістичному демократичному суспільстві [2]. Цю точку зору можна знайти в літературі про соціальні рухи, яка розглядає соціальні рухи як претензію на політичне представництво [3].

Соціальні конфлікти при плануванні розігруються не тільки всередині, але й, тим більше, зовні формальні арени та інституціоналізовані демократичні процедури. Це відбувається на неофіційних аренах, у соціальних мережах та у взаємодії на вуличному рівні між, наприклад, місцевими державними службовцями, менеджерами зацікавлених сторін компаній та громадянами [4]. Верло [4] стверджує, що ці взаємодії на вуличному рівні в соціальних конфліктах надають можливість для (місцевої) демократії. На цьому місцевому рівні громадяни висувують свої проблеми та цінності; однак ці проблеми та цінності не завжди досягають (місцевого) уряду чи залучених компаній. Це може бути пов'язано з розривом між тим, що вважаються законними претензіями планувальників або розробників проектів, з одного боку, і способами, якими громадяни висловлюють свої переваги та занепокоєння в соціальному конфлікті, з іншого [5].

По-друге, змістовний погляд на цінність соціального конфлікту стосується виробництва знань. Соціальні конфлікти є місцем виробництва знань. Соціальний конфлікт може призвести до кращих (тобто багатших, креативніших, більш інтегрованих) знань і часто призводить до вивчення політики [6]. Високий рівень (наукової) невизначеності та відсутність консенсусу як щодо «фактів», так і щодо «цінностей», які мають бути пріоритетними, може призвести до «неправильного» або обмеженого визначення проблеми. У цьому сенсі конфлікт може допомогти структурувати проблему та уникнути помилок типу III (тобто вирішення «неправильної» проблеми [7–9]). У багатьох випадках протиріччя надають частково суперечливі

оцінки нових технологій або впливу фактичних чи запропонованих проєктів, які далі формулюються та консолідуються в ході суперечок. Таким чином відбувається неформальна оцінка технологій». Суттєву перспективу також можна знайти в науці управління, де показано, що конфлікт може підвищити ефективність, креативність та інновації в організаціях і командах [3]

По-третє, інструментальний погляд на цінність соціального конфлікту відображає перспективу управління. Він зосереджений на конструктивному вирішенні конфлікту, а не на спробах уникнути його в політиці та плануванні. Згідно з цією точкою зору, соціальний конфлікт слід серйозно розглядати та вирішувати, щоб уникнути зворотного ефекту або «непродуктивних результатів» [5]. Непродуктивні результати можуть стосуватися «результатів, за яких ні сторони конфлікту, ні суспільство в цілому не виграють від результату. Прикладами непродуктивних конфліктів є ті конфлікти, які закінчуються тривалими юридичними битвами між ініціаторами проєкту та його противниками, або ті проєкти, які залишаються нереалізованими та не в змозі вирішити соціальну чи просторову проблему, заради якої вони були створені» [9]. Інший приклад походить від Вольфа [6], який провів поглиблений аналіз того, як політики вирішують конфлікт у дуже суперечливому процесі формування політики щодо багатомільярдної дороги в Антверпені (Бельгія). Він показує, як політики намагалися придушити конфлікт за допомогою стратегій деполітизації, і як це призвело до «ефекту бумеранга»: конфлікт не зник, а, здавалося, повертався тим сильніше, чим сильніше його було ліквідовано. Крім того, інструментальна перспектива розглядає конфлікт як конструктивний, оскільки він може сприяти взаємній довірі, збереженню стосунків [2], груповій ідентичності [7] та розбудові інституційної спроможності [8].

Відповідно до більшості політологічних визначень, держава є єдиним законним застосовувачем фізичного насильства в суспільстві. Отже, за визначенням, він майже бере участь, коли в суспільстві виникає збройний конфлікт. Однак насильницький контроль — не єдина відмінна риса. Існують також фінансові, територіальні та ідеологічні монополії. Одночасне здійснення цих чотирьох монополій забезпечує єдність усередині держави та міжнародну незалежність. Це вимагає деяких додаткових роз'яснень. Держава має фінансовий траст, єдину установу, яка може збирати податки та збори. Громадяни повинні заплатити певну суму в обмін на послуги, щодо яких вони не можуть негайно контролювати надання послуг і якість, і коли вибір обмежений. Фінансова монополія є унікальною і відрізняється від довіри, яку може використовувати юридична особа на ринку або профспілка для найму членів компанії.

Держава є єдиною законною владою на території країни, і інші суб'єкти в конкретній сусідній країні мають підтримувати цю владу. Кордон — це лінія, яка розділяє регіон і географічний простір, де інший замінює один законний уряд. Завданням центральної влади було збереження влади над кордоном.

Окрім цих факторів, зрозуміло, що держава, насамперед через контроль над системою освіти, є джерелом офіційного бачення того, чим є держава. Є функція мислення. Для кожної держави тлумачення урядом ролі конкретної держави може бути дуже впливовим. Він визначає діапазон прийнятних дебатів у державі, але водночас він може обмежити варіанти, доступні політичним лідерам. Він не може ефективно діяти поза межами встановлених параметрів нормальної поведінки.

Втручання, спрямовані на підтримку перехідного періоду, часто ґрунтуються на припущенні, що політика, яка спрямована на навігацію складним переходом у сфері безпеки, сприяння макроекономічній стабільності, реформі управління та розширенню надання послуг, посилюватиме одна одну. Однак мало доказів підтримує ідею лінійного переходу, в якому всі хороші речі поєднуються.

Міжнародні партнери відіграють вирішальну роль у визначенні рівня підтримки — і, можливо, важливіше, типу підтримки, яка буде надана. Більше того, вони часто є єдиним надійним стримуючим фактором для забезпечення дотримання елітами перехідних процесів і міжнародного права. Не піддаючись спокусі використати цю владу для визначення результатів переходу, найконструктивніша роль міжнародних партнерів загалом полягає в тому, щоб виступати посередником у переговорному просторі та створювати мережі безпеки — фінансову та економічну, безпекову, людську та соціальну спроможність, а також політику — для захисту врятувати молоді політичні врегулювання від потрясінь і допомогти їм просуватися вперед.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Управління конфліктами можна визначити як процес зменшення негативних наслідків конфлікту при збільшенні позитивних. Ефективне управління конфліктами може призвести до вирішення, яке призведе до позитивних результатів і продуктивності для команди або організації. Лідери повинні вміти керувати конфліктами, коли вони виникають, і їхня здатність керувати ними має вирішальне значення для успіху залучених осіб або команд. Є кілька доступних моделей, які лідери можуть використовувати при визначенні своєї поведінки в управлінні конфліктами.

Замість статичних чи миттєвих методів, таких як опитування, динамічна природа соціального конфлікту вимагає методів, які враховують цю динамічну природу та соціально-технічні системи, в яких вони відбуваються. Такі методи використовують лонгітюдні дані та включають, наприклад, нарративний та лонгітюдний аналіз дискурсу. Соціальні медіа відіграють важливу роль у соціальному конфлікті; через ці ЗМІ обмінюються та формуються думки, знання та ідеї, і вони сприяють координації колективних дій

(наприклад, організація протесту та мобілізація ресурсів). Дані соціальних медіа є важливим джерелом даних для аналізу динаміки соціальних конфліктів, і за допомогою підходів машинного навчання можна аналізувати величезні обсяги даних. Аналіз лонгitudних даних соціальних медіа є цікавим напрямком для подальших досліджень, які, окрім методологічних питань, піднімають різноманітні нові питання щодо якості даних. Такі платформи, як Twitter, зазвичай дозволяють використовувати лише частину даних (наприклад, певну підмножину твітів із певним ключовим словом), не поширюючи алгоритм, який призвів до цього вибору.

У той час як підходи до участі спрямовані на виключення стратегічної поведінки, стратегічна поведінка лежить в основі соціального конфлікту. Тобто те, які цінності, позиції чи нормативні оцінки висвітлюються учасниками, коли і як, залежить від стратегічних міркувань. Замість того, щоб розглядати це як щось, що затьмарює об'єктивний аналіз цінностей, стратегічна поведінка повинна бути частиною аналізу.

Тобто стратегічна поведінка впливає з інтересів, які, у свою чергу, роблять так, щоб зацікавлені сторони мали «специфічні знання через свою зацікавлену позицію, яких інші зацікавлені сторони з тієї ж причини не мають». Це вимагає подальших досліджень для концептуалізації соціального конфлікту як процесу артикуляції цінностей, де цінності нерозривно пов'язані зі знаннями та інтересами. Для цього існуючу літературу щодо участі можна підключити, наприклад, до літератури, яка концептуалізує процеси прийняття рішень у термінах мереж акторів і описує, як стратегічна поведінка відтворюється в таких процесах.

Соціальний конфлікт можна розглядати як «переповнення» – це відповідь на інституції, яким, як вважається, бракує альтернативних нормативних оцінок. Використання значення соціального конфлікту означає, що має існувати певний «зворотний потік», коли інформація (цінності, уподобання, знання) з публічних дебатів повертається до формальних процедур прийняття рішень. Необхідні подальші дослідження, щоб зрозуміти взаємодію між громадськими дебатами та інституціями, і, якщо зацікавлені у підвищенні легітимності процесів прийняття рішень, щоб розробити способи покращення цієї взаємодії. Це пов'язано з труднощами, оскільки існує розрив між (не)формальними інституціями, залученими до енергетичної політики та планування, і тим, як формується соціальний конфлікт.

Потрібно ближче вивчити взаємодію між соціальним конфліктом і формальними процедурами прийняття рішень і пов'язаними з ними інститутами публічної влади. Вивчення соціального конфлікту як самоорганізованої участі потребує міждисциплінарних соціальних наукових зусиль, де будуються нові концептуальні мости та вітаються методологічні інновації. Це не тільки захоплююча наукова спроба, але й суспільна відповідальність, враховуючи величезний виклик, який ставить перед усіма публічна влада.

Література

1. Stirling, Pluralising progress: from integrative transitions to transformative diversity, *Environ. Innov. Soc. Trans.* 1 (2011) 82–88.
2. Kriesberg L., Bruce W. Dayton, *Constructive Conflicts: From Escalation to Resolution*, Rowman & Littlefield, Publishers Inc., Lanham, Maryland, 2012.
3. Correljé A., Cuppen E., Dignum M., Pesch U., Taebi B. Responsible innovation in energy projects: values in the design of technologies, institutions and stakeholder interactions, *Responsible Innov. 2 Concepts Approaches*, Appl. Springer International Publishing, 2015, pp. 183–200.
4. Jenkins K., McCauley D., Heffron R., Stephan H., Rehner R. Energy justice: a conceptual review, *Energy Res. Soc. Sci.* 11 (2016) 174–182.
5. Nederlandse Wind Energie Associatie (NWEA), Stichting De Natuuren Milieufederaties, Stichting Natuur & Milieu, Greenpeace Nederland, Vereniging Milieudefensie, ODE, Decentraal, Gedragscode Acceptatie & Participatie Windenergie op Land, (2016) <http://www.nwea.nl/over-nwea/gedragscode>.
6. NOGEPА, Gedragscode gaswinning kleine velden, (2017). <https://www.onsaardgas.nl/nogepa/gedragscode/>.
7. Hisschemöller M., Cuppen E. Participatory assessment: tools for empowering, learning and legitimating? *Tools Policy Formul. Actors Capacit. Venues Eff.* (2015), pp. 33–51.
8. Verloo N. Learning from informality? Rethinking the mismatch between formal policy strategies and informal tactics of citizenship, *Curr. Sociol.* 65 (2017) 167–181.
9. Pesch U., Correljé A., Cuppen E., Taebi B. Energy justice and controversies: formal and informal assessment in energy projects, *Energy Policy* 109 (2016) 825–834.
10. Cuppen E., Pesch U., Remmerswaal S., Taanman M. Normative diversity, conflict and transition: Shale gas in the Netherlands, *Technol. Forecast. Soc. Change* (2016). <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2016.11.004> in press.
11. Cotton M., Devine-Wright P. Putting pylons into place: a UK case study of public perspectives on the impacts of high voltage overhead transmission lines, *J. Environ. Plan. Manage.* 56 (8) (2013) 1225–1245.
12. Knudsen J.K., Camilla L. Wold, O. Aas, J.J. Kielland Haug, S. Bartel, P. DevineWright, M. Qvenild, G.B. Jacobsen, Local perceptions of opportunities for engagement and procedural justice in electricity transmission grid projects in Norway and the

13. Cuppen E., Brunsting S., Pesch U., Feenstra Y. How stakeholder interactions can reduce space for moral considerations in decision making: a contested CCS project in the Netherlands, *Environ. Plan. A* 47 (2015) 1963–1978.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-11>

УДК 364:332

ЮРІЙ КРАВЧИК

Хмельницький національний університет

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

e-mail: yurii_kravchyk@khmnu.edu.ua

ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ТА РЕАБІЛІТАЦІЇ ОСІБ, ПОСТРАЖДАЛИХ У ВІЙНІ, ЯК ЗАПОРУКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

У статті детально досліджено проблему впливу на стан соціально-економічної безпеки регіонів та держави у цілому заходів з реабілітації осіб, постраждалих у війні. Встановлено, що створення комплексу необхідних умов для забезпечення повноцінної реабілітації різних категорій та груп осіб, постраждалих у війні, є обов'язковою умовою забезпечення соціально-економічної безпеки держави у цілому та кожного її регіону окремо, враховуючи їх існуючий потенціал, наявні можливості та специфічні умови для здійснення відповідних заходів. Визначені основні функціональні компоненти соціально-економічної безпеки регіонів. Обґрунтовано твердження, що досягнення необхідного рівня соціально-економічної безпеки регіону, особливо в умовах сучасних викликів і загроз, можливе лише внаслідок комплексного їх врахування та ефективного управління ними. Аргументовано доведено необхідність докорінного перегляду принципів та підходів в організації системи реабілітації та надання соціальних гарантій населенню, що визначатиме і запровадження нових моделей організації, адміністрування та менеджменту, застосування принципово іншої методології оцінки якості результатів реабілітаційного процесу, а також процесу соціальної адаптації. Виокремлені ключові принципи, на дотриманні яких мають базуватись сучасні системи надання реабілітаційних та соціальних послуг. Встановлено, що екстремальні ситуації соціального характеру визначаються, перш за все, соціально-економічною складовою суспільства. Не повною мірою на регіональному рівні використовуються можливості політики зайнятості, а однією з найгостріших соціально-економічних проблем, розв'язання якої знаходиться у сфері відповідальності регіонів, є забезпечення населення доступним та соціальним житлом. Проте, через суттєві диспропорції їх розвитку, не усі вони спроможні самостійно і у повному обсязі забезпечити власну соціально-економічну безпеку. Окреслено основні пріоритети забезпечення соціально-економічної безпеки держави та її регіонів в умовах війни.

Ключові слова: заклади охорони здоров'я, управління системним розвитком, реабілітація, суспільні відносини, екстремальні ситуації, соціально-економічна безпека, соціальна напруга, соціальні гарантії, соціальна адаптація.

Yurii KRAVCHYK

Khmelnitskyi National University

ACTIVITIES OF HEALTH CARE AND REHABILITATION INSTITUTIONS FOR PERSONS INJURED IN THE WAR AS A GUARANTEE OF SOCIAL AND ECONOMIC SECURITY OF THE REGION

The article examines in detail the problem of the impact on the state of socio-economic security of Regions and the state as a whole of measures for the rehabilitation of war victims. It is established that the creation of a set of necessary conditions for ensuring full rehabilitation of various categories and groups of persons affected by war is a prerequisite for ensuring the socio-economic security of the state as a whole and each of its regions separately, taking into account their existing potential, available opportunities and specific conditions for implementing appropriate measures. The main functional components of socio-economic security of the regions are identified. The article substantiates the claim that achieving the necessary level of socio-economic security of the region, especially in the context of modern challenges and threats, is possible only as a result of their comprehensive consideration and effective management. The need for a radical revision of the principles and approaches in the organization of the rehabilitation system and the provision of social guarantees to the population is proved, which will determine the introduction of new models of organization, administration and management, the use of a fundamentally different methodology for assessing the quality of the results of the rehabilitation process, as well as the process of social adaptation. The key principles on which modern systems of providing rehabilitation and social services should be based are highlighted. It is established that extreme situations of a social nature are determined primarily by the socio-economic component of society. Employment policy opportunities are not fully used at the regional level, and one of the most acute socio-economic problems, the solution of which is the responsibility of the regions, is to provide the population with affordable and social housing. However, due to significant imbalances in their development, not all of them are able to independently and fully ensure their own socio-economic security. The main priorities for ensuring the socio-economic security of the state and its regions in war conditions are outlined.

Keywords: health care institutions, system development management, rehabilitation, social relations, extreme situations, socio-economic security, social tension, social guarantees, social adaptation.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Соціально-економічна безпека держави, безперечно, є невід'ємною фундаментальною складовою її національної безпеки, відіграючи величезну роль у досягненні економічного суверенітету, забезпеченні динамічного економічного розвитку, реалізації ефективної соціальної політики, захисті суспільства від негативних впливів, явищ та процесів, зростанні конкурентоспроможності національної економіки в умовах загальносвітової інтеграції. Стан соціально-економічної безпеки держави потребує постійного моніторингу з

метою передбачення появи та прогнозування масштабів та динаміки розвитку кризових явищ у конкретних її регіонах, встановлення та аналізу причин їх виникнення, оскільки кризові процеси (явища, події) у соціально-економічній сфері здатні нанести значну, а інколи не виправну шкоду окремій людині, певній соціальній групі, суспільству або державі у цілому, добробуту населення, знищити не лише матеріальні, а й духовні цінності тощо. Соціально-економічна безпека покликана захищати інтереси населення, створювати необхідні передумови для розв'язання, а за можливості недопущення виникнення економічних та соціальних проблем. На жаль, внаслідок різкої активізації воєнних дій з початку 2022 року і перекидання їх на більшу частину національної території, що призвело до різкого зростання кількості осіб постраждалих у війні, які потребують усебічної та комплексної реабілітації, соціально-економічна безпека регіонів нашої держави, наразі, знаходиться під величезною загрозою. Враховуючи це, створення ефективної збалансованої системи соціально-економічної безпеки держави та кожного її регіону окремо і у безпосередньому тісному взаємозв'язку один з одним дає можливість своєчасно виявляти загрози соціально-економічним інтересам у першу чергу на регіональному рівні і запобігати заподіянню збитків соціально-економічній системі держави у цілому.

Аналіз досліджень та публікацій

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням проблеми забезпечення усебічної реабілітації осіб постраждалих внаслідок надзвичайних та екстремальних ситуацій на сьогодні займається багато вітчизняних вчених, зокрема: Горностай П. [15], Гридковець Л. [4–6], Климишин О. [5], Слюсаревський М. [15], Сиротич Н. [6], Татенко В. [15], Титаренко Т. [15], Царенко Л. [21–23], Хазратова Н. [15], Шапошник Н. [23] та інші. Поряд із цим, проблема забезпечення соціально-економічної безпеки регіонів України та створення необхідних умов для їх розвитку в умовах війни знаходяться в полі зору таких провідних науковців: Антошкіна В. [1], Белай С. [2], Буколової В. [8], Гарди Т. [16], Гончарова Є. [3], Завори Т. [20], Козаченко Г. [8], Купири М. [12], Лойка В. [13], Мельникової О. [14], Пілька А. [16], Рясної Н. [19], Свистун Л. [20], Худолій Ю. [20] та багато інших.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми

У той же час, не зважаючи на значну кількість ґрунтовних досліджень у цій сфері, все ж окреслена проблема необхідності усебічної реабілітації осіб постраждалих у війні, з метою поліпшення стану соціально-економічної безпеки регіонів, наразі, набуває особливого значення та вимагає більш глибокого вивчення.

Формулювання цілей статті

Мета статті змістовно відображена у вирішенні наступних задач: визначення основних функціональних компонентів соціально-економічної безпеки регіонів; встановлення ступеню впливу на стан соціально-економічної безпеки здійснення необхідних заходів з реабілітації осіб постраждалих у війні; надання рекомендацій з перегляду принципів та підходів в організації системи реабілітації та надання соціальних гарантій населенню; окреслення пріоритетних напрямів забезпечення соціально-економічної безпеки держави та її регіонів.

Виклад основного матеріалу

Не викликає жодних сумнівів, що в умовах перманентних воєнних конфліктів у світі, терористичних актів та інших суспільних протистоянь особливої актуальності набуває комплексна та системна робота державних та суспільних організацій, що полягає в подоланні гострих психічних станів, пов'язаних з фізичними та психічними травмами, подальшій реабілітації постраждалих, зокрема і в соціально-економічному відношенні [15]. Відповідно до цього, проблема створення комплексу необхідних умов для забезпечення повноцінної реабілітації різних категорій та груп осіб, постраждалих у війні, є обов'язковою умовою забезпечення соціально-економічної безпеки держави у цілому та кожного її регіону окремо, враховуючи існуючий потенціал, наявні можливості та специфічні умови для здійснення відповідних заходів.

Відмітимо, що на стан та рівень соціально-економічної безпеки кожного окремого регіону здійснює комплексний вплив низка чинників, що проявляються, зазвичай, в межах окремих функціональних сфер. Основні функціональні компоненти соціально-економічної безпеки регіонів представлено на рис. 1.

Як ми бачимо, компоненти соціальної безпеки або безпосередньо, або опосередковано через інші її складові впливають на стан соціально-економічної безпеки регіонів та країни у цілому. З огляду на це, досягнення високого рівня соціально-економічної безпеки регіону, особливо в умовах сучасних викликів і загроз, можливе лише унаслідок комплексного їх врахування та ефективного управління [10; 16].

На превеликий жаль, широкомасштабні воєнні дії в Україні спричинили низку вкрай важких, подекуди екстремальних ситуацій, які для різних верств населення стали стресовими, кризовими, травматичними. При цьому, в різних регіонах нашої країни масштаби ситуацій, про які йде мова, враховуючи географію бойових дій та їх інтенсивність, є різною. В таких умовах особливих випробувань

знають, у першу чергу, діти та мирні мешканці, що перебувають у зоні конфлікту, а особливо в зоні бойових дій, вимушені внутрішні переселенці, родини загиблих та зниклих безвісти; військовослужбовці – як ті, хто бере участь у бойових діях, так і демобілізовані з різних причин, їх рідні та близькі; особи, що пережили полон та тортури; волонтери й усі ті, хто працює з потерпілими, інші категорії. Цим людям найважче адаптуватися до нових складних обставин, нелегко й у повсякденному житті. У людей, що на собі відчували жахи війни може погіршуватися як фізичне, так і психічне здоров'я, загострюватися наявні проблеми та з'являтися нові. У важких ситуаціях людина піддається впливу різних чинників: небезпеки, несподіваності, невизначеності, новизни; високої інтелектуальної і/або психофізичної складності; необхідності поєднання кількох видів діяльності й виконання декількох завдань; негативного групового впливу; несприятливих природно-кліматичних і часових умов; смислових розбіжностей або девальвації колишніх базових сенсів і цінностей, що призводить до суттєвих емоційно-енергетичних навантажень. Зазначимо, що важкі ситуації можна віднести до категорії надзвичайних (наслідки аварій, небезпечних природних явищ, стихійних чи техногенних катастроф, які можуть призвести до людських жертв, завдати шкоди здоров'ю, спричинити значні матеріальні втрати і порушити умови життєдіяльності тощо) або екстремальних (війни, революції, геноциди, терористичні акти тощо) і є такими, що виходять за межі звичайного, нормального людського досвіду [21].

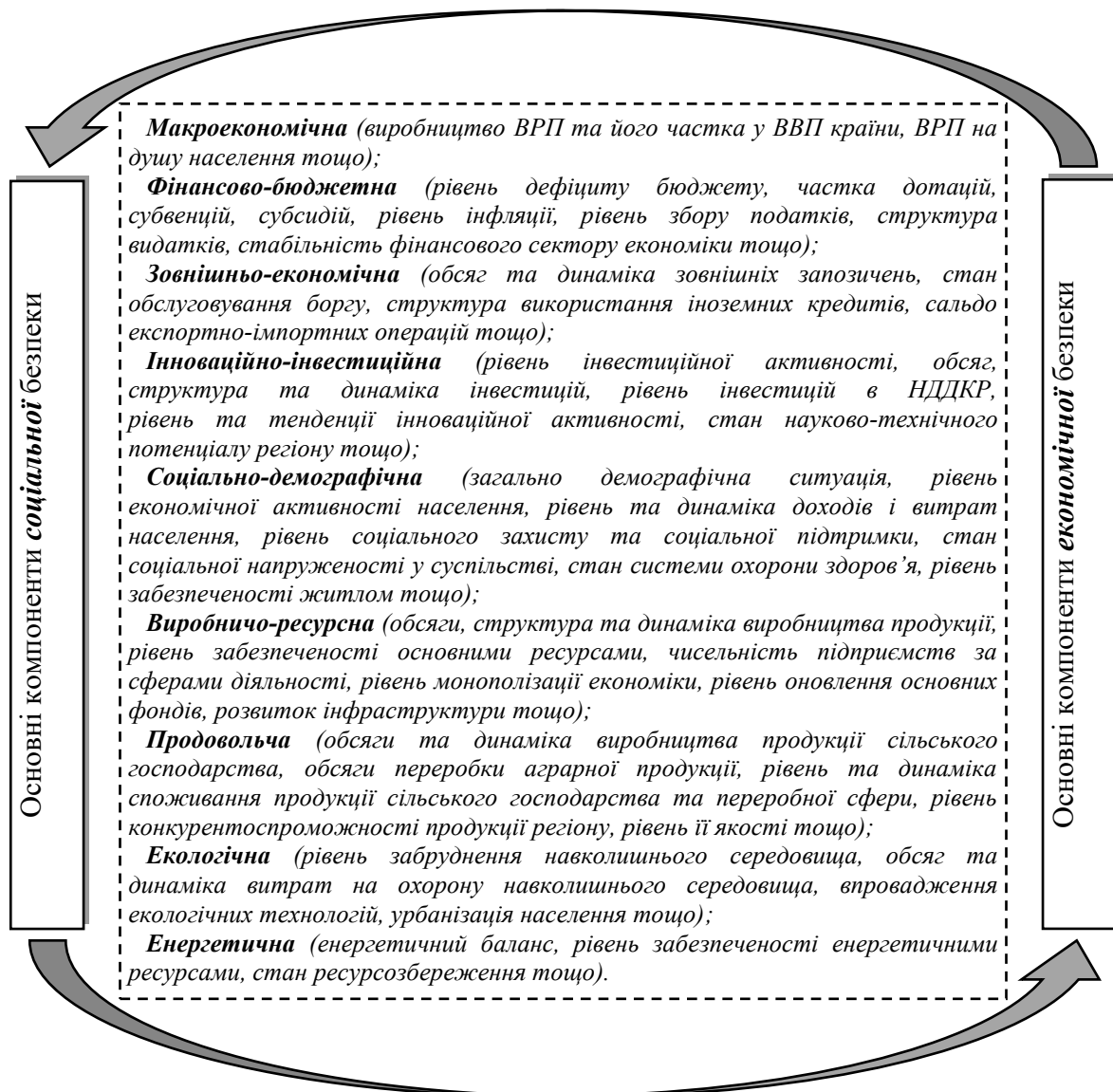


Рис. 1. Основні функціональні компоненти соціально-економічної безпеки регіонів

Джерело: розроблено автором

Зупинимось детальніше саме на останніх. Війна в Україні, цілком очевидно, відноситься до екстремальної ситуації, що відбувається у тих чи інших масштабах на території усієї країни. Для окремих груп населення ця ситуація є гіперекстремальною, адже внутрішні навантаження, які вона викликає, часто перевищують людські можливості, руйнують психіку, змінюють звичну поведінку, можуть спричинити

небезпечні і, навіть, невідворотні наслідки. Гіперекстремальні ситуації – несподівана втрата близької людини, полон, тортури, насилля (особливо, якщо є загроза життю), присутність при загибелі чи пораненні тощо – є завжди травматичними. Психотравматична ситуація або подія (поранення, контузії, фізичне травмування, загибель чи смерть близьких людей, побратимів, мирного населення, картини смерті, поранень і людських страждань тощо) – це будь-яка особисто значуща ситуація (явище), що має характер патогенного емоційного впливу на психіку людини і може, у разі недостатньої сформованості захисних психологічних механізмів, зумовити психічні розлади. Щоб звести до мінімуму руйнівні наслідки травматичних ситуацій, сприяти збереженню психічного здоров'я, необхідна психологічна допомога та психологічна підтримка, шляхом реабілітації постраждалих як в умовах певної ситуації, так і після повернення із зони ризику [22, с. 6-7].

Значимо, що, власне, термін «реабілітація» сформувався лише усередині минулого сторіччя. Так, після Другої світової війни у Великобританії та США було розроблено її базові принципи, які згодом стали основою концепцій реабілітації у різних країнах світу. Наразі існує безліч підходів до визначення сутності терміну «реабілітація». Так, широкого розповсюдження набуло визначення, що характеризує реабілітацію як «використання різних можливостей для зменшення впливу чинників, що обмежують життєдіяльність людини або призводять до інвалідизації; забезпечення особам із обмеженням життєдіяльності можливості досягти оптимальної соціальної інтеграції» [4, с. 8].

Близьким за суттю до попереднього є інше визначення даного терміну, яке встановлює, що реабілітація – це використання усіх наявних можливостей із метою зниження впливу станів, що обмежують життєдіяльність або призводять до інвалідизації, та забезпечення особам із обмеженнями життєдіяльності можливості досягнення оптимальної соціальної інтеграції [22, с. 7].

Більш широке визначення даного терміну надає Л. Гридковець [4, с. 9]. Вона пропонує трактувати реабілітацію як систему державних, соціальних медичних, професійних, педагогічних, психологічних та інших заходів, спрямованих на запобігання розвитку патологічних процесів, що призводять до тимчасової або стійкої втрати працездатності; на ефективне і раннє повернення хворих та інвалідів (дітей і дорослих) у суспільство і до суспільно корисної праці.

Відмітимо, що визначення терміну «реабілітація» фігурує в документах Організації Об'єднаних Націй (ООН) [23, с. 52], де визначається як відновлення функції або набуття нових навичок, необхідних у змінених обставинах жертви після катувань або жорстокого поводження і спрямована на забезпечення максимально можливої автономії і функціонування для даної особи, а також може включати корекцію фізичного й соціального оточення. Вказано, що реабілітація жертв має бути спрямована на відновлення, наскільки це можливо, їхньої незалежності, фізичних, психічних, соціальних і професійних можливостей, а також повного включення й повноцінної участі у суспільному житті, розглядається як комплекс соціальної, психологічної, медичної, та правової допомоги.

Зауважимо, що реабілітація є вельми широким поняттям і передбачає здійснення цілого комплексу різноманітних заходів, маючих найрізноманітніші спрямування, які з часом виокремились в часткові напрямки реабілітації. Так, наприкінці ХХ сторіччя в державних документах різних країн світового співтовариства, зокрема і в Україні, з'являються такі поняття, як [4, с. 9]:

– нейрореабілітація – система заходів направлених на зменшення негативного впливу станів ураження нервової системи, які обмежують життєдіяльність або призводять до інвалідизації, з метою забезпечення відповідним особам можливості досягнути оптимальної соціальної інтеграції;

– психологічна реабілітація – система заходів, спрямованих на відновлення, корекцію психічного й особистісного здоров'я, створення сприятливих умов для розвитку та утвердження людини;

– психолого-педагогічна реабілітація – система заходів, спрямованих на формування способів оволодіння знаннями, уміннями й навичками через системну навчально-виховну роботу;

– соціальна реабілітація – система заходів, спрямованих на створення і забезпечення умов для повернення особи до активної участі у суспільному житті, відновлення її соціального статусу та здатності до самостійної суспільної і родинно-побутової діяльності через соціально-довкільну орієнтацію та соціально-побутову адаптацію, соціальне обслуговування, задоволення потреби у забезпеченні технічними та іншими засобами реабілітації;

– професійна реабілітація – система заходів, спрямованих на підготовку особи до професійної діяльності у нових психічно-соціально-фізичних умовах, що спонукають до відновлення чи здобуття професійної працездатності через адаптацію, реадaptaцію, навчання, перенавчання чи перекваліфікацію з можливим подальшим працевлаштуванням і необхідним соціальним супроводженням з урахуванням особистих здібностей та побажань особи.

В Україні воєнні дії у різних масштабах тривають уже понад вісім років. Різні категорії населення, про яких йшла мова вище, потребують реабілітації, оскільки це впливає на стан соціально-економічної безпеки держави у цілому та, тією чи іншою мірою, кожного її регіону. В даних умовах є необхідність докорінного перегляду принципів та підходів в організації системи реабілітації та надання соціальних гарантій населенню, що визначатиме і запровадження нових моделей організації, адміністрування та менеджменту, застосування принципово іншої методології оцінки якості результатів реабілітаційного процесу, а також процесу соціальної адаптації [7; 11; 17, 18].

Сучасні системи надання реабілітаційних та соціальних послуг мають базуватися на дотриманні наступних принципів: загальна доступність; персоніфікований підхід; простота та ефективність управління та організації надання вказаних послуг; прозорість та публічність; відкритість; оперативність; використання найкращого світового досвіду як у сфері адміністрування суспільних процесів, так і надання реабілітаційних послуг тощо [5, с. 28].

Зазначимо, що найбільш численною групою, що потребують реабілітації та соціально-економічної допомоги, наразі, є внутрішньо-переміщені особи. Проблема вимушених переселенців для України стала актуальною від самого початку – ще з 2014 року, а сьогодні набула, без перебільшення, величезних масштабів. Найбільш гострими проблемами переселенців на сьогодні, серед інших, є наступні: перебування у постійному стресовому стані; підвищена тривожність та страх; гіпертрофована нестабільна емоційність; невпевненість у майбутньому; проблеми працевлаштування; невирішені житлово-побутові проблеми; гіперболізоване відчуття справедливості; внутрішнє відчуття непотрібності тощо [6, с. 9]. Невирішеність вказаних проблем, їх неухильне нагромадження у суспільстві, призводить до поступового посилення негативного впливу на стан соціально-економічної безпеки держави у цілому та кожного її регіону окремо.

При цьому, важливо наголосити на тому, що екстремальні ситуації соціального характеру визначаються, перш за все, соціально-економічною складовою суспільства – рівнем та якістю життя населення. Чим вони гірше, тим вище рівень соціального невдоволення й тим складніше його стримати. Нестабільність життя породжує невдоволення ним і, як наслідок, виливається у протест, який переростає у дії, що руйнують й без того вже порушену інфраструктуру життєзабезпечення. Це, у свою чергу, по висхідній спіралі, призводить до нового вибуху протесту й нових, ще більш масштабних руйнівних дій. Захищеність національних інтересів держави залежить від того, наскільки успішно система забезпечення соціально-економічної безпеки здатна реагувати на виклики та загрози [12–14].

Також далеко не повною мірою в регіонах України використовуються можливості політики зайнятості. А однією з найгостріших соціально-економічних проблем, розв'язання якої значною мірою залежить від регіону, є забезпечення населення доступним та соціальним житлом і благоустрій житлового фонду [3, с. 135]. На сьогодні ця проблема є вельми актуальною, оскільки у сотні тисяч українців або житло зруйноване повністю, або знаходиться у непридатному для проживання стані, або помешкання знаходиться у зоні проведення активних бойових дій, що унеможливує безпечне перебування у ньому. Вирішення цієї проблеми, шляхом будівництва соціального житла або надання тимчасового місця для проживання, звичайно за підтримки держави та міжнародних організацій, але все ж залишається предметом саме регіональної житлової політики [20, с. 348].

Регіональна політика у соціальній сфері є комплексним інструментом регулювання соціально-економічного розвитку регіонів України. На жаль, на даний час в Україні мають місце суттєві диспропорції у розвитку регіонів та міжрегіональному співробітництві. Через нерівномірність економічного розвитку не усі регіони України здатні самостійно забезпечити стабільний соціально-економічний розвиток та соціально-економічну безпеку завдяки ефективному використанню інструментарію регіонального менеджменту, залученню та ефективному використанню інвестиційних ресурсів [1, с. 16].

З огляду на поточні реалії, основними пріоритетами забезпечення соціально-економічної безпеки держави та кожного регіону мають бути діяльність органів центральної влади та місцевого самоврядування щодо: недопущення виникнення в регіонах гострих соціальних конфліктів; забезпечення ефективного соціального захисту населення; подолання кризових демографічних процесів; зменшення майнової диференціації населення; зниження рівня злочинності; збереження та укріплення трудового потенціалу країни; підвищення рівня зайнятості працездатного населення тощо [2; 12, с. 122; 19, с. 132; 20, с. 341]. У цілому, від своєчасності та комплексності вирішення вказаних соціально-економічних проблем залежить зниження соціальної напруги, створення довгострокових основ забезпечення соціальної стабільності і підвищення якості життя населення регіонів України, що, у свою чергу, здатне істотно знизити загрози соціальній стабільності і підвищити економічну безпеку регіонів [19, с. 133].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Підсумовуючи вище викладене відзначимо, що проблема реабілітації населення постраждалого у війні є вкрай актуальною. Нехтування цим питанням, відкладання його вирішення може призвести до кризи у суспільстві та створити загрозу соціально-економічній безпеці як на регіональному, так і на загальнодержавному рівні. При цьому, основні зусилля органів державної влади та місцевого самоврядування доцільно направити на заходи щодо збільшення рівня та якості життя населення, а основою забезпечення соціально-економічної безпеки регіонів України мають стати заходи щодо зменшення соціальної напруженості у суспільстві.

Література

1. Антошкін В.К. Показники й індикатори соціально-економічної безпеки регіонів. *Економічна та продовольча безпека України*. 2015. № 1-2. С. 12-20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/epbu_2015_1-2_4

2. Белай С.В. Концепція стратегії соціально-економічної безпеки регіонів України. *Державне будівництво*. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_20
3. Гончаров Є.В. Економічна безпека регіону в системі забезпечення його стійкого соціально-економічного розвитку. *Економіка та держава*. 2011. № 4. С. 135-136. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2011_4_41
4. Гридковець Л. Реабілітаційна психологія: мета, завдання, зв'язок з іншими дисциплінами. *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи* : навчальний посібник. Том 1. Київ : [б.в.], 2018. С. 8-13.
5. Гридковець Л., Климишин О. Особливості психологічної допомоги ветеранам війни. *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи* : навчальний посібник. Том 3. Київ : [б.в.], 2018. С. 28–31.
6. Гридковець Л., Сиротич Н. Специфіка потреб внутрішньо переміщених осіб. *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи* : навчальний посібник. Том 3. Київ : [б.в.], 2018. С. 9–11.
7. Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення допоміжними засобами реабілітації осіб, постраждалих внаслідок військової агресії Російської Федерації проти України : Закон України від 01.04.2022 № 2168-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2168-IX#Text> (дата звернення: 05.08.2022).
8. Кравчик Ю. В. Інструментарій забезпечення системного розвитку закладів охорони здоров'я в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2022. № 6 Том 2. С. 345–350. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-58](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-58)
9. Кравчик Ю. Розвиток системи управління господарською діяльністю: особливості закладів охорони здоров'я. *MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS*, 2022 (4), 187–192. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-6-25>
10. Козаченко Г.В., Буколова В.В. Модель оцінювання соціально-економічної безпеки регіону. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2017. Т. 22, Вип. 8. С. 96–100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2017_22_8_22
11. Концепція розвитку охорони психічного здоров'я в Україні на період до 2030 року. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1018-2017-%D1%80#n8> (дата звернення: 05.08.2022).
12. Купира М.І. Фактори впливу на соціально-економічну безпеку депресивного регіону. *Економічний форум*. 2015. № 2. С. 117-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2015_2_20
13. Лойко В.В. Проблеми та шляхи забезпечення економічної безпеки регіону. *Ефективна економіка*. 2015. № 6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_6_11
14. Мельникова О.А. Соціальна безпека регіону: сутність та способи протидії загрозам. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6474> (дата звернення: 02.08.2022).
15. Основи соціальної психології: підручник для закладів вищої освіти / за ред. М.М. Слюсаревського. Київ : Талком, 2018. 580 с.
16. Пілько А.Д., Гарда Т.П. Соціально-економічний розвиток регіону: пошук нових орієнтирів та механізмів реалізації в контексті еволюції безпекознавчих парадигм. *Бізнес Інформ*. 2016. № 10. С. 112–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_10_18
17. Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо забезпечення допоміжними засобами реабілітації (технічними та іншими засобами реабілітації) осіб, постраждалих внаслідок військової агресії Російської Федерації проти України : Постанова Кабінету Міністрів України від 12.04.2022 № 454-2022п. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/454-2022-п#Text> (дата звернення: 05.08.2022).
18. Про порядок проведення психологічної реабілітації учасників антитерористичної операції та постраждалих учасників Революції Гідності : Постанова Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року № 1057. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1057-2017-%D0%BF> (дата звернення: 05.08.2022).
19. Рясна Н.О. Основні показники соціальної складової економічної безпеки регіону. *Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Серія: Культура і соціальні комунікації*. 2012. Вип. 3. С. 126–133. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaksk_2012_3_14
20. Свистун Л.А., Завора Т.М., Худолій Ю.С. Концептуальні засади забезпечення соціальної безпеки регіону. *Prognostication and planning of economic development: microeconomic and macroeconomic levels: multi-authored monograph*; Aleksandras Stulginskis University. Kaunas: Baltija Publishing, 2019. Vol. 1. P. 338–354.
21. Царенко Л.Г. Екстремальні чинники розладів адаптації у військовослужбовців, які беруть участь в антитерористичній операції. *Психологічна допомога особам, які беруть участь в антитерористичній операції* : матеріали міжвідомчої науково-практичної конференції (Київ, 30 березня 2016 року) : у 2 ч. Київ : Національна академія внутрішніх справ, 2016. С. 220–223.
22. Царенко Л.Г. Керівні принципи МПК з психічного здоров'я та соціально-психологічної підтримки в надзвичайних ситуаціях. *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи* :

навчальний посібник. Том 2. Київ : [б.в.], 2018. С. 6–13.

23. Шапошник Н. Міжнародні стандарти соціально-психологічної реабілітації людей, що пережили полон та тортури. *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи* : навчальний посібник. Том 3. Київ : [б.в.], 2018. С. 46–54.

References

1. Antoshkin V.K. Pokaznyky y indykatory sotsialno-ekonomichnoi bezpeky rehioniv. Ekonomichna ta prodovolcha bezpeka Ukrainy. 2015. № 1-2. S. 12-20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/epbu_2015_1-2_4
2. Bielai S.V. Kontseptsiia stratehii sotsialno-ekonomichnoi bezpeky rehioniv Ukrainy. Derzhavne budivnytstvo. 2012. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeBu_2012_2_20
3. Honcharov Ye.V. Ekonomichna bezpeka rehionu v systemi zabezpechennia yoho stiikoho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku. Ekonomika ta derzhava. 2011. № 4. S. 135-136. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2011_4_41
4. Hrydkovets L. Reabilitatsiina psykholohiia: meta, zavdannia, zviazok z inshymy dystsyplinamy. *Osnovy reabilitatsiinoi psykholohii: podolannia naslidkiv kryzy* : navchalnyi posibnyk. Tom 1. Kyiv : [b.v.], 2018. S. 8-13.
5. Hrydkovets L., Klymyshyn O. Osoblyvosti psykholohichnoi dopomohy veteranam viiny. *Osnovy reabilitatsiinoi psykholohii: podolannia naslidkiv kryzy* : navchalnyi posibnyk. Tom 3. Kyiv : [b.v.], 2018. S. 28–31.
6. Hrydkovets L., Syrotych N. Spetsyfika potreb vnutrshino peremishchenykh osib. *Osnovy reabilitatsiinoi psykholohii: podolannia naslidkiv kryzy* : navchalnyi posibnyk. Tom 3. Kyiv : [b.v.], 2018. S. 9–11.
7. Pro vnesennia zmin do deiakykh zakoniv Ukrainy shchodo zabezpechennia dopomizhnymy zasobamy reabilitatsii osib, postrazhdalykh vnaslidok viiskovoi ahresii Rosiiskoi Federatsii proty Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 01.04.2022 № 2168-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2168-IX#Text> (data zvernennia: 05.08.2022).
8. Kravchuk Yu. V. Instrumentarii zabezpechennia systemnoho rozvytku zakladiv okhorony zdorovia v Ukraini. *Herald of Khmelnytskyi National University*. 2022. № 6 Tom 2. S. 345–350. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(2\)-58](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-58)
9. Kravchuk Yu. Rozvytok systemy upravlinnia hospodarskoiu diialnistiu: osoblyvosti zakladiv okhorony zdorovia. *MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS*, 2022 (4), 187–192. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-6-25>
10. Kozachenko H.V., Bukolova V.V. Model otsiniuvannia sotsialno-ekonomichnoi bezpeky rehionu. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universytetu*. Seria: Ekonomika. 2017. T. 22, Vyp. 8. S. 96–100. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2017_22_8_22
11. Kontseptsiia rozvytku okhorony psykhhichnoho zdorovia v Ukraini na period do 2030 roku. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1018-2017-%D1%80#n8> (data zvernennia: 05.08.2022).
12. Kupyra M.I. Faktory vplyvu na sotsialno-ekonomichnu bezpeku depresyvnogo rehionu. *Ekonomichnyi forum*. 2015. № 2. S. 117-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2015_2_20
13. Loiko V.V. Problemy ta shliakhy zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky rehionu. *Efektivna ekonomika*. 2015. № 6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_6_11
14. Melnykova O.A. Sotsialna bezpeka rehionu: sutnist ta sposoby protydii zahrozam. *Efektivna ekonomika*. 2018. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6474> (data zvernennia: 02.08.2022).
15. *Osnovy sotsialnoi psykholohii: pidruchnyk dlia zakladiv vyshchoi osvity / za red. M.M. Sliusarevskoho*. Kyiv : Talkom, 2018. 580 s.
16. Pilko A.D., Harda T.P. Sotsialno-ekonomichnyi rozvytok rehionu: poshuk novykh oriientyrv ta mekhanizmiv realizatsii v konteksti evoliutsii bezpekoznavchykh paradyhm. *Biznes Inform*. 2016. № 10. S. 112–116. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_10_18
17. Pro vnesennia zmin do deiakykh postanov Kabinetu Ministriv Ukrainy shchodo zabezpechennia dopomizhnymy zasobamy reabilitatsii (tekhnichnymy ta inshymy zasobamy reabilitatsii) osib, postrazhdalykh vnaslidok viiskovoi ahresii Rosiiskoi Federatsii proty Ukrainy : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 12.04.2022 № 454-2022p. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/454-2022-p#Text> (data zvernennia: 05.08.2022).
18. Pro poriadok provedennia psykholohichnoi reabilitatsii uchasnykiv antyterrorystychnoi operatsii ta postrazhdalykh uchasnykiv Revoliutsii Hidnosti : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 27 hrudnia 2017 roku № 1057. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1057-2017-%D0%BF> (data zvernennia: 05.08.2022).
19. Riasna N.O. Osnovni pokaznyky sotsialnoi skladovoi ekonomichnoi bezpeky rehionu. *Naukovi zapysky [Natsionalnoho universytetu «Ostrozka akademiia»]*. Seria: Kultura i sotsialni komunikatsii. 2012. Vyp. 3. S. 126–133. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaksk_2012_3_14
20. Svystun L.A., Zavora T.M., Khudolii Yu.S. Kontseptualni zasady zabezpechennia sotsialnoi bezpeky rehionu. *Prognostication and planning of economic development: microeconomic and macroeconomic levels: multi-authored monograph*; Aleksandras Stulginskis University. Kaunas: Baltija Publishing, 2019. Vol. 1. P. 338–354.
21. Tsarenko L.H. Ekstremalni chynnyky rozladiv adaptatsii u viiskovosluzhbovtziv, yaki berut uchast v antyterrorystychnii operatsii. *Psykholohichna dopomoha osobam, yaki berut uchast v antyterrorystychnii operatsii* : materialy mizhvidomchoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Kyiv, 30 bereznia 2016 roku) : u 2 ch. Kyiv : Natsionalna akademiia vnutrishnikh sprav, 2016. S. 220–223.
22. Tsarenko L.H. Kerivni pryntsyipy MPK z psykhhichnoho zdorovia ta sotsialno-psykholohichnoi pidtrymky v nadzvychainykh sytuatsiakh. *Osnovy reabilitatsiinoi psykholohii: podolannia naslidkiv kryzy* : navchalnyi posibnyk. Tom 2. Kyiv : [b.v.], 2018. S. 6–13.
23. Shaposhnyk N. Mizhnarodni standarty sotsialno-psykholohichnoi reabilitatsii liudei, shcho perezhlyli polon ta tortury. *Osnovy reabilitatsiinoi psykholohii: podolannia naslidkiv kryzy* : navchalnyi posibnyk. Tom 3. Kyiv : [b.v.], 2018. S. 46–54.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-12>

УДК 338.2

Ілона БІЛОКІННА

Вінницький національний аграрний університет

<https://orcid.org/0000-0001-5816-1067>

e-mail: i.bilokinna@gmail.com

ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ЯК ВИМОГА ЧАСУ ТА ОСНОВА УСПІШНОГО ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ КРАЇНИ

У статті розглянуто суть зеленої економіки та її роль у майбутньому післявоєнному відновленні України. Доведено чому розвиток зеленої економіки є вимогою часу. Зазначено що Україна демонструє початковий рівень підготовки у сфері довкілля та зміни клімату та повільно проходить процес імплементації європейських директив у "зеленій" сфері, що зумовлено воєнними діями в країні. Визначено, що важливим аспектом розбудови зеленої економіки є щорічне збільшення виробництва і використання альтернативних джерел енергії для забезпечення енергетичної незалежності країни, оскільки останні події продемонстрували відсутність енергетичної безпеки під час використання традиційних джерел енергії та палива. Пріоритетність відновлюваних джерел енергії зумовлена також тим, що Україна має значний потенціал для збільшення їх виробництва.

Ключові слова: зелена економіка, післявоєнне відновлення, альтернативні джерела енергії, органічне виробництво, навколишнє середовище.

Ilona BILOKINNA

Vinnitsia National Agrarian University

GREEN ECONOMY AS THE NEED OF THE TIME AND THE BASIS OF SUCCESSFUL POST-WAR RECONSTRUCTION OF THE COUNTRY

The war in Ukraine has been going on for more than a year, and the damage to the economy, infrastructure, and the environment has been significant and is increasing every day. In parallel with this, Ukraine became a candidate for membership of the European Union and thus determined its future path of development. This means that our state accepts all conditions for the creation of a decarbonized economy in order for the European Union to become climate neutral by 2050. However, the above-mentioned problems create significant obstacles on this path. Therefore, in order to fulfill all the conditions before the European Union and in the future to effectively use resources for the successful recovery of the country, it is necessary to develop the economy in accordance with modern realities. A fairly important aspect of the development of the "green economy" is the annual increase in the use of alternative energy sources, including in the agricultural sector. The state has been working for many years on the creation of acceptable institutional support for the development of renewable energy in Ukraine.

A very good example is the energy cooperative in Slavutych, during a power outage, it produced energy and enabled city residents to charge various devices and gadgets. And it showed its efficiency compared to traditional energy sources. Therefore, during the reconstruction of our state, it is necessary to pay enough attention to the creation of an institutional environment for the development of energy cooperatives in communities, because they are able to ensure energy independence and at the same time do not have a negative impact on the environment during energy production.

Thanks to the green economy, Ukraine is able to fulfill most of the requirements for the European Union to become its full member. In addition, in order to successfully rebuild our country after the war, it is also necessary to develop a green economy, since we already need innovative methods of building the economy, construction, energy system, restoring the quality of soil, water, air in order to meet the modern needs of the population and fight together with international partners with changes climate.

Key words: green economy, post-war recovery, alternative energy sources, organic production, environment.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Війна в Україні триває вже більше року, відповідно нанесені значні збитки економіці, інфраструктурі та навколишньому середовищу і з кожним днем вони лише зростають. Паралельно з цим, Україна стала кандидатом у члени Європейського Союзу та цим визначила свій майбутній шлях розвитку. Це означає, що наша держава приймає всі умови щодо створення декарбонізованої економіки для того аби Європейський Союз став кліматично нейтральним до 2050 року. Проте, вище зазначені проблеми створюють значні перешкоди на даному шляху. Тому аби виконати всі умови перед Європейським Союзом та в майбутньому ефективно використати ресурси задля успішного відновлення країни потрібно розвивати економіку відповідно до сучасних реалій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Проблеми, пов'язані із розвитком зеленої економіки в нашій державі та загалом у світі, досліджувала велика кількість вітчизняних науковців, наприклад Калетнік Г. М. [14], Гончарук І. В. [13], Ємчик Т. В. [12], Шпикуляк О. Г. [14], Токарчук Д. М. [13], Гончарук Я. В. [13], Грещук Г. І. [13] та інші. Проте, переваги її для майбутнього післявоєнного відновлення України розглянуто ще поки недостатньо в науковому просторі.

Формулювання цілей статті

Метою статті є зазначення переваг зеленої економіки як вимоги часу та доведення її важливості для успішного відновлення країни.

Виклад основного матеріалу дослідження

Післявоєнна відбудова України – це не лише швидке відновлення зруйнованої інфраструктури, промисловості чи житлових будинків. Післявоєнне відновлення матиме значний вплив на розвиток країни в середньо- та довгостроковій перспективі та визначить напрямок розвитку на багато років. Ось чому планування післявоєнного відновлення має бути зеленим.

Ця модель реконструкції має бути спрямована на побудову економіки майбутнього в Україні, економіки, яка зростає, а її негативний вплив на довкілля зменшується. Зокрема, вона має підтримувати зростання валового внутрішнього продукту без викидів парникових газів, а у центрі економічного розвитку має бути захист природи та якість життя громадян. Щоб забезпечити це, уряд має розробити надійну основу для зелених інвестицій та інновацій [5].

На початку 2020 року Україна заявила про свої наміри стати частиною Європейської зеленої угоди та сприяти досягненню кліматичної нейтральності. У довоєнний період було налагоджено діалог на високому рівні з Європейським Союзом щодо Європейської зеленої угоди, а також були зроблені перші спроби включити відповідні цілі та завдання до стратегічного планування України.

Якщо Україна стане повноцінним елементом Європейської зеленої угоди, це суттєво посилить поточну ситуацію в Європейському Союзі з низки питань. Наприклад, увесь аграрний сектор України, навіть у його нинішньому стані, може сприяти забезпеченню продовольчої безпеки та екологічної стійкості. Наприклад, використання пестицидів і добрив (причина значного тиску на навколишнє середовище) в Україні є набагато нижчим за «амбітні» цілі скорочення, встановлені Європейським Союзом.

«Зелена» модель післявоєнного відновлення України потребує підтримки міжнародних партнерів, насамперед, ЄС та фундаментальної зміни їхнього бачення ролі та місця України в майбутній європейській та світовій економіці та торгівлі. Побудова кліматично нейтральної економіки в Україні можлива лише в рамках глобальних зусиль зі створення міжнародних зелених виробничих ланцюгів як частини сталої глобальної економіки [5].

Погоджуємось із думкою Т. Ємчик (Гончарук) зазначає, що для того щоб покращити рівень життя суспільства, зменшити навантаження на навколишнє середовище, вирішити соціальні, кліматичні, фінансові та паливні проблеми, необхідно знайти кардинально нову концепцію, яка б стала базою для подальшого сталого розвитку. У контексті вирішення зазначених проблем важливим аспектом розбудови сучасних суспільно-економічних формацій наукою визнана концепція «зеленої економіки» [12].

Україна демонструє початковий рівень підготовки у сфері довкілля та зміни клімату. Останніми роками Україна зробила багато важливого для розбудови своєї нормативно-правової бази у сфері довкілля та порівняно небагато для реформування своєї нормативно-правової бази та узгодження з кліматичним *acquis*. Прогалини в рівні законодавчого узгодження зросли з розширенням і поглибленням *acquis* ЄС у цих сферах у зв'язку із Європейським зеленим курсом. Загалом, потрібно вирішити проблеми, що лишаються зі спроможністю ухвалення відповідного *acquis* ЄС, врахування положень Європейського зеленого курсу в усіх сферах політики та ефективного виконання і забезпечення дотримання законодавства [7].

Надто повільний процес імплементації європейських директив у “зеленій” сфері в Україні відмічають у лютневому звіті 2023 року, складеному експертною групою Єврокомісії. Аналіз українського законодавства свідчить, що країна демонструє значний прогрес в імплементації енергетичних реформ, але поки знаходиться на початковому рівні підготовки у сфері довкілля та зміни клімату.

У звіті резюмується, що останніми роками Україна зробила багато важливого для розбудови своєї нормативно-правової бази у сфері довкілля та порівняно небагато для реформування своєї нормативно-правової бази та узгодження з кліматичним правом. Але європейські експерти зазначили, що прогалини у рівні законодавчого узгодження зросли з розширенням і поглибленням *acquis* ЄС (право ЄС) у цих сферах.

В Єврокомісії рекомендують розв'язати проблеми зі спроможністю ухвалення відповідного *acquis* ЄС, з рахування положень Європейського зеленого курсу в усіх сферах політики та ефективного виконання і забезпечення дотримання законодавства [8].

Як ми знаємо, «зелена економіка» містить у собі велику кількість змін і це стосується не лише сільського господарства, а й способу господарювання загалом. Зміни стосуються процесів від вирощування рослин і розведення тварин до переробки відходів і будівництва.

Досить важливим аспектом розбудови «зеленої економіки» є щорічне збільшення використання альтернативних джерел енергії, в тому числі в аграрній сфері. Держава працює не один рік над створенням прийнятного інституційного забезпечення для розвитку відновлюваної енергетики в Україні. Прийнято велику кількість законів, постанов, розпоряджень, наказів та роз'яснень законодавства у сфері відновлюваної енергетики, проаналізувавши які, можна зробити висновок, що початок для розвитку відновлюваної енергетики поставлено. Але наразі розвиток альтернативних джерел енергії ще поки не знаходиться на достатньому рівні для нашої держави. Найбільш розповсюдженим видом альтернативної

енергетики в Україні є сонячна енергетика. Проте, сонячні та вітрові електростанції чи біогазові установки будуть переважно підприємці середнього та великого бізнесу, які прагнуть заробляти за допомогою «зеленого тарифу». Використання альтернативної енергетики в побуті поки є дорогим для пересічного громадянина, тобто населенню досить важко фінансово побудувати сонячну батарею чи біогазову установку вдома чи на сімейній фермі. Держава запровадила механізм кредитування для розвитку відновлюваної енергетики, проте довіри в населення до держави і банківських установ у цьому питанні немає. Через це люди бояться брати такого виду кредити, що є значною перешкодою для розвитку альтернативної енергетики серед населення загалом. Тому-то державі необхідно створити таке інституційне забезпечення, яке б створило належні умови для відновлення довіри населення до державних структур і відчувало захист з боку держави під час зміни свого звичного способу господарювання на новий спосіб за принципами «зеленої економіки».

Розвиток альтернативних джерел енергії дасть у майбутньому як економічний, так екологічний та соціальний результат, який позитивно вплине на економіку та навколишнє середовище нашої країни. Звичайно це новий вид підприємництва, інший спосіб використання земель, створення нових робочих місць. Ті землі, які не можуть бути використані у сільському господарстві – можуть бути використані для розвитку відновлюваної енергетики [9].

Згідно з останніми дослідженнями Біоенергетичної асоціації України, енергетичний потенціал біомаси України (24,87 млн т н.е.) становить 29% від загального постачання первинної енергії (86,36 млн т н.е в 2020 р.), що практично дорівнює річному імпорту природного газу в країну. Тобто біоенергетика – це крок до енергонезалежності.

Від рівня 2020 року вартість природного газу зросла принаймні у 10 разів. Ціна зернових культур зросла у середньому з 200 до 300 \$/тону (у 1,5 рази). Маркетингова ситуація змінилась радикально не на користь України: на дохід від продажу зернових аграрії зможуть тепер купити у 7 разів менше природного газу [1].

Тому необхідно забезпечувати свою енергонезалежність, що можна зробити завдяки відновлюваним джерелам енергії, оскільки в Україні є значний потенціал сільськогосподарських відходів та енергокультур для їх виробництва (рис. 1).

Переваги біометану як повного аналога природного газу в Україні

- Біометан абсолютно готовий для закачування в газову мережу вже сьогодні, не потрібні інвестиції у модернізацію газових мереж, система яких в нашій державі гарно розвинена, і газового обладнання.

- Україна може запропонувати найдешевшу сировину для виробництва біометану.
- Біометанові заводи, окрім біометану, генерують дигестат, який може стати основним органічним добривом необхідним для відродження українських ґрунтів.
- На сьогодні це найдешевший із можливих відновлюваних газів.
- ЄС прийняли амбітні плани з виробництва біометану (REPowerEU): 35 млрд м³/рік в 2030 р. Україна потенційно може забезпечити до 30% цієї потреби [1].

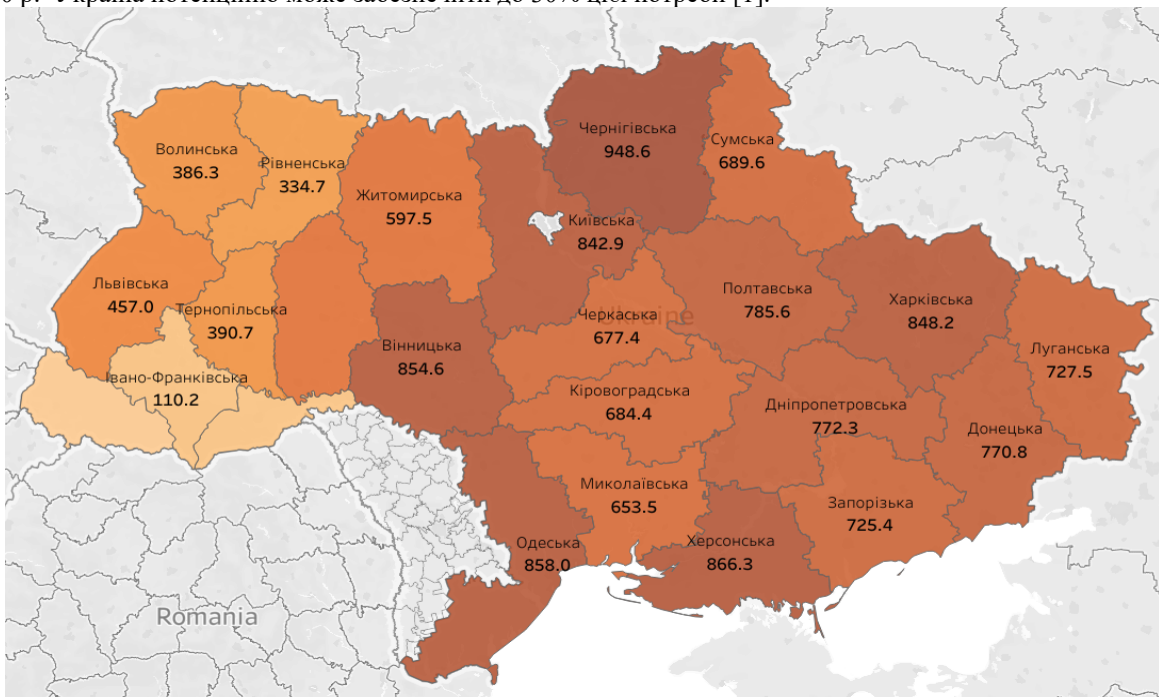


Рис. 1. Потенціал сільськогосподарських відходів та енергокультур, тис. т н.е.

Джерело: [7]

Отже, потенціал України може забезпечити енергонезалежність, проте потрібно використовувати його в повній мірі. Почати використовувати землі для вирощування енергокультур, будувати біогазові заводи біля ферм, забезпечити можливість населенню будувати домашні сонячні електростанції тощо. Це все потребує значних капіталовкладень, проте з міжнародною фінансовою підтримкою у повоєнний час це буде зробити набагато легше.

Погоджуємось із думкою вітчизняних науковців, які вважають, що сучасна практика утворення та поводження з відходами в Україні призвела до збільшення площі звалищ і втрата корисного потенціалу відходів. Сьогодні територіальні громади України отримали величезні нові повноваження в рамках децентралізації, зокрема, до їх юрисдикції перейшло поводження з відходами. З метою реалізації Національної Стратегії управління відходами в Україні до 2030 року та Національного плану управління відходами до 2030 року громадам необхідно активізувати сфери ефективної утилізації твердих побутових відходів (ТПВ), а для цього необхідно враховувати європейські норми та стандарти в цій сфері, а також ділитися успішним українським та закордонним досвідом [13].

Незважаючи на складний період, руйнування об'єктів альтернативної енергетики внаслідок воєнних дій, виробництво електроенергії з відновлюваних джерел тривало. Кількість об'єктів та потужність станом на 01.01.2023 року можна побачити у табл. 1.

Таблиця 1

**Інформація щодо об'єктів електроенергетики
з використанням альтернативних джерел станом на 01.01.2023 р.**

	Потужність, МВт	Кількість об'єктів	Кількість компаній	В-цтво є/є у 2022, млн кВт/год	Кількість надбавок
Біогаз	134,9	64	43	503	10
Біомаса	154,3	23	23	288	7
ВЕС	1754,5	96	32	1659	28
МГЕС	122	179	80	210	13
нСЕС&фСЕС	6368,8	1225	863	5254	118
Разом	8534,5	1587	1031	7913	176

Джерело: сформовано автором на основі [6]

Найбільша кількість об'єктів електроенергетики з використанням альтернативних джерел це сонячні електростанції – 1225 з потужністю 6368,8 МВт. Найменше компанії будують об'єкти на біомасі – 23, значно краща ситуація з будівництвом біогазових заводів, їх 64 по Україні.

В інституційному механізмі розвитку альтернативної енергетики, у тому числі в аграрному секторі, можна відзначити одну із основних ролей «зеленим» енергетичним кооперативам. Український селянин відчуває істотний брак енергоресурсів, які є досить дорогими. Зменшити енергозалежність і свої витрати на енергію та паливо можливо, використовуючи відновлювані джерела енергії, а також самостійно їх виробляючи. Проте, вартість технології та обладнання для встановлення сонячної електростанції на даху будинку чи для встановлення біогазової установки на основі відходів сільського господарства висока і окремий селянин не в змозі дозволити собі таке придбати. Тому для українського селянина є вигідним вступати у «зелені» енергетичні кооперативи й особисто виробляти енергію та паливо з альтернативних джерел для освітлення складських приміщень, для роботи своїх автомобілів, тракторів, комбайнів, для особистого споживання тощо.

В Україні перший «зелений» енергетичний кооператив був створений лише у 2016 році. Українська економіка, в тому числі аграрний сектор, є енергозатратними та енергозалежними. Тому збільшення частки альтернативних джерел енергії у загальному споживанні є єдиним ключем до вирішення цих проблем. Інституційний механізм розвитку альтернативної енергетики в аграрному секторі сформувався протягом досить короткого часу і є ще недосконалим. «Зелені» енергетичні кооперативи стали новим дієвим елементом зазначеного інституційного механізму, який є досить перспективним. Перші кроки у створенні таких кооперативів вже зроблені, існує кілька «зелених» енергетичних кооперативів на території України. Проте, подальший розвиток цього типу кооперації в аграрному секторі потребує підтримки на державному рівні, шляхом створення відповідних формальних інституцій.

У «зелені» енергетичні кооперативи можуть об'єднуватися як кілька селян, так і ціла сільська громада. Позитивним є те, що селяни в змозі будуть не лише забезпечувати себе енергією та паливом, а й продавати та заробляти на цьому. В результаті якщо селяни побачать фінансові переваги «зеленої» енергетичної кооперації, то активно будуть об'єднуватись задля енергетичної незалежності, зменшення своїх витрат та збільшення прибутку. Наслідком цього буде збільшення використання альтернативних джерел енергії в аграрному секторі, тобто «зелені» енергетичні кооперативи є новим елементом інституційного механізму розвитку альтернативної енергетики в аграрному секторі.

Що стосується екологічного ефекту, то використання альтернативних джерел енергії позитивно впливає на наше навколишнє середовище. Звичайно, зменшується кількість шкідливих речовин у повітрі, оскільки під час використання їх не виділяються речовини, які негативно впливають на організм людей, а

також тварин і рослин. У результаті покращується здоров'я людей, зменшується кількість захворювань лише завдяки чистішому повітрю та вживанню якісних продуктів харчування. Також зменшиться використання вичерпаних невідновлюваних джерел енергії, що зменшить ризики обвалів ґрунту, забруднення водою, знищення біорозмаїття.

Соціальним ефектом використання альтернативних джерел енергії можна вважати те, що кожен має право на доступ до дешевих енергетичних ресурсів, які взмозі виробити у себе вдома, фермі чи підприємстві. А також зменшиться рівень безробіття, адже для побудови та обслуговування електростанцій альтернативної енергетики потрібні працівники як з вищою освітою, так і з середньою. Але знову ж таки, необхідно створити умови, а точніше, інституційне забезпечення для розвитку альтернативної енергетики серед малого, середнього бізнесу та особистих селянських господарств [9].

Дуже гарним прикладом є енергетичний кооператив у Славутичі, під час вимкнення світла він виробляючи енергію, надавав змогу жителям міста заряджати різні пристрої та гаджети. І цим показав свою ефективність порівняно із традиційними джерелами енергії. Тому, під час відбудови нашої держави потрібно приділити достатню увагу створенню інституційного середовища для розвитку енергетичних кооперативів у громадах, тому що вони здатні забезпечити енергонезалежність та водночас не здійснюють негативного впливу на навколишнє середовище під час виробництва енергії.

У Річному моніторинговому звіті «Україна та Європейський зелений курс» зазначено, що ще один блок політики з енергоефективності, що вартий уваги, – це політика в контексті відновлення. 9 липня 2022 року було прийнято Закон «Про внесення змін до деяких законів України щодо створення умов для запровадження комплексної термомодернізації будівель», що покликаний створити умови для комплексної термомодернізації житлових та громадських будівель. Пізніше, 18 жовтня уряд затвердив постанову, яка передбачає запуск програми «Віднови ДІМ» в межах роботи Фонду енергоефективності. Дана постанова була затверджена урядом на виконання Закону та передбачає запуск програми відновлення житлових будинків, пошкоджених внаслідок воєнних дій, проєкт якої розроблявся із травня. Вже 11 листопада 2022 року програма «Віднови ДІМ» стартувала, а 29 листопада Фонд енергоефективності та Міжнародна фінансова корпорація (IFC) уклали угоду про виділення грантів ЄС на суму до 25 млн євро для ремонту багатопверхівок, пошкоджених внаслідок війни, у рамках цієї програми. Запуск програми «Віднови ДІМ» можна вважати певним етапом у відновленні діяльності Фонду енергоефективності в нових реаліях, у яких вимушена жити країна та ще й з важливою метою – реалізації проєктів відновлення житла. Разом з тим, слід не відходити від основної мети Фонду, а це значить, що відновлене житло має демонструвати кращі енергетичні та експлуатаційні характеристики. Аналізуючи проєкт Плану відновлення у напрямку посилення енергоефективності, варто відмітити, що напрацювання містять позитивний сигнал до питань відбудови зруйнованої інфраструктури, оскільки, як зазначається, оцінка враховує потреби на відновлення за принципом Build Back Better, що містить додаткову потребу на забезпечення енергоефективності будівель, виробництв; будівництво бомбосховищ; технологічну модернізацію. Таким чином, будівництво має здійснюватись з дотримання сучасних стандартів щодо енергоефективності (дотримання вимог щодо теплоізоляції). Це, у свою чергу, відповідає практикам та політикам ЄС щодо стимулювання енергоефективності. Попри те, що пропонувані заходи на виконання поставлених цілей та відповідні проєкти не суперечать наблизенню законодавства України до ЄС, зокрема враховують положення Директиви 2010/31/ЄС про енергетичні характеристики будівель, Директиви 2012/27/ЄС про енергоефективність будівель та Директиви (ЄС) 2018/2002 щодо енергоефективності, вони все ж характеризуються недостатньою амбітністю цілей до 2030 року [10].

Нарешті, в Україні у 2023 році почав працювати принцип «забруднювач платить» разом із прийняттям Закону про внесення змін до розділу VI "Прикінцеві та перехідні положення" Бюджетного кодексу України щодо використання коштів з рахунків на підтримку України. Згідно з даним законом, буде створено Державний фонд декарбонізації та енергоефективної трансформації. Податки сплачені «забруднювачами» будуть надходити у цей фонд, який в подальшому буде направляти дані кошти на фінансування численних проєктів і програм з енергоефективності у різних секторах економіки.

Мінагрополітики співпрацює з міжнародними проєктами, що мають на меті розвиток органічного виробництва та обігу органічної продукції в Україні, зокрема з:

1. Швейцарсько-українською програмою «Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України» (QFTP), що фінансується Швейцарією та впроваджується Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія) у партнерстві із SAFOSO AG (Швейцарія).

2. Проєктом «Німецько-українська співпраця в галузі органічного сільського господарства» (COA).

3. Програмою «Органічна торгівля заради розвитку у Східній Європі» (OT4D), що фінансується Швейцарією та впроваджується IFOAM – Organics International у партнерстві з HELVETAS Swiss Intercooperation та Дослідним інститутом органічного сільського господарства (FiBL, Швейцарія).

4. Проєктом ЄС «Інституційна та політична реформа дрібномасштабного сільського господарства в Україні» (IPRSA)

5. Програмою USAID з аграрного і сільського розвитку (АГРО).

Представники проектів/програм надають експертну допомогу при розробці законодавчої та нормативно-правової бази, впровадженні законодавства у сфері органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції, підтримують проведення різноманітних заходів щодо органічного виробництва [2].

Кількість органічних операторів можна побачити на рис. 2

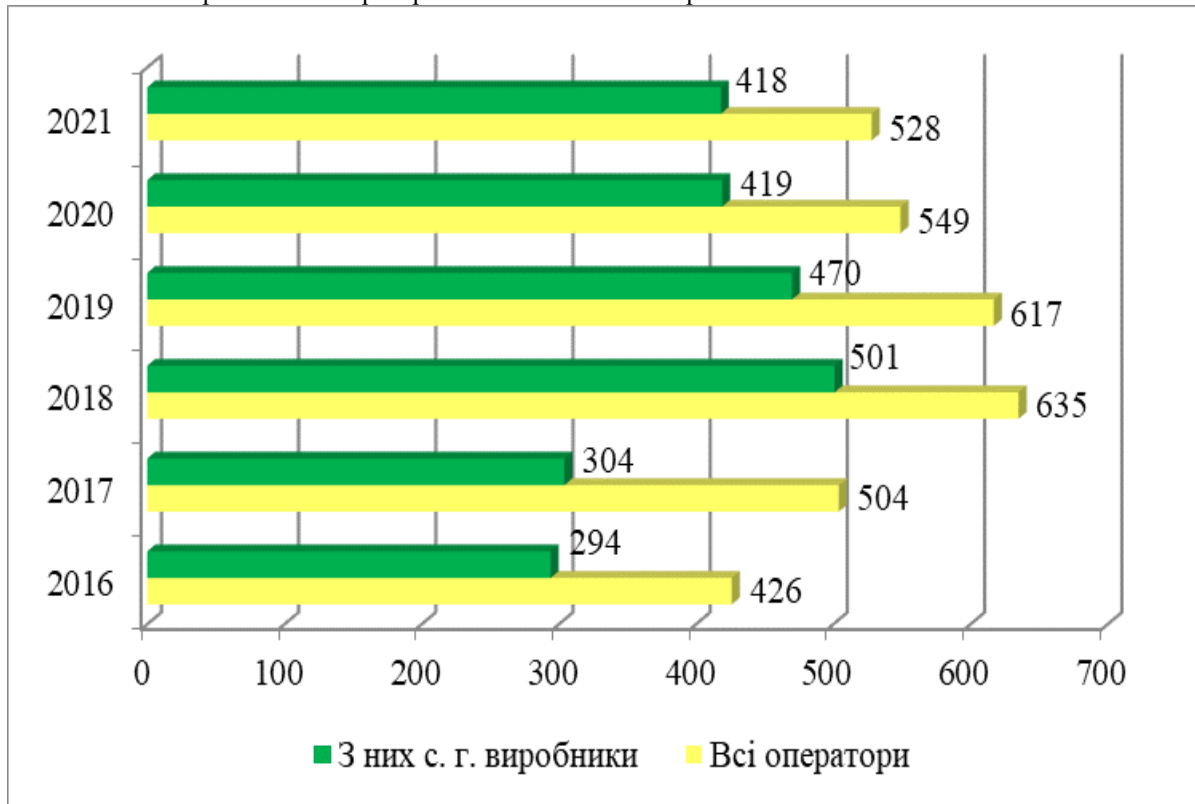


Рис. 2. Кількість органічних операторів в Україні за 2016–2021 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [3]

З рис.1 можна побачити, що кількість органічних операторів була найбільшою у 2018 році – 635, потім їх кількість поступово зменшувалась до 2021 році і у 2021 становила 528. Проте, це може свідчити, що деякі оператори втратили статус органічного, а деякі нарощували масштаби свого виробництва, що свідчать дані про експорт органічної продукції (рис. 3)

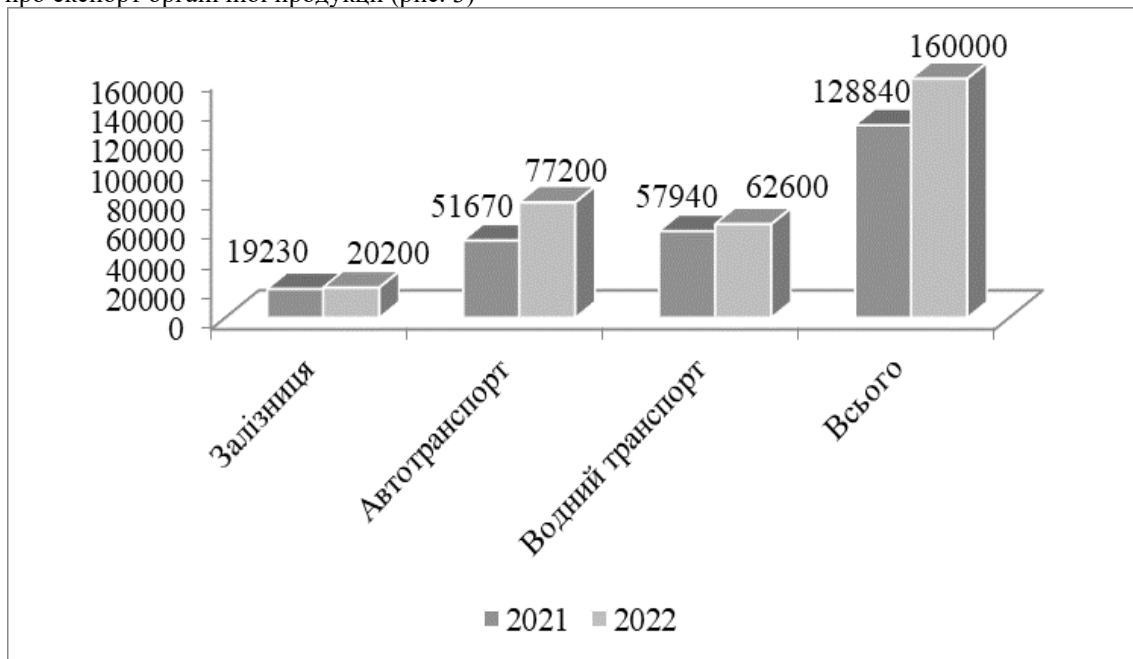


Рис. 3. Вага нетто органічного експорту з України в ЄС та Швейцарію (період січень – серпень), тонн

Джерело: сформовано автором на основі [4]

Отже, з даного рисунка можна побачити, що експорт органічних продуктів у 2022 році збільшився порівняно із 2021 роком. Всього у 2022 році було експортовано 160000 тонн, для порівняння у 2021 році даний показник становив 128840 тонн. Це значить, що закордоном є попит на органічну продукцію українського виробництва, і враховуючи площу земель, які поки не є органічними, у нас є значний потенціал до їх збільшення.

Вплив органічного виробництва на соціальний розвиток, насамперед, сільських територій, як показує зарубіжна практика, здійснюється достатньою мірою. Оскільки, збільшується кількість «зелених» робочих місць у селах, це значно зменшить виїзд сільського населення за кордон, яке є економічно активним. До того ж, частина молоді залишиться жити і працювати в селі, як наслідок, зменшиться урбанізація, також певна кількість міського населення також переїде працювати в села. У зв'язку із збільшенням кількості сільського населення буде оновлюватись інфраструктура. Тут, звичайно, необхідно залучати великих агрохолдингів, які користуються сільською землею, але самоусунулись від фінансування соціальної сфери села. Отримуючи надприбутки, вони повинні здійснювати свій внесок у поліпшення інфраструктури. Місцевим органам влади необхідно змусити великий і середній бізнес забезпечити потреби сільського населення у якісній медицині, дошкільній та шкільній освіті, комунальному обслуговуванні, а саме зробити дороги, побудувати дитячі садочки, школи, медпункти, придбати автобуси, зробити освітлення вулиць, забезпечити благоустрій територій, зробити каналізацію, побудувати заводи із переробки сміття тощо. Тобто органам місцевої влади необхідно інституційно заохотити бізнес покращувати екологічну та соціальну ситуацію на селі задля безперешкодного ведення своєї діяльності на території сільської місцевості [9].

Вплив війни на українське довкілля варто інтерпретувати у двох вимірах. З одного боку, війна нанесла і продовжує наносити шкоду українському довкіллю, природна система України потребує відновлювальних заходів. Із іншого боку, до війни Україна імплементувала низку екологічних реформ (наприклад, ОВД та СЕО) і мала зробити, але не встигла, подальші кроки: відмова від вугілля, запобігання промисловому забрудненню, удосконалення екологічного податку, система торгівлі викидами тощо.

Деякі із цих реформ буде важко впроваджувати під час війни та в рамках процесів відновлення. Разом із тим, амбітні наміри України досягти готовності вступу в ЄС до кінця 2024 році вимагають дотримання екологічного вектору у реформах, а отже й у відновленні. Крім того, Україна до війни заявляла про підтримку політик у рамках Європейського зеленого курсу, реалізація якого має на меті досягнення кліматичної нейтральності Європи.

Отже, в рамках «зеленого» відновлення слід охоплювати: фактичне відновлення (відтворення) природних ресурсів, забруднених або втрачених внаслідок військових дій. Це має включати розширення охоронних територій, з метою забезпечення природних процесів відновлення, що частково відбувається на територіях областей, що найбільш постраждали від військових дій. Так, 22 вересня Київська обласна рада підтримала подання Київської ОВА та прийняла рішення про створення 22 об'єктів ПЗФ України в Білоцерківському, Броварському, Вишгородському та Фастівському районах на площі майже 600 тис. га та розширення на 9 га території парку-пам'ятки «Зелена брама» в с. Софіївська Борщагівка Бучанського району. Серед інших ініціатив – реалізація програм заліснення; реалізація програм розмінування території; дотримання горизонтальних екологічних директив ЄС (ОВД, СЕО, Environmental liability) в рамках реалізації проєктів, як передумови «зеленого» зростання та елементу екологічно дружнього планування.

- «Зелений» елемент у повоєнному відновленні. Як згадувалося вище, важливо забезпечити диференціацію проєктів в рамках проєкту Плану повоєнного відновлення України: вони мають відповідати принципам «зеленої» відбудови та вимогам таксономії ЄС. Разом із тим, під час диференціації слід застосовувати індивідуальний підхід. Наприклад, якщо йде відбудова об'єкту, який має значення для фізичного існування громади (дамба, міст), він має бути відновлений максимально швидко, презюмуючи, що всі необхідні процедури щодо такого об'єкту були проведені раніше. Якщо ж мова йде про побудову нового заводу на місці зруйнованого, очевидно, що процес має відбуватися із урахуванням екологічних та енергоефективних технологій і з дотриманням всіх передбачених екологічних процедур.

- Доступ до екологічної інформації. Прозорість екологічної політики та обізнаність про стан довкілля - це запорука не тільки успішного відновлення, а й повноцінного життя. Право вільного доступу до інформації про стан довкілля, а також право на її поширення гарантовано громадянам України статтею 50 Конституції України. Така інформація ніким не може бути засекречена. Організація Конвенція, стороною якої є Україна, також визначає, що інформація про забруднення не може бути закрита. І хоча правовий режим воєнного стану дозволяє певні обмеження прав, екологічна інформація має залишатися доступною та/або надаватися на публічні запити. Наразі, це не завжди так: наприклад, за інформацією SaveDnipro, із 34 джерел даних, які використовує система SaveEcoBot, 22 закриті. Ця ситуація, як і стан справ із відкриттям даних загалом, потребує змін, на яких зокрема наголошує DiXi Group.

- Реформування потребує й екологічний податок. Цей податковий інструмент, особливо у поєднанні із борговим свопом на потреби довкілля, має потенціал стати одним із джерел фінансування заходів «зеленого» відновлення. Але для цього підхід до нього повинен бути кардинально змінений:

починаючи від бази оподаткування і закінчуючи цільовим використанням. В ЄС до екологічних податків відносять податки на ресурси, енергетику, транспорт та забруднення. Натомість, український екоподаток прив'язаний лише до обсягів викидів забруднюючих речовин та CO₂, які викидаються в атмосферне повітря стаціонарними джерелами (стаття 242 Податкового кодексу). Таким чином, країни ЄС можуть використовувати на «зелене» зростання значно більше ресурсів, ніж Україна. Наприклад, у 2020 році уряди ЄС збрали еко податок у розмірі 300,5 млрд євро, або 2,2 % ВВП ЄС і 5,4 % сукупних надходжень ЄС від податків і соціальних внесків. Найбільша частина надходжень ЄС від екологічного податку у 2020 році (77 %) надійшла від податків на енергію. Транспортні податки склали 19,3 %, а частка податків на забруднення та ресурси все ще дуже мала (3,7 %); «зелені» інструменти фінансування можуть стати хорошим інструментом для залучення коштів. Для цього в Україні вже створена законодавча база – схвалена 23 лютого 2022 року Урядом Концепція запровадження та розвитку ринку «зелених» облігацій в Україні, а також існує практика випуску «зелених» облігацій приватними та державними компаніями. Зокрема, у 2019 році такі папери успішно розміщено ДТЕК ВДЕ, що була першою на українському ринку, та у 2021 році – компанією «Укренерго». Крім того, існує чимало інструментів сталого фінансування, які можуть бути цікавими для України у контексті повенної відбудови, зокрема «зелені» облігації, облігації сталого розвитку, «зелені» кредити та інші. Більше того, МФО пропонують свої інструменти «зеленого» фінансування. Наприклад, станом на 2020 рік ЄБРР надав понад 36 млрд євро «зелених» інвестицій та профінансував понад 2000 проєктів, які, як очікується, зменшуватимуть викиди парникових газів на 104 млн т щорічно. У 2021 році банк профінансував встановлення понад 1,9 ГВт нових потужностей ВДЕ та планує і надалі нарощувати інвестиції у відновлювану енергетику [11].

Підбиваючи підсумки, можна зробити такі висновки:

1) концепція «зеленої економіки» є вкрай необхідною для подальшого сталого соціального, економічного та екологічного розвитку не лише України, а й усіх держав нашої планети;

2) основну роль у переході на шлях сталого розвитку за принципами «зеленої економіки» відіграє саме держава;

3) оскільки під час трансформації економіки необхідна достатня кількість кваліфікованих кадрів, тому вектор державного регулювання, передусім, повинен бути спрямованим на створення відповідного рівня освіти;

4) значну частину реалізації концепції «зеленої економіки» посідає відновлювана енергетика, проте наявне нормативно-правове середовище не дозволяє розвиватись цій галузі повною мірою;

5) основним сектором під час «зеленої трансформації» економіки України є агропромисловий комплекс, який потребує посиленого державного регулювання задля збільшення потоків вітчизняних та іноземних інвестицій

6) одним із найважливіших державних інструментів стимулювання населення до впровадження методів господарювання за принципами «зеленої економіки» є «зелені закупівлі» [9].

Наразі, українці не усі розуміють переваги «зеленої» економіки та неготові до додаткових фінансових видатків зі своєї сторони на її розвиток. Соціологічне опитування суспільної думки, проведене Ресурсно-аналітичним центром «Суспільство і довкілля» на початку 2023 року, показало, що відбудова на екологічних засадах не входить до топ-пріоритетів українців.

Опитування показало: 95% українців вважають, що відновлення природи є важливим у повенній відбудові України. При цьому лише близько 26% готові платити за екологічність основних послуг, таких як доступ до якісної питної води, громадського транспорту, належного поводження з відходами. А близько 54% опитаних зазначили, що не братимуть участь у державних програмах підвищення енергоефективності будівель, якщо це призведе до зростання вартості комунальних послуг [8].

Така ситуація склалася тому, що країна переживає не найкращі часи, люди виживають, декому вистачає фінансів на найнеобхідніші речі. Це і вплинуло на таке рішення, проте коли ситуація стабілізується та населення буде більш-менш впевненим щодо своїх фінансових ресурсів, то їх рішення зміниться кардинально, оскільки в нашій державі підтримують європейські цінності та бажають мати економічно стабільну, енергетично незалежну та екологічно безпечну країну.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Підсумувавши вище зазначене, можна сказати, що завдяки зеленій економіці Україна здатна виконати більшість вимог перед Європейським Союзом щоб стати його повноправним членом. Крім того, щоб успішно відновити нашу державу після війни також необхідно розвивати зелену економіку, оскільки нам вже потрібні інноваційні методи побудови економіки, будівництва, системи енергетики, відновлення якості ґрунтів, води, повітря, щоб відповідати сучасним потребам населення та боротися спільно з міжнародними партнерами зі змінами клімату.

Література

1. Георгій Гелетука. Біоенергетика – це крок до енергонезалежності. URL: <https://uabio.org/news/uabio-news/14123/>
2. Органічне виробництво в Україні. Міністерство аграрної політики та продовольства України. 2022. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>
3. Органічне виробництво України за 2016-2021 рр. 2022. OrganicInfo. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/organic-production-in-ukraine-2016-2021/>
4. Галашевський С. Результати дослідження ринку органічної продукції в Україні (експорт, 2021 – січень-серпень 2022): органічний експорт. 2022. URL: https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2022/09/Sergiy-Galashevskyy_Organic-Standard_23.09.2023_UA_EN.pdf
5. Савицький О. Планування відновлення в розпал війни. *Foreign Ukraine*. 2022. URL: <https://foreignukraines.com/2022/11/22/why-is-it-necessary-to-build-a-green-economy-in-ukraine-after-the-war/>
6. Інформація щодо об'єктів електроенергетики з використанням альтернативних джерел. UABIO. 2023. URL: <https://uabio.org/statistics/informatsiya-shhodo-ob-yektiv-elektroenergetyky-z-vykorystanniam-alternatyvnyh-dzherel/>
7. Аналітичний звіт до Повідомлення Комісії для Європейського Парламенту, Європейської Ради та Ради Висновків Європейської Комісії щодо заявки України на членство в Європейському Союзі. Європейська Комісія. 2023. 70 с. URL: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/imce/analitichnyy_zvit_yek_ukrayinskoyu.pdf
8. Зелений курс в Україні: складний рух до сталого розвитку. UKRAЇНСЬКА ENERGETИКА. 2023. URL: <https://ua-energy.org/uk/posts/zelenyi-kurs-v-ukraini-skladnyi-rukhdostiiokoh-rozvytku-31-03-2023>
9. Білокінна І.Д. Формування інституційного механізму становлення «зеленої економіки» в аграрній сфері : дис. канд. екон. наук : 08.00.03 / Вінницький національний аграрний університет. Вінниця, 2021. 249 с.
10. Річний моніторинговий звіт «Україна та Європейський зелений курс». Dixigroup. 2023. 37 с. URL: <https://ua-energy.org/uk/posts/richnyi-monitorynhovyi-zvit-ukraina-ta-yevropeyskyi-zelenyi-kurs-04-02-2023>
11. Як відбудувати «зелену» країну: рекомендації для відновлення України. ГО «ДІКСІ ГРУП». 2022. 25 с.
12. Гончарук Т.В. Виробництво біопалива як підсистема формування «зеленої економіки». *Економічний форум. Секція: Економіка і управління національним господарством*. 2013. 4. С. 4–8.
13. Honcharuk I., Tokarchuk D., Gontaruk Y., Hreshchuk H. Bioenergy recycling of household solid waste as a direction for ensuring sustainable development of rural areas. *Polityka Energetyczna-Energy Policy Journal*. Volume 26. Issue 1. P. 23-42
14. Kaletnik G. M., Shpykuliak O.G., Bilokinna I.D. The concept of “green economy” in the development of social formations. *Economic aspects of energy efficient and environmentally safe directions for the development of rural areas: collective monograph*. Sofia, 2021. P. 61–79.

References

1. Heorhii Heletukha. Bioenerhetyka – tse krok do enerhonezalezhnosti. URL: <https://uabio.org/news/uabio-news/14123/>
2. Orhanichne vyrobnytstvo v Ukraini. Ministerstvo ahranoi polityky ta prodovolstva Ukrainy. 2022. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>
3. Orhanichne vyrobnytstvo Ukrainy za 2016-2021 rr. 2022. OrganicInfo. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/organic-production-in-ukraine-2016-2021/>
4. Halashevskiy S. Rezultaty doslidzhennia rynku orhanichnoi produktsii v Ukraini (eksport, 2021 – sichen-serpen 2022): orhanichniy eksport. 2022. URL: https://organicinfo.ua/wp-content/uploads/2022/09/Sergiy-Galashevskyy_Organic-Standard_23.09.2023_UA_EN.pdf
5. Oleh Savytskyi. Planuvannia vidnovlennia v rozpal viiny. *Foreign Ukraine*. 2022. URL: <https://foreignukraines.com/2022/11/22/why-is-it-necessary-to-build-a-green-economy-in-ukraine-after-the-war/>
6. Informatsiia shhodo obektiv elektroenerhetyky z vykorystanniam alternatyvnykh dzherel. UABIO. 2023. URL: <https://uabio.org/statistics/informatsiya-shhodo-ob-yektiv-elektroenergetyky-z-vykorystanniam-alternatyvnyh-dzherel/>
7. Analitichnyi zvit do Povidomlennia Komisii dlia Yevropeiskoho Parlamentu, Yevropeiskoi Rady ta Rady Vysnovok Yevropeiskoi Komisii shhodo zaiavky Ukrainy na chlenstvo v Yevropeiskomu Soiuzi. Yevropeiska Komisiia. 2023. 70 s. URL: https://eu-ua.kmu.gov.ua/sites/default/files/imce/analitichnyy_zvit_yek_ukrayinskoyu.pdf
8. Zelenyi kurs v Ukraini: skladnyi rukhdostiiokoh-rozvytku. UKRAINSKA ENERGETYKA. 2023. URL: <https://ua-energy.org/uk/posts/zelenyi-kurs-v-ukraini-skladnyi-rukhdostiiokoh-rozvytku-31-03-2023>
9. Bilokinna I.D. Formuvannia instytutsiinoho mekhanizmu stanovlennia «zelenoi ekonomiky» v ahrarnii sferi: dys. kand. ekon. nauk: 08.00.03/ Vinnytskyi natsionalnyi ahrarnyi universytet. Vinnytsia, 2021. 249 s.
10. Richnyi monitorynhovyi zvit «Ukraina ta Yevropeyskyi zelenyi kurs». Dixigroup. 2023. 37 s. URL: <https://ua-energy.org/uk/posts/richnyi-monitorynhovyi-zvit-ukraina-ta-yevropeyskyi-zelenyi-kurs-04-02-2023>
11. Yak vidbuduvaty «zelenu» krainu: rekomendatsii dlia vidnovlennia Ukrainy. HO «DIXSI HRUP». 2022. 25 s.
12. Honcharuk T.V. Vyrobnytstvo biopalyva yak pidsystema formuvannia «zelenoi ekonomiky». *Ekonomichniy forum. Sektsiia: Ekonomika i upravlinnia natsionalnym hospodarstvom*. 2013. 4. S. 4-8.

-
13. Honcharuk I., Tokarchuk D., Gontaruk Y., Hreshchuk H. Bioenergy recycling of household solid waste as a direction for ensuring sustainable development of rural areas. *Polityka Energetyczna-Energy Policy Journal*. Volume 26. Issue 1. P. 23-42
 14. Kaletnik G. M., Shpykuliak O.G., Bilokinna I.D. The concept of “green economy” in the development of social formations. *Economic aspects of energy efficient and environmentally safe directions for the development of rural areas*: collective monograph . Sofia, 2021. P. 61–79.

Анжеліка АЗАРОВАВінницький національний технічний університет, Україна
<https://orcid.org/0000-0003-3340-5701>
e-mail: azarova.angelika@gmail.com**Юлія МІРОНОВА**Вінницький національний технічний університет, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-2010-3838>
e-mail: mironova@vntu.edu.ua**Анатолій ШИЯН**Вінницький національний технічний університет, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-5418-1498>
e-mail: anatoliy.a.shiyan@gmail.com**Олена ЯРМОЛА**Вінницький національний технічний університет, Україна
<https://orcid.org/0009-0002-0536-1924>
e-mail: YIslena2003@gmail.com

АНАЛІЗ НЕДОЛІКІВ ТА ПЕРЕВАГ СУЧАСНИХ HRM-СИСТЕМ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена аналізу переваг та недоліків сучасних HRM-систем для оптимізації роботи підприємств (організацій). Серед найбільш розповсюджених інформаційних систем управління персоналом, таких як вбудовані, хмарні та мобільні системи, досліджено «Zoho People», «OrangeHRM», «CakeHR», «Workable», «BambooHR», «SAP SuccessFactors», «Workday HCM», «DeloPro», «HugeProfit», «ISpro», «Scala HR», «Axapta HR Management», «IRenaissance Human Resources / Payroll», «Hurma System», «Вчасно». Детальне вивчення недоліків та переваг зазначених HRM-систем допомагає визначити оптимальний варіант для досліджуваного підприємства (організації) згідно зі специфікою діяльності, можливостями та потенціалом. Автори зазначають, що для успішного впровадження HRM-систем необхідна взаємодія між IT-відділом та відділом управління персоналом, а також чітке розуміння потреб і цілей організації. У статті доведено, що HRM-системи є необхідним інструментом для оптимізації роботи підприємств, однак їх впровадження повинно бути здійснене з урахуванням конкретних потреб та можливостей організації.

Ключові слова: HRM-система, управління персоналом, переваги і недоліки HRM-систем, оптимізація роботи підприємств.

Anzhelika AZAROVA, Yuliia MIRONOVA, Anatolii SHIYAN

Vinnytsia National Technical University

Olena YARMOLA

Vinnytsia National Technical University

ANALYSIS OF THE DISADVANTAGES AND ADVANTAGES OF THE MODERN HRM SYSTEMS FOR OPTIMIZING THE FUNCTIONING OF ENTERPRISES

This article is devoted to the analysis of the advantages and disadvantages of modern HRM systems for optimizing the work of enterprises. Among the most common HRM information systems, such as built-in, cloud and mobile systems, «Zoho People», «OrangeHRM», «CakeHR», «Workable», «BambooHR», «SAP SuccessFactors», «Workday HCM», «DeloPro», «HugeProfit», «ISpro», «Scala HR», «Axapta HR Management», «IRenaissance Human Resources / Payroll», «Hurma System», «Vchasno» were researched. A detailed study of the disadvantages and advantages of the mentioned HRM systems helps to determine the optimal system for researched enterprise (organization) according to the specifics of its activity, opportunities, and potential. The authors note that the successful implementation of HRM systems requires interaction between the IT department and the personnel management department, as well as a clear understanding of the organization's needs and goals. The article proves that HRM systems are a necessary tool for optimizing the work of enterprises, but their implementation should be carried out taking into account the specific needs and capabilities of the organization.

Keywords: HRM system, personnel management, advantages and disadvantages of HRM systems, optimization of enterprise operations.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Ефективність будь-якої управлінської технології сильно залежить від якості інформаційного забезпечення, оскільки своєчасна та достовірна економічна інформація разом з матеріальними, трудовими та фінансовими ресурсами є однією з ключових умов успішної діяльності будь-якого підприємства. Застосування сучасних інформаційних систем та технологій у сфері управління персоналом дозволяє оперативно забезпечувати кадровий відділ оперативною інформацією, раціоналізувати механізми її оброблення та систематизації.

Сьогодні на ринку інформаційних систем, що спроможні покращити управління персоналом підприємства, є широкий вибір різноманітних HRM-систем, серед яких слід зазначити «Zoho People», «OrangeHRM», «CakeHR», «Workable», «BambooHR», «SAP SuccessFactors», «Workday HCM», «DeloPro», «HugeProfit», «ISpro», «Scala HR», «Ахарт HR Management», «Renaissance Human Resources / Payroll», «Hurta System», «Вчасно» та ін. Разом із тим, недостатня обізнаність керівників підприємств у можливостях, що перед ними відкриваються, у разі застосування таких інформаційних систем, а також брак коштів на їх придбання, позбавляють суб'єкти господарювання отримати необхідні конкурентні переваги засобами сучасних ІТ-технологій. Отже, вивчення функціональних можливостей поширених на ринку інформаційних систем управління персоналом, аналіз їх переваг та недоліків є вельми актуальним для покращення роботи сучасних підприємств (організацій).

Аналіз останніх досліджень і публікацій та формулювання мети статті

Дослідження у сфері управління персоналом знайшли своє відображення у наукових пошуках таких зарубіжних вчених, як М. Армстронг, М. Вітке, Д. МакГрегор, М. Мескон, Ф. Тейлор, А. Файоль, Г. Емерсон, Л. Урвік, М. Вебер, Г. Форд, Е. Мейо, К. Арджиріс, Р. Лайкерт, Р. Блейк, А. Маслоу, Ф. Герцберг та ін. [1–7].

Розроблення сучасних інструментів оцінювання персоналу, вдосконалення процесів управління ним в контексті створення кадрової безпеки підприємства, вивчення проблем ефективного використання теорій мотивації, підвищення ефективності HR-менеджменту досліджували такі відомі українські вчені, як Колот А. М., Писаревська Г. І., Аграмакова Н. В., Семенченко А. В., Чуприна М. О., Жалдак Г. П., Грищенко Д. Г., Йосифчук Я. М., Ринкевич Н. С., Чайкіна А. О., Івасенко, Н. О. та ін. [8–14].

Не зважаючи на значний науковий доробок у галузі HR-менеджменту, та, зважаючи на постійно оновлюваний ринок відповідних програмних продуктів, залишається невирішеним питання вибору оптимальної HRM-системи.

Формування цілей статті

Отже, мета дослідження – вивчення недоліків та переваг сучасних інформаційних систем управління персоналом для обґрунтувати оптимальної серед них з урахуванням специфіки та розміру підприємства, його цілей та можливостей.

Виклад основного матеріалу

Ефективне функціонування підприємства в умовах ведення бойових дій проти російської агресії в Україні суттєво залежить від людського чинника, зокрема, від високої якості кадрового потенціалу та ефективності його функціонування, оскільки однією з головних функцій будь-якої організації є управління персоналом, що є сьогодні визначальним чинником успіху або банкрутства підприємства.

Розглянемо формулювання дефініції HRM-системи, які пропонують провідні дослідники цього напрямку. Армстронг М. розглядає HRM-системи як такі, що включають в себе стратегії, процедури і практики, які визначають, як організація буде керувати своїми працівниками. Він також наголошує на тому, що HRM-системи мають бути адаптивними до змін в організації і зовнішнього середовища [1]. Дуглас МакГрегор – автор теорій X та Y – зазначає, що HRM системи повинні бути спрямовані на розвиток і задоволення потреб працівників, а не просто на контроль за ними [2]. Він також наголошує на важливості довіряти працівникам та надавати їм більше відповідальності в прийнятті рішень, що стосуються їх роботи. Це може позитивно вплинути на продуктивність та мотивацію працівників. Майкл Мескон стверджує [3], що HRM системи мають бути інтегрованими до загальної стратегії організації. Він також наголошує на важливості розвитку працівників та їхнього залучення до процесів вирішення проблем. Анрі Файоль зауважує [4], що HRM системи мають бути спрямовані на раціоналізацію роботи та оптимізацію використання людських ресурсів. Він також наголошує на важливості досконалості процесів та забезпеченні належного контролю за виконанням завдань. Дейв Ульріх розвиває концепцію HR-лідера [5], який повинен відігравати стратегічну роль в організації, створювати цінність для бізнесу та допомагати в розвитку людських ресурсів. Петер Капеллі досліджує сучасні тенденції управління талантами та розвитку персоналу, звертаючи увагу на гнучкість та адаптабельність компаній до змін на ринку праці [6]. Джон Бордо розглядає HR як фактор, що впливає на стратегію та результативність компанії, та розвиває методики оцінювання та визначення ефективності HR-функції [7].

Для автоматизації управління персоналом на підприємствах використовуються інформаційні системи, що зазвичай позначаються аббревіатурою HRMS (Human Resources Management System – системи управління людськими ресурсами). У найповнішому варіанті такі системи охоплюють всі рівні управління підприємством – операційний, тактичний та стратегічний, а також функціональний розріз – кадровий облік, розрахунки з персоналом та систему управління трудовими ресурсами. Система включає модулі для найму та підбору персоналу, оцінювання, навчання, розвитку та мотивації персоналу.

Сучасні технології значно полегшують рутинне управління персоналом, уможливаючи зручне програмне забезпечення для HR-менеджерів та співробітників компанії. Автоматизація HR дозволяє розпо-

діляти обов'язки з управління інформацією за допомогою різних рівнів систем управління персоналом, що сприяє: ефективному управлінню заробітною платою, підбору і адаптації персоналу; збиранню, зберіганню та доступності інформації про співробітників; точному відстеженню відвідуваності та прогулів; ефективному оцінюванню ефективності роботи персоналу; здійсненню адміністративних завдань; ефективному управлінню процесом навчання; забезпеченню можливості самообслуговування співробітників; плануванню роботи персоналу; проведенню HR-аналітики та прийняттю обґрунтованих рішень; створенню безпеки HRMS.

Серед наявних на ринку HRM-систем слід відзначити такі, як «Zoho People», «OrangeHRM», «CakeHR», «Workable», «BambooHR», «SAP SuccessFactors», «Workday HCM», «DeloPro», «HugeProfit», «ISpro», «Scala HR», «Axapta HR Management», «IRenaissance Human Resources / Payroll», «Hurma System», «Вчасно» та ін.

Розглянемо базові характеристики таких HRM-систем, акцентуючись на виявленні їх переваг та недоліків.

«Zoho People» – це інформаційна система, де менеджер по персоналу може записувати важливі відомості відразу в інтерфейс, без зайвих деталей. Система надає такі функції: портал співробітників, портал самообслуговування, організаційна структура, контрольні списки для бізнес-процесів і т. п. [15].

До переваг «Zoho People» належить наявність: HR-аналітики; електронного підпису; обліку відпрацьованих годин; Absence management; простого конструктору шаблонів і форм; функціоналу для performance review; функції для автоматизації рутинних HR-завдань; набору шаблонів популярних HR-документів; інтегрованої аналітики і звітності; web- і мобільної версії ПЗ.

Серед недоліків цієї HRMS відзначимо: специфічний дизайн інтерфейсу: зовнішній вигляд та організація елементів інтерфейсу системи можуть бути менш зручними для користувачів, які звикли до більш традиційних HRM-систем; відсутність деяких функцій, зокрема, відсутність функції моніторингу робочого часу; обмежені можливості розширення; проблеми з підтримкою клієнтів: зауваження та запити користувачів можуть вимагати більшої уваги від команди підтримки «Zoho People», іноді проблеми можуть розглядатися досить повільно; обмежена інтеграція з іншими системами.

«OrangeHRM» допомагає малим і середнім організаціям спростити роботу відділу кадрів [16].

До переваг «OrangeHRM» слід віднести: HRM-система має відкритий код, що дозволяє користувачам змінювати її функціональність та розширювати її можливості; низька ціна або є можливість безкоштовно використовувати базову версію HRM-системи. Є також платні пакети з додатковими функціями, але вони доступні за помірними цінами; має дуже зрозумілий інтерфейс, що дозволяє користувачам легко орієнтуватися та використовувати функції системи; має багато функцій, включаючи управління персоналом, розрахунок зарплати, керування відпустками, тренінгами, проектами та ін.; має велику спільноту користувачів та розробників, яка надає підтримку та допомогу вирішенню проблем та розвитку системи; може легко інтегруватися з іншими додатками та системами, такими як ERP, CRM та ін.

Серед недоліків цієї HRMS відзначимо те, що «OrangeHRM» з відкритим кодом може бути складною для налаштування та підтримки; не всі функції безкоштовні, хоча базова версія є безкоштовною, проте деякі з її додаткових функцій доступні лише у платних версіях; обмежені можливості адаптації; не має багатьох функцій, які можуть бути доступні в деяких конкуруючих HRM-системах; не має надійної підтримки хмарних технологій, що може бути проблемою для підприємств, які працюють з розподіленими командами.

«CakeHR» є сучасним і адаптивним рішенням для управління HR із великою кількістю корисних функцій: складання миттєвих інтерактивних HR-звіттів; інтеграція з G Suite і Slack; можливість створення бази даних співробітників, Onboarding та Offboarding; опитування, збирання відгуків; управління витратами в компанії. Кожен із цих модулів необхідно купувати окремо [17].

Переваги «CakeHR»: база співробітників легко завантажується до програми; адаптація нових співробітників під контролем; візуалізація та обчислення Бредфордського фактора – графіка зростання співробітника; колектив компонується по командам; складання миттєвих інтерактивних HR-звіттів; модуль планування змін; інтеграція з додатками, якими вже користується компанія; доступ для співробітників.

Серед недоліків цієї HRMS відзначимо: ціна може бути занадто високою для малих компаній; обмежені можливості для великих компаній або компаній з особливими потребами; менш функціональна порівняно з іншими HRM-системами, наприклад, відсутність функції відстеження відпусток з оплачуванням, обмежені можливості звітності та налаштування; слабка підтримка користувачів та обмежена інтеграція з іншими системами.

«Workable» – онлайн-система для управління процесами рекрутингу. Ця HRMS комбінує систему відстеження кандидатів (ATS – Applicant Tracking System) і рекрутингову платформу з потужним пошуком, адаптованим під пошук релевантних резюме в Інтернет і на сайтах пошуку роботи [18].

До переваг «Workable» належать управління наймом і кандидатами; публікація на сайти роботи в один клік; брендинг інтерфейсу під стиль вашої компанії; пошук кандидатів засобами соцмереж; конструктор анкет і вакансій; колаборація під час створення резюме; дуже швидкий парсинг резюме; шаблони листів, mass-mailing, база email-адрес кандидатів; розклад завдань для HR-відділу; зручний імпорт

наявних баз даних; служба підтримки по телефону та e-mail, персональний менеджер; add-on для Google Chrome для швидкого пошуку кандидатів.

Серед недоліків цієї HRMS відзначимо: високу ціну, особливо для малих підприємств з обмеженим бюджетом; обмежені можливості адаптації; може бути менш інтуїтивно зрозумілим та складним у використанні порівняно з іншими HRM-системами; обмежені функції звітності та підтримки користувачів.

«VambooHR» – програмне забезпечення для HR-менеджерів в малому і середньому бізнесі, що містить великий набір послуг з управління персоналом і рекрутингу та може бути доповнена інструментарієм з обліку заробітної плати [19].

Переваги «VambooHR»: автоматизація пошуку даних про релевантних кандидатів та її відстеження; управління великою кількістю даних про співробітників і здобувачів; розмежування прав доступу для різних типів користувачів; детальна аналітика, інтеграція з багатьма інструментами, гнучке налаштування елементів інтерфейсу; управління навчанням співробітників; вбудований календар та детальний FAQ.

Серед недоліків цієї HRMS відзначимо: обмежені можливості звітності; відсутність деяких важливих функцій, зокрема, автоматичного схвалення відпусток; обмежені можливості інтеграції; не має можливості інтеграції з деякими соціальними мережами.

«SAP SuccessFactors» – це хмарна система, яка надає інструменти для управління кадрами, заробітною платою, навчанням та розвитком, а також для оцінювання та аналізу продуктивності. Основні переваги системи включають можливість налаштування функціоналу під потреби компанії, а також широкий вибір засобів аналізу даних про персонал [20]. У цілому, «SAP SuccessFactors» – це потужний інструментарій для управління людськими ресурсами, що може допомогти підприємствам підвищити ефективність та оптимізувати процеси. Проте, перед впровадженням цієї системи, необхідно ретельно проаналізувати її переваги та недоліки та оцінити, чи вона підходить для конкретних потреб підприємства.

Отже, до переваг цієї системи належать: інтеграція з іншими системами, зокрема, такими, як ERP, CRM і т. п., що дозволяє автоматизувати багато процесів та зменшити ручну роботу; гнучкість; має потужні аналітичні засоби, що дозволяють отримувати дані про працівників та дізнаватися, які процеси можуть бути оптимізовані та покращені; забезпечує високий рівень безпеки даних, що є особливо важливим для підприємств, які працюють із конфіденційною інформацією.

Недоліками такої системи є: висока ціна, що може бути недосяжною для деяких підприємств; складність використання; обмежена можливість налаштування; надмірний обсяг функцій, що може призвести до складнощів в роботі та зайнятості персоналу на налаштування та управління системою; залежність від стабільного та швидкого Інтернет-з'єднання.

«Workday HCM» – це хмарна система, яка надає інструменти для управління кадрами, заробітною платою, бенефітами та заохоченнями, навчанням та розвитком, а також для аналізу даних про персонал [21]. Ця HRMS є потужною та гнучкою системою з великою кількістю переваг, але вона також має деякі недоліки, які потрібно враховувати під час вибору HR-системи для підприємства.

До переваг системи належать: зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс; забезпечує єдину базу даних для всіх модулів, що дозволяє уникнути дублювання даних та забезпечує точність та консистентність даних; гнучкість та можливості налаштування конфігурації, що дозволяє підприємствам адаптувати систему до своїх потреб та бізнес-процесів; має потужні можливості аналітики та звітності, що дозволяє підприємствам приймати обґрунтовані рішення; має мобільний додаток.

Недоліками цієї HRMS є такі: висока ціна; складність налаштування; обмежена можливість інтеграції з іншими системами; обмежена можливість налаштування звітності.

«DeloPro» – система призначена переважно для використання на малих підприємствах. Дозволяє вести облік базової господарської діяльності, а саме, закупівель та продажів, а також розрахунок бухгалтерських та фінансових показників; має різні індикатори та метрики: карти показників, дашборди та ін. [22].

Переваги: використовується тривірвна архітектура клієнт-сервер, що забезпечує високий рівень захисту даних; налаштування доступу та моніторинг дій користувачів для запобігання коригування даних; оцінювання вагових складових товару в поточному періоді й у динаміці.

Недоліки: відсутні можливості сортування даних та їх імпорту з використанням буфера (clipboard).

«Вчасно» – це універсальна CRM-система, що дозволяє зберігати інформацію про клієнтів, управляти продажами та маркетингом, а також контролювати процеси внутрішнього управління [23]. Вона допомагає збільшити продажі, знизити витрати та підвищити ефективність комунікації між різними відділами компанії.

Однією з головних переваг системи є її простота використання: навіть користувачі з мінімальним досвідом використання CRM-систем зможуть легко опанувати її інтерфейс та функціонал. Крім того, вона має високу ступінь настроювання та адаптації до потреб конкретної компанії, що дозволяє максимально ефективно використовувати її можливості.

Серед функціоналу системи «Вчасно» можна виділити можливість зберігати повну інформацію про клієнтів, їх історію замовлень, взаємодії та контактну інформацію; система дозволяє налаштовувати різні види звітів та аналітики, що дозволяє керівникам компанії контролювати ефективність роботи різних відділів та знаходити шляхи для їх покращення.

Система «Вчасно» – це потужний інструмент для управління бізнесом, який дозволяє компаніям бути більш конкурентоспроможними та успішними на ринку. Завдяки своїм функціональним можливостям та легкій застосовуваності, система допомагає компаніям збільшувати продуктивність та ефективність своєї діяльності, підвищувати задоволеність клієнтів та забезпечувати стабільний ріст бізнесу (рис. 1).

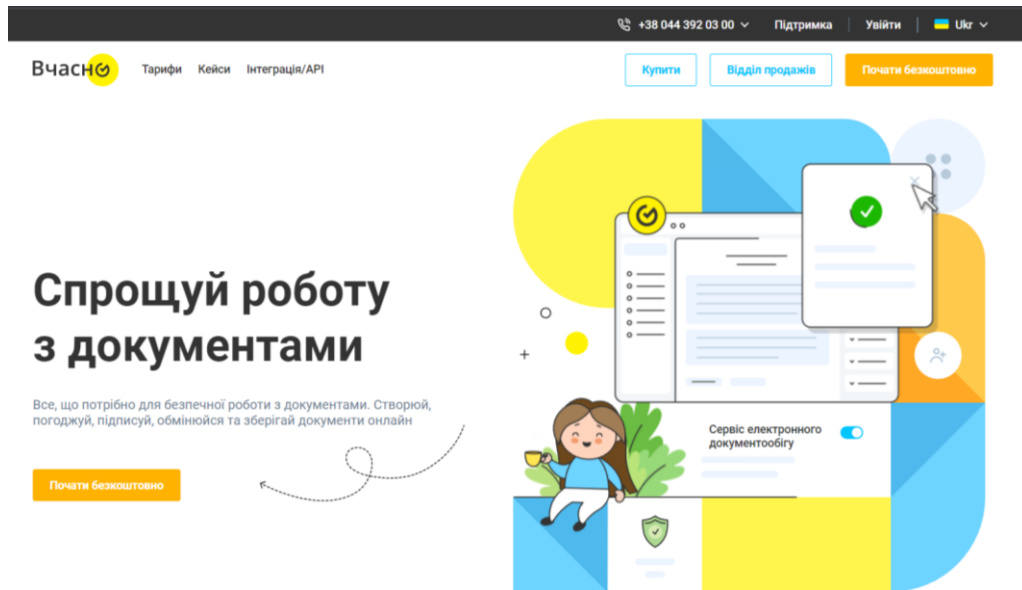


Рис. 1. Інтерфейс HRM-системи «Вчасно»

Незважаючи на те, що система «Вчасно» має багато переваг, вона характеризується і недоліками, які потрібно враховувати під час вибору HRM-системи для бізнесу. Одним із головних серед них є обмежена можливість інтеграції з іншими програмами та сервісами, зокрема, вона може працювати не дуже ефективно з електронною поштою та календарем, що ускладнює процес планування та координації роботи різних відділів компанії. Також, система має обмежену можливість налаштування звітів та аналітики, що може бути недостатньо для деяких бізнес-потреб. Вона не має деяких просунутих функцій, таких як відстеження лояльності клієнтів або інтеграція з соціальними мережами. Крім того, система «Вчасно» для великих компаній потребує більшої продуктивності та масштабованості.

Однак, не зважаючи на ці недоліки, система «Вчасно» залишається популярною та ефективною CRM-системою серед бізнес-користувачів.

«HugeProfit» – HRMS, призначена для автоматизації основних фінансових процесів. Дозволяє розраховувати базові бухгалтерські показники, відслідковувати відправлення товару, моніторинг залишку на складі, вести ефективно діяльність. Інтегрується з різними торговими майданчиками, а саме «Розетка», «Prom». Дає змогу відслідкувати найкращі канали продажів [24].

Переваги: оцінювання товарно-грошових показників у певний період часу; додавання до мережі різних фіскальних та додаткових пристроїв.

Серед недоліків відзначимо: значні витрати на навчання персоналу; перевантаженість системи у зв'язку з великою кількістю задіяних користувачів.

«ISpro» – HRMS вітчизняного розробника «Інтелект-Сервіс» для автоматизації управління підприємством та бюджетними установами [25], є аналогом «SAP». Містить великий спектр різних інструментів та шаблонів. Має такі функції, як налаштування логістичних процесів, аналіз залишків ресурсів на складах та ін.

До переваг системи належать: великий спектр послуг щодо логістики, управління виробництвом, бухгалтерського обліку та ін.; використання методики шифрування даних системою ASCII-кодів.

Недоліками є те, що не запропоновано блоку допомоги для роботи з модулем та висока ціна річної підписки.

«Scala HR» – є продуктивною HRMS [26], що є повноцінною системою управління людськими ресурсами.

Переваги цієї системи є такими: охоплює багато функцій, таких як кадровий облік, відпустки, оплата праці, навчання та розвиток, оцінка працівників та багато іншого; має гнучку конфігурацію, що дозволяє користувачам налаштовувати систему відповідно до своїх потреб та бізнес-процесів; модульність «Scala HR» дозволяє використовувати тільки ті функції, які потрібні компанії; має гарний інтерфейс користувача, що дозволяє легко орієнтуватися в системі та швидко здійснювати потрібні дії.

Недоліками є такі: «Scala HR» може бути складною для вивчення та налаштування для некваліфікованого персоналу, що може затримувати впровадження системи; може бути дорожчою, порівняно з іншими системами управління людськими ресурсами на ринку.

«Ахарта HR Management» – повномасштабна система [27], до переваг є таке: «Ахарта HR Management» є частиною інтегрованої системи управління бізнес-процесами Microsoft Dynamics AX, що дозволяє користувачам ефективно керувати фінансами, ланцюгом постачань та іншими аспектами бізнесу; має досить широкий функціонал, що охоплює кадровий облік, оплату праці, відпустки, навчання та розвиток, оцінювання працівників та ін.; має гнучку конфігурацію, що дозволяє користувачам налаштовувати систему відповідно до своїх потреб та бізнес-процесів.

Недоліки: може бути дорожчою, порівняно з іншими системами управління людськими ресурсами на ринку; для використання системи необхідно мати певні технічні знання та навички, що може затримувати впровадження системи для деяких компаній.

«IRenaissance Human Resources / Payroll» – потужна HRM-система, що має такі переваги [28]: є повноцінною системою управління людськими ресурсами та зарплатою, яка охоплює багато функцій, таких як кадровий облік, відпустки, оплата праці, звіти та ін.; має простий та зрозумілий інтерфейс користувача, що дозволяє легко орієнтуватися в системі та швидко здійснювати потрібні дії; є достатньо доступною та може бути вигідною для компаній з невеликою кількістю працівників.

Недоліками є такі: може бути менш гнучкою, порівняно з іншими системами управління людськими ресурсами на ринку; має обмежені можливості для налаштування та інтеграції з іншими системами бізнес-процесів.

Розглянемо вітчизняну систему управління персоналом «Hurma System» (рис. 1) [29].

«HURMA» – міжнародна компанія, яка спеціалізується на розробленні системи для автоматизації процесів HR, рекрутингу та управління цілями компанії. Система дозволяє заощадити до 43% часу на рутинних процесах і 18% бюджету на рекрутингу. Компанія представлена в країнах східної Європи та СНД. Офіс знаходиться у м. Харків (рис. 2).

До основних можливостей цієї системи належать наявність [29]: HR-дашборду, онбордингу та адаптації; бази співробітників; журналу подій та нагадування; опитування та Performance review; календаря компанії; відстеження співробітників; чат-боту; HR-аналітики; сценаріїв: автоматизації онбордингу та офбордингу; автоматизації процесів: відсутності працівників, переробки ними, їх відряджень та інші події; обліку переробок, робочого часу, розрахунків зарплат за допомогою Payroll.

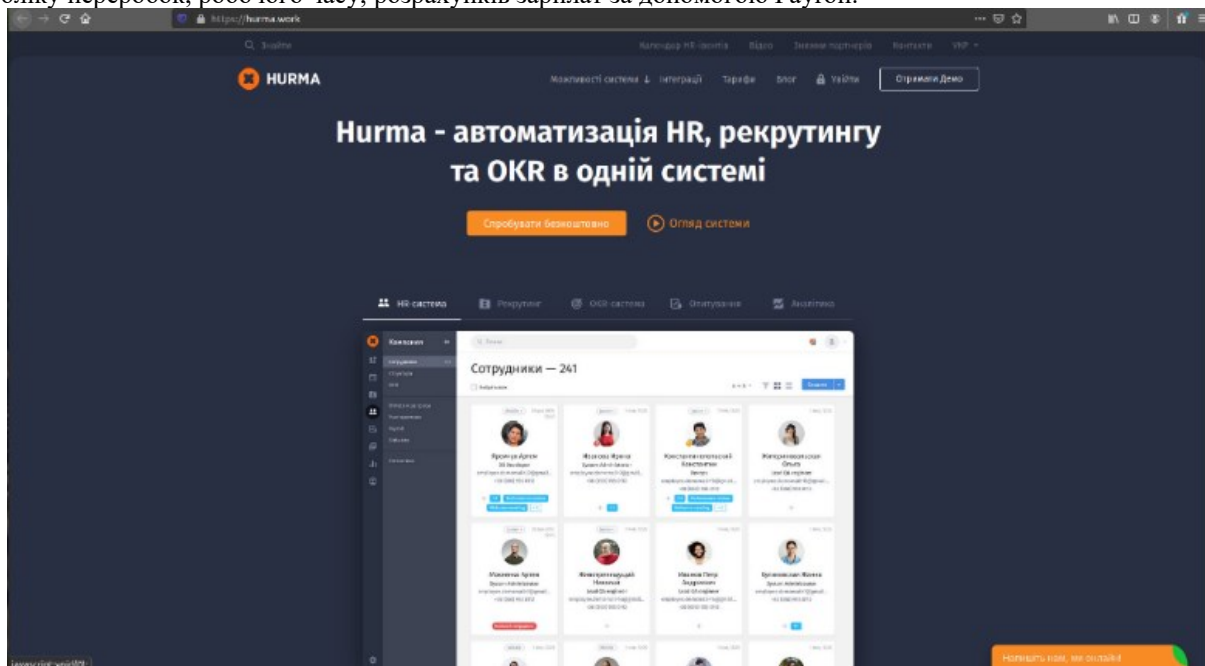


Рис. 2. Інтерфейс «Hurma System»

Розглянемо переваги та недоліки цієї системи.

До переваг належать: рекрутингові інструменти: база кандидатів і вакансій для рекрутера, інтеграція з локальними job-порталами і LinkedIn; автоматизація Welcome interview, Adaptation, Probation, 1:1, Exit interview; зручне дерево компанії; статистика по HR і рекрутингу; Absence і Performance management; календар подій, який синхронізується з Google-календарем і відправляє повідомлення про заходи в компанії; OKR; особистий профіль співробітника компанії з можливістю відправляти запити на відпустку, лікарняний, 1:1 і т. п.

Серед недоліків системи слід відзначити: недоступні графіки по філіях; Payroll знаходиться на стадії розроблення.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку

Згідно з поглядами провідних дослідників в галузі управління персоналом, HRM-системи повинні бути адаптивними, спрямованими на досягнення стратегічних цілей, розвиток працівників, довіру та відповідальність, ефективними, стандартизованими та раціональними, інтегрованими до загальної стратегії.

Аналіз розглянутих у статті HRM-систем дозволив сформулювати низку загальних їх переваг:

- збільшення продуктивності: забезпечують автоматизацію багатьох процесів, що раніше виконувалися вручну, що дозволяє підвищити продуктивність працівників та знизити кількість помилок;
- ефективне управління даними: зберігають всі дані про працівників в одному місці, що дозволяє швидко знаходити необхідну інформацію та забезпечує більш ефективне управління даними;
- зменшення адміністративного навантаження: дозволяють скоротити кількість ручної роботи, пов'язаної з управлінням персоналом, що звільняє час для виконання інших важливих завдань;
- покращення комунікації: дозволяють працівникам та менеджерам спілкуватися та обмінюватися інформацією швидко та ефективно, що покращує комунікацію в компанії.

Вивчення сучасних HRM-систем уможливило виділення їх недоліків, а саме:

- висока вартість: впровадження систем може бути досить дорогим процесом, особливо для невеликих компаній, що може стати бар'єром для їх використання;
- надмірна залежність від технологій: ІСУП потребують стабільної роботи технічного обладнання та програмного забезпечення, що може стати проблемою в разі збоїв або проблем зі з'єднанням;
- проблеми з конфіденційністю: вони містять велику кількість конфіденційної інформації про працівників.

Отже, для того, щоб успішно впровадити інформаційну систему управління персоналом, слід зважати на всі переваги та недоліки. Також важливо пам'ятати про потребу відповідного навчання та підтримки користувачів, щоб забезпечити оптимальне використання системи. Врешті решт, успіх управління персоналом залежить від комплексного підходу до використання інформаційних технологій та вміння балансувати між перевагами та недоліками.

Література

1. Armstrongand M., Taylor S. Human resource management practice: *Library of Congress Cataloging*. 2014. № 13. p. 440
2. McGregor D. Theory X and Theory Y. 1950.
3. Mescon M., Albert M., Khedouri F. Management: *Harper & Row*. 1988. № 3. p. 777
4. Fayol H. General and industrial management. *New York, Pitman. New York*. 1949. p. 83
5. Ulrich D., Younger J., Brockbank W., Ulrich M. HR from the Outside In: Six Competencies for the Future of Human Resources: *McGraw Hill; 1st edition*. 2012. p. 336
6. Cappelli P. HBR's 10 Must Reads on Performance Management: *Harvard Business Review Press*. 2023. p.192
7. Bordeaux J. Identifying Critical IT Products and Services: *RAND Corporation*. 2022. p. 52.
8. Колот А. М. Інноваційна праця та її інтелектуалізація як стратегічні вектори становлення нової економіки. *Економіка і організація управління*. 2018. № 1. С. 9-20. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/5732>
9. Писаревська Г. І., Аграмакова Н. В., Семенченко А. В. HR-брендинг як складова бізнес стратегії підприємства. *Вісник ХДУ Серія Економічні науки*. 2019. № 33. С. 176-180. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-33-34>
10. Чупріна М. О., Жалдак Г. П. Особливості HR-менеджменту в умовах діджиталізації бізнесу. *Сучасні підходи до управління підприємством*. 2020. № 5. С. 107-119. URL: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/204745>
11. Грищенко Д. Г., Йосифчук Я. М. Формування HR-бренду компанії та його оцінювання. *Економіка та суспільство*. 2021. №6. С. 26-31. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-31>
12. Ринкевич Н. С. Організаційна культура підприємств: виклики, загрози та тенденції. *Економічний вісник Донбасу*. 2019. №3. С. 123-136. URL: [http://www.evd-journal.org/download/2019/3\(57\)/15-Rynkevych.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2019/3(57)/15-Rynkevych.pdf)
13. Чайкіна, А.О., Івасенко, Н.О. Особливості впровадження HR-менеджменту в діяльність банківської установи. *Національний університет "Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка"* 2021. №4. С. 53-59. URL: <http://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/11212>
14. Азарова А. О., Ткачук А., Лозан Б. О. Інформаційні засоби підвищення ефективності управління персоналом на вітчизняних підприємствах. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018. № 18. С. 6.
15. Zoho People. Сайт ресурсу компанії Zoho People. URL: <https://www.zoho.com/people/>
16. Orange HRM. Сайт ресурсу компанії Orange HRM. URL: <https://www.orangehrm.com/>

17. CakeHR. Сайт ресурсу компанії CakeHR. URL: <https://blog.sage.hr/hr-management-software-cakehr-a-layer-cake-of-human-resource-services-analytics/>
18. Workable. Сайт ресурсу компанії Workable. URL: <https://www.workable.com>
19. BambooHR. Сайт ресурсу компанії BambooHR. URL: <https://www.bamboohr.com/>
20. SAP SuccessFactors. Сайт ресурсу компанії SAP SuccessFactors. URL: <https://www.successfactors.com/>
21. Workday HCM. Сайт ресурсу компанії Workday HCM. URL: <https://www.workday.com/>
22. DeloPro. Сайт ресурсу компанії DeloPro. URL: <https://www.delopro.com.ua/>
23. Вчасно. Сайт ресурсу компанії Вчасно. URL: <https://vchasno.ua/>
24. HugeProfit Сайт ресурсу компанії HugeProfit. URL: <https://h-profit.com/>
25. ISpro. Сайт ресурсу компанії ISpro. URL: <https://ispro.ua/>
26. SCALA HR. Сайт ресурсу компанії SCALA HR. URL: <https://www.scala.hr/>
27. Ахapta HR Management. Сайт ресурсу компанії Microsoft Dynamics AX. URL: [https://dynamics.microsoft.com/ru-ru/ax/#sort=relevancy&f:@version=\[Microsoft%20Dynamics%20AX\]](https://dynamics.microsoft.com/ru-ru/ax/#sort=relevancy&f:@version=[Microsoft%20Dynamics%20AX])
28. iRenaissance Human Resources / Payroll. Сайт ресурсу компанії iRenaissance Human Resources / Payroll. URL: <https://renaissancehr.co/>
29. HURMA. Сайт ресурсу компанії HURMA. URL: <https://hurma.ua/>

References

1. Armstrong M., Taylor S. Human resource management practice: Library of Congress Cataloging. 2014. № 13. p. 440
2. McGregor D. Theory X and Theory Y. 1950.
3. Mescon M., Albert M., Khedouri F. Management: Harper & Row. 1988. № 3. p. 777
4. Fayol H. General and industrial management. New York, Pitman. New York. 1949. p. 83
5. Ulrich D., Younger J., Brockbank W., Ulrich M. HR from the Outside In: Six Competencies for the Future of Human Resources: McGraw Hill; 1st edition. 2012. p. 336
6. Cappelli P. HBRs 10 Must Reads on Performance Management: Harvard Business Review Press. 2023. r.192
7. Bordeaux J. Identifying Critical IT Products and Services: RAND Corporation. 2022. p. 52.
8. Kolot A. M. Innovatsiina pratsia ta yii intelektualizatsiia yak stratehichni vektory stanovlennia novoi ekonomiky. Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia. 2018. № 1. S. 9-20. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/5732>
9. Pysarevska H. I., Ahramakova N. V., Semenchenko A. V. HR-brendynh yak skladova biznes stratehii pidpriemstva. Visnyk KhDU Serii Ekonomichni nauky. 2019. № 33. S. 176-180. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2019-33-34>
10. Chuprina M. O., Zhaldak H. P. Osoblyvosti HR-menedzhmentu v umovakh didzhytalizatsii biznesu. Suchasni pidkhody do upravlinnia pidpriemstvom. 2020. № 5. S. 107-119. URL: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/204745>
11. Hryshchenko D. H., Yosyfchuk Ya. M. Formuvannia HR-brendu kompanii ta yoho otsiniuvannia. Ekonomika ta suspilstvo. 2021. № 6. S. 26-31. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-31>
12. Rynkevych N. S. Orhanizatsiina kultura pidpriemstv: vyklyky, zahrozy ta tendentsii. Ekonomichni visnyk Donbasu. 2019. № 3. S. 123-136. URL: [http://www.evd-journal.org/download/2019/3\(57\)/15-Rynkevych.pdf](http://www.evd-journal.org/download/2019/3(57)/15-Rynkevych.pdf)
13. Chaikina, A.O., Ivasenko, N.O. Osoblyvosti vprovadzhennia HR-menedzhmentu v diialnist bankivskoi ustanovy. Natsionalnyi universytet "Poltavska politehnika imeni Yurii Kondratiuka" 2021. № 4. S. 53-59. URL: <http://reposit.nupp.edu.ua/handle/PoltNTU/11212>
14. Azarova A. O., Tkachuk A., Lozan B. O. Informatsiini zasoby pidvyshchennia efektyvnosti upravlinnia personalom na vitchyznianskykh pidpriemstvakh. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. 2018. № 18. S. 6.
15. Zoho People. Sait resursu kompanii Zoho People. URL: <https://www.zoho.com/people/>
16. Orange HRM. Sait resursu kompanii Orange HRM. URL: <https://www.orangehrm.com/>
17. CakeHR. Sait resursu kompanii CakeHR. URL: <https://blog.sage.hr/hr-management-software-cakehr-a-layer-cake-of-human-resource-services-analytics/>
18. Workable. Sait resursu kompanii Workable. URL: <https://www.workable.com>
19. BambooHR. Sait resursu kompanii BambooHR. URL: <https://www.bamboohr.com/>
20. SAP SuccessFactors. Sait resursu kompanii SAP SuccessFactors. URL : <https://www.successfactors.com/>
21. Workday HCM. Sait resursu kompanii Workday HCM. URL: <https://www.workday.com/>
22. DeloPro. Sait resursu kompanii DeloPro. URL: <https://www.delopro.com.ua/>
23. Vchasno. Sait resursu kompanii Vchasno. URL: <https://vchasno.ua/>
24. HugeProfit Sait resursu kompanii HugeProfit. URL: <https://h-profit.com/>
25. ISpro. Sait resursu kompanii ISpro. URL: <https://ispro.ua/>
26. SCALA HR. Sait resursu kompanii SCALA HR. URL: <https://www.scala.hr/>
27. Ахapta HR Management. Sait resursu kompanii Microsoft Dynamics AX. URL: [https://dynamics.microsoft.com/ru-ru/ax/#sort=relevancy&f:@version=\[Microsoft%20Dynamics%20AX\]](https://dynamics.microsoft.com/ru-ru/ax/#sort=relevancy&f:@version=[Microsoft%20Dynamics%20AX])
28. iRenaissance Human Resources / Payroll. Sait resursu kompanii iRenaissance Human Resources / Payroll. URL: <https://renaissancehr.co/>
29. HURMA. Sait resursu kompanii HURMA. URL: <https://hurma.ua/>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-14>

УДК 658.7

Ірина ШВАРЦ

Вінницький національний технічний університет
<https://orcid.org/0000-0003-4344-5213>
e-mail: s.irinach502@gmail.com

Оксана БЕЗСМЕРТНА

Вінницький національний технічний університет
<https://orcid.org/0000-0003-1873-6553>

Алла КРАЄВСЬКА

Вінницький національний технічний університет
<https://orcid.org/0000-0003-2812-6986>
e-mail: kraevskaas@ukr.net

Анастасія ПЕЛЕШОК

Вінницький національний технічний університет
e-mail: naspeleshok@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КВІТКОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ СУЧАСНОГО ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ

У статті розглянуто сучасний стан ринку квіткової продукції та досліджено чинники, що впливають на формування ринку в Україні, визначено основні тенденції та перспективи розвитку квіткового бізнесу у період повномасштабної війни. При здійсненні дослідження було використано аналітичні та статистичні методи обробки даних. Здійснено аналіз стану ринку та охарактеризовано діяльність основного виробника квіткової продукції в Україні. Проведено дослідження умов здійснення логістичних перевезень квіткової продукції, визначено тенденцію імпорту та експорту квітів в Україні. Представлено інформацію про учасників вітчизняної квіткової галузі та визначено проблеми, пов'язані з розвитком української квіткової індустрії та збуту готової продукції. Визначено основні негативні фактори, що впливають на розвиток ринку квіткової продукції в Україні. Обґрунтовано необхідність використання сучасних логістичних концепцій з метою оптимізації комплексу логістичних функцій підприємств квіткової галузі.

Ключові слова: квіти, ринок квітництва, логістичні концепції, торгівля, ланцюги постачання, імпорт, експорт, продажі.

Iryna SHVARTS, Oksana BEZSMERTNA,
Alla KRAIEVSKA, Anastasia PELESHOK

Vinnitsia National Technical University

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE FLOWER MARKET OF UKRAINE BASED ON THE MODERN LOGISTICS APPROACH

In the pre-war period, the Ukrainian flower industry was very dynamic and developed rapidly. The assortment of goods in retail trade, production technologies, markets and consumer demands were constantly changing, which forced participants to constantly improve. In global markets, new exporters from developing countries are expanding their market share by displacing existing producers. Competition among industry players contributes to the constant improvement of product quality, the introduction of innovations in production and logistics. Supply chain management, which involves the creation of optimal mechanisms of interaction between enterprises of the flower industry, has a great impact on the development of the flower industry as a whole, but at the moment it is not effective enough. In addition, modern enterprises of the flower business of Ukraine suffered significant material, technical and financial losses in connection with the Russian aggression, which requires them to find ways to optimize logistics activities.

The article examines the current state of the flower market and examines the factors affecting the formation of the market in Ukraine, identifies the main trends and prospects for the development of the flower business during the full-scale war. Analytical and statistical methods of data processing were used during the research. An analysis of the state of the market was carried out and the activity of the main producer of flower products in Ukraine was characterized. A study of the conditions of logistical transportation of flower products was carried out, the trend of import and export of flowers in Ukraine was studied. Information about participants in the domestic flower industry is presented and problems related to the development of the Ukrainian flower industry and the sale of finished products are identified. The main negative factors affecting the development of the flower market in Ukraine have been determined. The need to use modern logistics concepts in order to optimize the complex of logistics functions of enterprises in the flower industry is substantiated.

Keywords: flowers, floriculture market, logistics concepts, trade, supply chains, import, export, sales.

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

У довоєнний період українська квіткова індустрія була дуже динамічною і швидко розвивалась. Асортимент товарів у роздрібній торгівлі, технології виробництва, ринки та вимоги споживачів постійно змінювалися, що змушувало учасників постійно удосконалюватися. На глобальних ринках нові експортери з країн, що розвиваються, розширюють свою частку ринку шляхом витіснення існуючих виробників.

Конкуренція серед гравців галузі сприяє постійному поліпшенню якості продукції, запровадженню інновацій у виробництві та у логістиці. Управління ланцюгами постачання, що передбачає створення оптимальних механізмів взаємодії між підприємствами квіткової галузі, має великий вплив на розвиток квіткової індустрії в цілому, але на даний момент є недостатньо ефективним. Крім того, сучасні підприємства квіткового бізнесу України зазнали значних матеріально-технічних та фінансових втрат у зв'язку з російською агресією, що вимагає від них пошуку шляхів оптимізації логістичної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання розвитку та проблематики ринку квітництва досі залишаються поза увагою науковців, хоча дана продукція має стабільно високу питому вагу у структурі вітчизняного бізнесу. Останнім часом активно досліджують означену проблематику зокрема такі вітчизняні вчені, як М. Бутко, С. Сорокіна, Ю. Віннічук, П. Лахай та інші. Щодо дослідження становлення, функціонування та регулювання ринку квіткової продукції, змістовними є праці таких вчених, як В. Баюри, Н. Гоцуєнко, С. Кваші, С. Крапиви, Ю. Михайлова, В. Ходарченка й інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Проблематика діяльності українських підприємств під час війни набула актуального вивчення, проте галузь квітництва на даний момент залишається недостатньо дослідженою. Водночас у зв'язку з повномасштабним вторгненням на територію України галузь зазнала суттєвих втрат, змінилися логістичні ланцюги постачання товарів з-за кордону та всередині країни, що потребує подальших досліджень та пошуку оптимальних шляхів вирішення існуючих проблем.

Формулювання цілей статті

Метою даної статті є дослідження особливостей функціонування та розвитку ринку квітів в Україні під час війни, визначення ланцюгів постачання та обґрунтування проблем та перспектив подальшого розвитку ринку квіткової продукції на основі сучасного логістичного підходу.

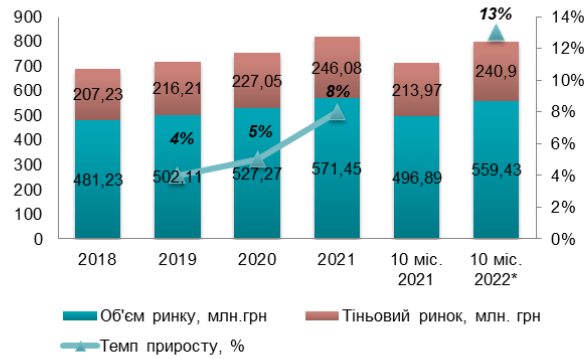
Виклад основного матеріалу

Умовно ринок квіткової продукції можна розділити на три основних сегменти: ринок зрізаних квітів; горщикової продукції та посадкового матеріалу. Ринок квітів України є переважно імпортозалежним, оскільки імпортується переважна більшість зрізаних квітів, практично весь посадковий матеріал – цибулини та насіння квітів, а також переважна більшість рослин у горщиках; розсада квітів частково імпортується, а частково вирощується в Україні з імпортованого посадкового матеріалу [3]. Крім того, в Україні налічується багато дрібних квіткових господарств і підприємств, визначити кількість яких дуже складно, тому що вони офіційно не декларують свою діяльність. Тому в українській галузі квітництва існує проблема – неможливість оцінити реальні обсяги виробництва квітів.

Квіткова індустрія на сьогоднішній день швидкими темпами розвивається та стає динамічною міжнародною галуззю. На це вказують статистичні українські та міжнародні дослідження. У 2010–2012 роках український квітковий ринок пережив спад (на 58%), що стало наслідком економічної кризи в Україні. У період 2013–2017 рр. ринок квітів почав відновлюватись, а у 2018–2019 рр. спостерігалась його відносна стабілізація [7]. Проте у 2020 році на квітковий ринок знову очікував важкий період, оскільки через карантинні заходи попит на квіткову продукцію різко впав, відповідно обсяги продажів значно зменшились, як і обсяги постачання квітів з-за кордону. Не дивлячись на усі проблеми, учасники квіткового ринку намагалися втримати свої позиції. У перші місяці повномасштабного вторгнення Росії в Україну попит на квіти не мав чіткої прогнозованості продажів та вираженої сезонності, як раніше. Більшість міст не постраждало від прямих бойових дій, проте поставки були обмежені через очікуване падіння попиту.

Статистика продажів, опублікована компанією Pro-Consulting, вказує на те, що динаміка продажів квітів у відносно спокійних містах (наприклад, місто Львів) за 10 місяців у 2022 році становила 559,43 млн грн, а до повномасштабного вторгнення цей показник налічував 496,89 млн грн. Можна припустити, що отримані результати характеризуються значним збільшенням цін за одиницю продукції, а не за продану кількість товару (рисунок 1). Крім того, до Львову виїхало багато переселенців, що також могло вплинути на обсяги продажів. Варто зазначити, що у регіонах України значна частка підприємств квіткового бізнесу належить індивідуальним підприємцям, які працюють за спрощеною системою оподаткування, тому продажі цієї групи статистикою не враховуються. Окрім того, в Україні існує велика кількість стихійної торгівлі квітами, яку неможливо врахувати, і яка є тіньовим сегментом ринку.

Динаміка продажів квітів у Львові в 2018 році - 10 місяців. 2022* у грошовому вираженні, млн грн, %



Джерело: за даними Державної служби статистики України, оцінка Pro-Consulting

Рис. 1. Динаміка продажів квітів за 2018-2022 роки

Український ринок квітництва представляє в переважній більшості товар, який має імпортне походження. Ринку притаманна характерна сезонність – обсяг імпортованих квітів більший у зимово-весняний період, а в літньо-осінній – переважає продукція вітчизняних виробників (рисунок 2).

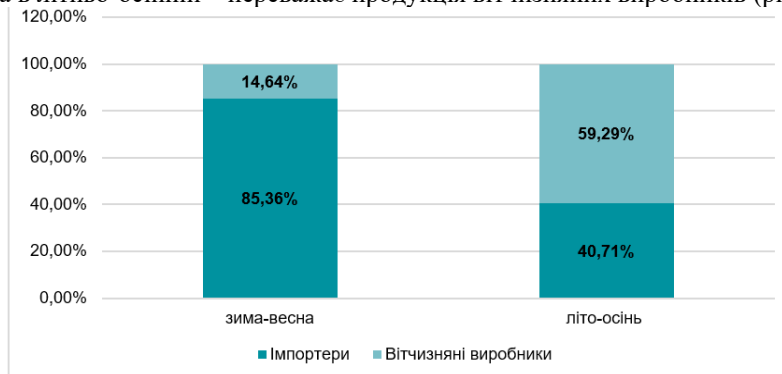


Рис. 2. Сезонна структура ринку квітів [1]

Основними країнами, з яких імпортують квіти в Україну є Голландія, Нідерланди, Колумбія, Еквадор, Кенія, Ефіопія, Малайзія; у меншій кількості квіти везуть з Ізраїлю, Італії, Польщі; а деякі екзотичні квіти постачають з Нової Зеландії, Австралії та Мексики [3].

Імпортовані квіти, перш ніж потраплять до споживача, долають довгий логістичний ланцюг. Більшість усієї квіткової продукції, яка представлена на українському ринку, закуповується на аукціоні Flora Holland у Голландії. Увесь логістичний шлях рослин починається в оранжереях або теплицях, де їх зрізають, пакують та завантажують у спеціально обладнані термофургони або ж до літаків, які транспортують квіти до місця проведення аукціону. Постачання квітів на аукціон відбувається щодня о 23:00, оскільки до 5:30 ранку квіти мають бути вивантажені, розпаковані та розкладені на конвеєрних лініях, де спеціальні датчики вимірюють розмір бутонів і довжину стебел.

Логістика квітів на аукціонах переважно автоматизована. О 6:00 ранку починається аукціон, лот вивозять до залу та на великому екрані транслюють інформацію про нього (сорт, виробник, кількість, довжина рослини, величина бутона та ціна). Великі обсяги обороту на торгах вимагають від учасників сучасних інноваційних логістичних рішень. Інформацію про кожну проведену угоду на аукціоні отримують працівники складу, які починають готувати куплену партію квітів до відправки. Вже ближче до 14:00 квіти зі складів аукціону упаковують та готують до транспортування за місцем призначення. Українські підприємці здійснюють закупівлі як одиничними коробками, палетами, так і багатотонними фурами. Загалом ланцюг постачання від компанії виробника квітів до кінцевого споживача в Україні схематично виглядає так, як показано на рисунку 3.

В магазини на території України квіти найчастіше потрапляють через польських посередників або через прямі закупівлі, які здійснюють великі українські торгові компанії, такі як «Камелія», «Украфлора», «Асканія-Флора», «Флорімаг».

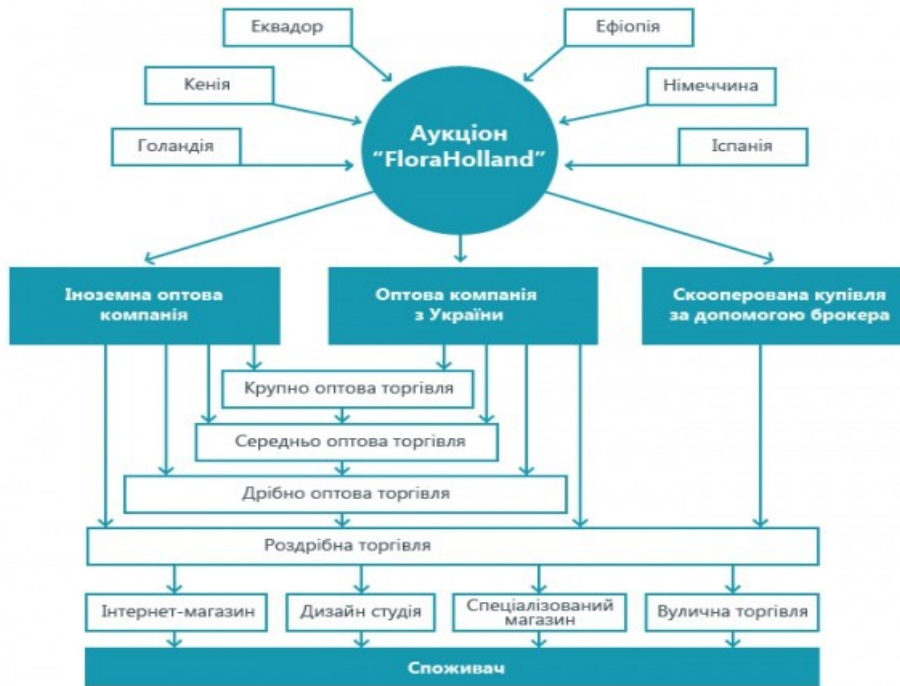
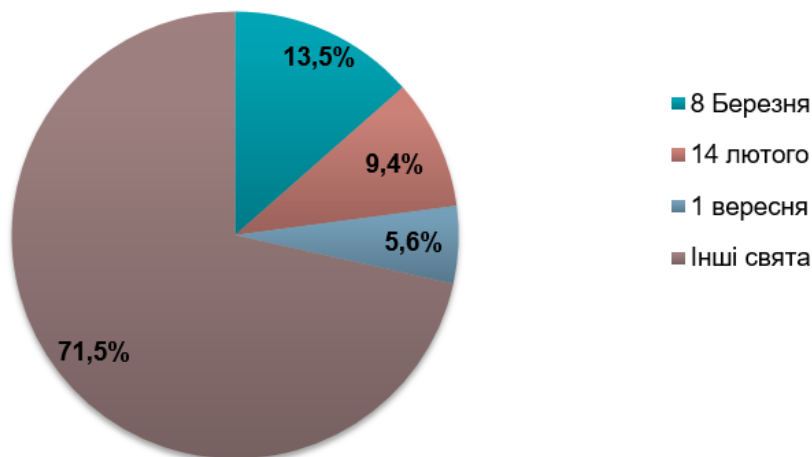


Рис. 3. Ланцюг постачання від компанії виробника квітів до кінцевого споживача в Україні [2]

За результатами аналізу ринку квіткового бізнесу в Україні, здійсненого компанією Pro-Consulting, основними каналами реалізації є: продуктові ринки та невеликі кіоски (60-70%), фірмові квіткові магазини (20-25%), супер- і гіпермаркети, продуктові та DIY-сегменти (5%). Отримані результати не мають суттєвих змін протягом останніх трьох років, включаючи майже рік повномасштабного вторгнення [1]. Структура продажів усіх каналів збуту вказує на те, що найбільше продажів здійснюється саме у святкові дні (рисунком 4).

Структура продажів зрізаних квітів в святкові дні в Україні



Джерело: Дані операторів ринку, оцінка Pro-Consulting

Рис. 4. Структура продажів зрізаних квітів у святкові дні в Україні [1]

На території України в промислових масштабах найбільше вирощуються троянди та в незначній кількості тюльпани. Найбільшим виробником троянд в Україні, а також одним з провідних виробників троянд у Європі є «Асканія-Флора». Компанія зареєстрована у місті Києві, проте підприємство має функціонуючі відокремлені підрозділи-філії у м. Одеса та Львівській області та співпрацює з понад 1000 партнерів у всіх областях України. Фахівці компанії дбайливо ставляться до якості продукції, рівня обслуговування клієнтів та приділяють значну увагу удосконаленню логістичної діяльності підприємства [6].

Логістичні операції підприємства, що характеризуються відокремленою сукупністю певних дій для реалізації логістичних функцій, спрямовані на просування матеріального та інформаційного потоку в логістичній системі. До основних логістичних функцій виробників квітів можна віднести закупівлю, виробництво, збут, складування, транспортування, управління запасами.

Як стверджує практика та всі проведені дослідження, бізнес, що пов'язаний з квітами, може зазнавати величезних втрат, головним чином, через відсутність необхідного матеріально-технічного забезпечення для якісного транспортування та зберігання квітів. Компанія «Асканія-Флора» здійснює міжнародні перевезення, а також внутрішні перевезення по всій території країни у великих об'ємах автомобільним транспортом. Для транспортування даної продукції визначені обов'язкові режими температури та вологості, які забезпечуються у спеціальних ізотермічних вантажних відсіках або рефрижераторах.

При формуванні ланцюга постачання на ТОВ «Асканія Флора» застосовують такі ключові принципи успішної діяльності:

1. На підприємстві забезпечено стабільні та ефективні взаємозв'язки між усіма учасниками логістичної системи (від постачальника саджанців та насіння до перевізника вирощеної продукції).

2. Фахівцями були сформовані та покращені умови перевезень, визначено оптимальні сукупні витрати, затверджено стандарти якості перевезення (умови транспортування квітів, найкоротший маршрут до пунктів призначення, наявність гарантій та застосування найсучасніших технологій для транспортування).

До початку війни компанія постачала свою продукцію майже по всій території України (крім окупованої Луганської області, частини Донецької та Автономної Республіки Крим) (рисунком 5), проте після 24 лютого 2022 року компанія припинила свою збутову діяльність повністю.



Рис. 5. Регіони, в які постачалася продукція «Асканія-Флора» до 24.02.2022 р.

Частина площ, а саме 2,5 гектара, опинилась під постійними ракетними обстрілами та певний час знаходилась в окупації. При цьому, теплиці зазнали руйнувань, а частина рослин була знищена. Після відступу окупантів компанія почала налагоджувати свою діяльність. У червні 2022 року «Асканія-Флора» частково відновила роботу та почала постачати продукцію у відносно спокійні області України (рисунком 6).

Експорт «Асканії-Флори» до початку війни становив до 5% вирощеної продукції. Серед основних клієнтів були Польща, Литва та Німеччина. З початком повномасштабного вторгнення компанія припинила експорт квітів. У 2022 році компанія «Асканія-Флора» зазнала різкого зниження обсягів продажів та відповідно обсягів постачання [5].

Після відновлення роботи керівництву ТОВ «Асканія-Флора», а також іншим учасникам квіткового ринку довелося вирішувати проблеми логістики, шукати нові логістичні рішення щодо постачання, транспортування та збуту продукції. Проте, Асканія-Флора та інші учасники ринку, які мали найвищу адаптаційну здатність та швидко відреагували на зміни зовнішнього середовища, детально розробили нові маршрути, більш оптимальні та безпечні. Це дало змогу підприємствам постачати товар достатньо швидко, що є одним із важливих стандартів якості постачання в сфері квітництва.



Рис. 6. Регіони, які є клієнтами «Асканія-Флора» станом на березень 2023 року

Отже, розвитку ринку квіткової продукції в Україні перешкоджають наступні негативні фактори:

- 1) Війна з Росією призвела до втрати значних територій, де вироблялась квіткова продукція, велика кількість суб'єктів господарювання квіткового бізнесу припинили свою діяльність, відбулося падіння споживчого попиту на квіткову продукцію;
- 2) Відсутність узгодження зі стандартами ЄС в сфері реєстрації сортів рослин та захисту прав суб'єктів господарювання перешкоджає розвитку експорту квіткової продукції;
- 3) Високий ступінь тінізації квіткового бізнесу та наявність дрібних виробників, що не декларують свою діяльність;
- 4) Відсутність сучасних логістичних підходів в організації діяльності учасників ринку, недостатність комунікацій між ними;
- 5) Складність та тривалість процедури розмитнення квіткової та декоративної продукції перешкоджає зовнішньо-економічним відносинам в галузі квітництва.

Вирішенню зазначених проблем в галузі квіткової продукції сприятиме використання логістичного підходу в управлінні матеріальними та інформаційними потоками. При цьому, сучасна концепція логістики є важливим інструментом розвитку квіткового бізнесу України, оскільки ґрунтується на таких положеннях: реалізація принципу системного підходу; облік логістичних витрат протягом всього логістичного ланцюга; гуманізація технологічних процесів, створення сучасних умов праці; розвиток системи сервісу на сучасному рівні; здатність логістичних систем до адаптації в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Загалом в довоєнний період ринок квітів вважався перспективним і рентабельним сектором української економіки, проте недосконалим та невеликим за обсягом. Серед недоліків даного ринку слід відзначити відсутність чітко сформованих логістичних ланцюгів між учасниками логістичного процесу. У той час як на сталих ринках економічно розвинених країн світу між ними існує чітка спеціалізація та взаємодія.

Крім того, власникам квіткового бізнесу в Україні слід оперативно реагувати на вимоги споживачів та виклики зовнішнього середовища. Щоб втримати конкурентні позиції на ринку, учасникам квіткового ринку необхідно використовувати сучасні логістичні підходи до управління матеріальними та інформаційними потоками, що сприятиме оптимізації комплексу логістичних функцій, зокрема таких, як транспортування, складування і збут.

Щодо закупівлі товарів для квітництва за кордоном, на нашу думку, варто зменшити обсяги постачання через посередників, при цьому збільшити обсяги прямих закупівель з аукціонів та через мережу Інтернет, що дозволить знизити кінцеву вартість продукції. Крім того, українським виробникам квітів необхідно розширити асортимент продукції, що дасть можливість змінити співвідношення вітчизняної та імпортованої продукції на користь вітчизняної. Необхідно розвивати дистрибуцію у всіх секторах ринку декоративних рослин і зрізаних квітів, сприяти розвитку логістичних мереж, здатних забезпечити споживачів якісною квітковою продукцією.

Література

1. Chaikovska I., Fasolko T., Vaganova L., Barabash O. Economic-mathematical tools for building up a project team in the system of company's knowledge management. Eastern-European journal of enterprise technologies. 2017. № 3/3 (87). P. 29–37.
2. Аналіз ринку квітів в Україні: які квіти купують частіше і на які свята. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-cvetov-v-ukraine-kakie-cvety-pokupayut-chashe-i-na-kakie-prazdniki>
3. Embassy of the Kingdom of the Netherlands. Ринок квітів та декоративних рослин в Україні. Повний звіт. Київ, 2019. URL: https://www.agroberichtenbuitenland.nl/binaries/agroberichtenbuitenland/documenten/publicaties/2019/04/17/ua-psd-ornamental-study/Ornamental_Market+Study_SHORT_UA+final.pdf
4. Аналіз ринку роздрібної торгівлі квітами у Львові. 2022 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-roznychnoy-torgovli-cvetami-vo-lvove-2022-god>
5. Як квіти потрапляють в Україну. URL: https://biz.censor.net/resonance/3054437/yak_kviti_potraplyayut_v_ukranu
6. "Люди купують троянди навіть у війну, це дозволяє нам платити зарплати", – власник компанії "Асканія-Флора" Валерій Горбань. URL: <https://telegraf.com.ua/ukr/obshhestvo/2023-02-14/5779117-lyudi-kupuyut-troyandi-navit-u-viynu-tse-dozvolyaie-nam-platyty-zarplaty>
7. Звіт про управління за 2020 рік товариства з обмеженою відповідальністю «Асканія-Флора». URL: https://ascania-flora.ua/zvit_pro_upravlinnia_2020.pdf
8. Бутко М.П., Соломаха І.В. Становлення вітчизняного ринку флористичної продукції в умовах євроінтеграції : монографія. – Чернігів : ЧНТУ, 2017. – 294 с.

References

1. Chaikovska I., Fasolko T., Vaganova L., Barabash O. Economic-mathematical tools for building up a project team in the system of company's knowledge management. Eastern-European journal of enterprise technologies. 2017. № 3/3 (87). P. 29–37.
2. Analiz rynku kvitiv v Ukraini: yaki kvity kupuiut chastishe i na yaki sviata. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-cvetov-v-ukraine-kakie-cvety-pokupayut-chashe-i-na-kakie-prazdniki>
3. Embassy of the Kingdom of the Netherlands. Rynok kvitiv ta dekorativnykh roslin v Ukraini. Povnyi zvit. Kyiv, 2019. URL: https://www.agroberichtenbuitenland.nl/binaries/agroberichtenbuitenland/documenten/publicaties/2019/04/17/ua-psd-ornamental-study/Ornamental_Market+Study_SHORT_UA+final.pdf
4. Analiz rynku rozdrubnoy torhivli kvitamy u Lvovi. 2022 rik. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-roznychnoy-torgovli-cvetami-vo-lvove-2022-god>
5. Yak kvity potrapliaiut v Ukrainu. URL: https://biz.censor.net/resonance/3054437/yak_kviti_potraplyayut_v_ukranu
6. "Liudy kupuiut troiandy navit u viinu, tse dozvoliaie nam platyty zarplaty", – vlasnyk kompanii "Askaniia-Flora" Valerii Horban. URL: <https://telegraf.com.ua/ukr/obshhestvo/2023-02-14/5779117-lyudi-kupuyut-troyandi-navit-u-viynu-tse-dozvolyaie-nam-platyty-zarplaty>
7. Zvit pro upravlinnia za 2020 rik tovarystva z obmezhenoiu vidpovidalnist «Askaniia-Flora». URL: https://ascania-flora.ua/zvit_pro_upravlinnia_2020.pdf
8. Butko M.P., Solomakha I.V. Stanovlennia vitchyznianoho rynku florystychnoi produktsii v umovakh yevrointehratsii : monohrafiia. – Chernihiv : ChNTU, 2017. – 294 s.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-15>

УДК 371.13: 338.432 (327)

Леся САКУН

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
<https://orcid.org/0000-0001-5113-4154>
e-mail: lesyasakun13@gmail.com

Юлія ВЕДЕНІНА

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
<https://orcid.org/0000-0001-7472-6654>
e-mail: vedenina424@gmail.com

Юрій КОШИЦЬКИЙ

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
e-mail: yurikoshytskyi@gmail.com

РОЛЬ КОМАНДНОЇ РОБОТИ У РОЗРОБЦІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

Стаття присвячена дослідженню теоретичних і практичних аспектів стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств та визначенню ролі командної роботи в умовах глобалізаційних змін, руйнації звичних ланцюгів постачання та соціально-економічної кризи, спричиненої повномасштабним вторгненням. Розглянуто стан галузі сільського господарства в Україні, охарактеризовано основні проблеми та шляхи вирішення в умовах глобалізаційних змін.

Головною проблемою для більшості підприємств галузі є нестача обігових коштів та згортання міжнародних кредитних програм. Проблеми з ліквідністю спричинені низьким обсягом продажів та подорожчанням логістики. Отримання більшого прибутку можливе при переорієнтації на олійні культури, ярий ячмінь, яру пшеницю, горох, овес, гречку та зменшенні посівів кукурудзи. У статті проаналізовано практичний досвід провідних агропромислових підприємств: Kernel, МХП, HarvEast, ІМК, Астарта.

Розглянуто стратегії, яких притримувався менеджмент компаній в умовах війни; відображено важливість командної роботи у розробці стратегії розвитку, а також ефективність довгострокових стратегій в умовах кризи.

Ключові слова: сільське господарство, сільськогосподарське підприємство, менеджмент, стратегічне управління, антикризове управління, стратегія розвитку, глобалізаційні зміни, воєнний стан, пандемія, командна робота.

Lesia SAKUN, Yuliia VIEDIENINA, Yurii KOSHYTSKYI
Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyy National University

THE ROLE OF TEAMWORK IN CREATING A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION CHANGES

This article explores the theoretical and practical aspects of the strategy for developing agricultural enterprises. It also determines the role of teamwork in the context of globalization, the destruction of traditional supply chains, and the socio-economic crisis caused by large-scale invasions. Developing a business activity strategy is an important tool for ensuring competitiveness in the market under conditions of uncertainty and competition. It is a complex of actions aimed at achieving goals, rational use of resources, and obtaining maximum profitability in the future.

The state of the agricultural sector in Ukraine is considered, the main problems and ways of solving them in the context of globalization are characterized. The main problem for most enterprises in the industry is a lack of working capital and a collapse of international credit programs. Liquidity problems are caused by low sales volumes and an increase in logistics costs. Obtaining greater profits is possible by reorienting towards oil crops, spring barley, spring wheat, peas, oats, buckwheat, and reducing corn cultivation. As a result of analyzing the strategies of agro-industrial sector enterprises, it was determined that companies engaged in product processing have positive results.

The article analyzes the practical experience of leading agro-industrial enterprises: Kernel, MHP, HarvEast, IMC, Astarta. This text discusses the strategies used by companies during war. It emphasizes the importance of teamwork in developing a strategy and highlights the effectiveness of long-term strategies during crises. As a result of the study, it was determined that the effectiveness of the work of an agricultural enterprise depends to a greater extent on a long-term strategy and a reserve of financial resources, and anti-crisis measures play a smaller role.

Keywords: agriculture, agricultural enterprise, management, strategic management, crisis management, development strategy, globalization changes, state of war, pandemic, teamwork.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Оскільки сільське господарство є основним бюджетогенеруючим та продовольчим ресурсом України, то ефективне функціонування підприємств цієї галузі є найважливішим фактором економічної стабільності країни. В умовах складної соціально-економічної кризи, викликаної повномасштабним вторгненням країни-агресора, перед аграрним підприємством ставиться завдання щодо забезпечення безперервного функціонування та поступового відновлення довоєнних темпів діяльності.

Керівникам агропідприємств доводиться стикатися як з традиційними глобалізаційними змінами, такими як зростання конкуренції інших гравців на міжнародних ринках, недостатня технологізація, так і з новими викликами: руйнування логістичних ланцюгів, активів, окупація частини земельного банку, падіння обсягів продажу, а також низкою соціально-економічних проблем, які є актуальними для всіх видів бізнесу, а саме: ріст інфляції, подорожчання енергетичних ресурсів, зниження кількості економічно активного населення, вплив пандемії та багато іншого.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Теоретичним та практичним аспектам формування стратегії галузі приділено увагу в наукових працях провідних закордонних та вітчизняних учених: М. Мескона, І. Ансоффа, І.О. Бланка, Х. Віссеми, В.М. Геєця, П. Друкера, М.М. Єрмошенка, В.Г. Герасимчука, У. Кінга, Д. Кліланда, М.І. Круглова, Ф. Котлера, А.А. Мазаракі, Г. Мінцберга, А.П. Наливайка, М. Портера, А.Л. Гапоненко, П.Т. Саблук, В. Савочка, С.М. Судомир, А.М. Нехланова, Г. Ткаченко та інших [1–4].

Питання глобалізації і глобалізаційних змін розглянуті у роботах зарубіжних і вітчизняних вчених: У. Бека, Д. Білла, Е. Гідденса, О. Білоруса, Д. Лук'яненко, Є. Білоусова, О. Зернецької, О. Петасюк [5], О. Шевченко [6]. Проблема управління командами та ефективністю командної роботи знайшла відображення в дослідженнях таких вчених, як М. Белбін, Д.А. Ветген, М. Геллерт, Р. Кропп, П. Мучинські, К. Новак, Г. Паркер, Х.М. Пейро, М.А. Уест, В.І. Барко, Л.М. Карамушка, М. Коваленко, Г.В. Ложкіна, С.Д. Максименко, Л. Слободянюк [9, 10].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на наявність великої кількості наукових праць з даної проблематики, дослідження ролі командної роботи при формуванні стратегії розвитку агропромислових підприємств в умовах глобалізаційних змін недостатньо вивчено як у науковому, так і в організаційно-практичному аспектах та потребує подальших розробок.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств та визначення ролі командної роботи в умовах глобалізаційних змін, руйнації звичних ланцюгів постачання та соціально-економічної кризи, спричиненої повномасштабним вторгненням.

Виклад основного матеріалу

Головним фактором розвитку підприємства є ефективна стратегія, яка дозволяє досягти мети. В умовах невизначеності та гострої економічної кризи найважливіше значення має оперативне реагування на зміни та антикризове управління, але на практиці вирішальне значення для підприємства має стратегія, розроблена ще задовго до настання кризової ситуації. Сільськогосподарські підприємства з диверсифікованою моделлю отримали позитивні результати діяльності навіть в період воєнного стану. Отже, надзвичайно важливого значення має саме стратегічне управління.

На сьогодні існує значна кількість визначень поняття «стратегічне управління». Процес стратегічного управління – логічний систематичний підхід для створення головних рішень в організації [1–4].

На думку західного вченого Г. Мінцберга, стратегічне управління використовується на підприємствах, готових до революційних змін, для яких характерна динаміка зовнішнього оточення. Постійні трансформації на підприємствах призводять створення гнучкого механізму самовизначення, і це є стратегічне управління [3].

Науковці Дж. Пірс і Р. Робертсон вважають таке визначення неповним, оскільки, на їхню думку, предметом стратегічного управління є розробка і реалізація стратегії. Вона включає визначення місії, філософії, генеральної мети; аналіз та прогноз середовища та конкуренції; сильних і слабких сторін підприємства; планування цілей і стратегії. Таким чином, стратегічне управління є набором рішень і дій з формування й виконання стратегій, розроблених для того, щоб досягти мети організації [3, 4].

А. Роув розглядає стратегічне управління як процес ухвалення рішень, що об'єднує внутрішні організаційні ресурси зі сприятливими можливостями, які надаються зовнішнім середовищем [3, 4].

Д. Глейдель і С. Хаттен вважають, що стратегічне управління – це процес визначення і встановлення зв'язків організації з оточенням, що полягає у досягненні вибраних цілей і бажаного стану взаємин з оточенням за допомогою розподілу ресурсів та дозволяє організації і її підрозділам діяти ефективно і результативно [3, 4]. А. Томпсон і Р. Стрікленд приділяють найбільшого значення в своїй концепції стратегічного менеджменту плану управління підприємством, спрямованому на посилення його стану, задоволення потреб і послідовне досягнення цілей. Стратегічне управління у визначенні Г. Джонсона і К. Склуза зводиться до аналізу поточного стану підприємства у конкурентному середовищі; розробки, оцінки і вибору альтернатив; реалізації обраної стратегії [3, 4]. За Л.Д. Ревуцьким, суть стратегічного

управління проявляється у мінімізації відхилень фактичних значень найбільш важливих параметрів від нормативних [3, 4].

Вілен і Хантер стверджують, що сутність стратегічного управління полягає у формуванні стратегії, тобто процес виведення довгострокових напрямів рухів, які роблять можливим розвиток, виходячи з шансів (ризиків), сильних і слабких сторін. Такий процес складається з формулювання місії, цілей, стратегії, політики (директив). Реалізація стратегії ґрунтується на програмах, бюджетах (короткострокових фінансових, вартісних планах), процедурах, стратегічному регулюванні та контролі [3, 4].

Отже, визначення, сформульовані науковцями, характеризують стратегічне управління з різних сторін і відображають загальну сутність даного питання, при цьому важливо враховувати специфіку кожної галузі економіки. Агропромислові підприємства мають свої особливості, на відміну від підприємств інших галузей. Саме ці особливості (сезонний характер виробництва, якість земельних угідь, довготривалий оборот капіталу, застаріла техніка, низький рівень інвестиційної привабливості, висока залежність від погодних умов тощо) змушують більш глибоко осмислити роль і значення стратегічного управління в аграрному виробництві.

Стратегічне управління сільськогосподарським підприємством – це комплекс заходів з попереднім аналізом сильних і слабких сторін, а також чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, які спрямовані на реалізацію поставлених задач та пов'язані з високою ефективністю діяльності підприємства, що здійснюється на засадах інтенсифікації процесів.

Варто враховувати, що спрогнозувати точно ситуацію, в якій може опинитися підприємство в майбутньому, практично неможливо. Умови функціонування підприємств постійно змінюються, і компанії повинні гнучко реагувати на все, що відбувається навколо. Потрібно враховувати як зовнішні чинники, які є актуальними зараз – військовий стан, гостру економічну кризу, проблеми з логістикою, так внутрішні – низьку технологізацію, недостатню кількість фінансових запасів та інше. Для цього необхідно створити ефективну систему управління, яку можна швидко змінювати та досягати відповідного результату.

Для того, щоб сформулювати стратегію управління підприємства потрібно провести алгоритм дій, зображених на рис. 1. Першим та одним з найважливіших етапів процесу стратегічного менеджменту є проведення SWOT-аналізу.

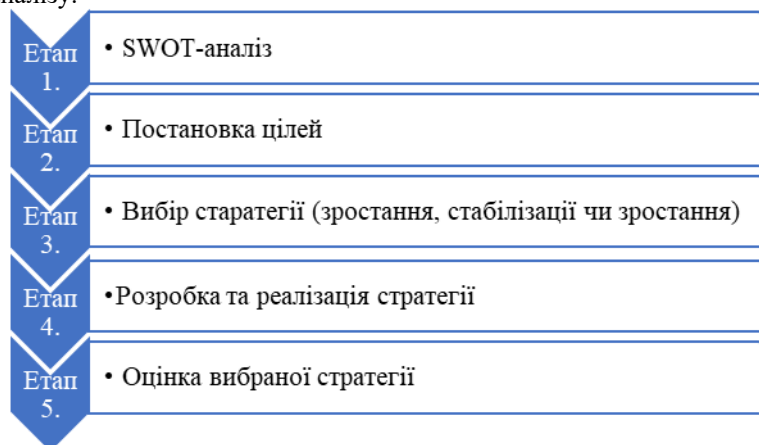


Рис. 1. Процес стратегічного управління підприємством [3, 4]

SWOT-аналіз підприємства – це спосіб аналізу внутрішніх та зовнішніх чинників, які впливають на роботу підприємства [1]. Використання даного виду аналізу обумовлено тим, що в процесі стратегічного аналізу накопичується велика за обсягами кількість інформації, яку потрібно швидко та ефективно обробляти, аналізувати та використовувати, тож аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища компанії дозволяє раціонально структурувати інформацію з використанням власних думок та присвоєнні оцінок. SWOT-аналіз складається з 4 складових:

- сильні сторони (strength) – це внутрішні ресурси бізнесу, які є основою для формування конкурентної переваги компанії.
- слабкі сторони (weakness) – це ресурси організації, що використовуються нераціонально або ж напрями діяльності, які функціонують неефективно.
- можливості (opportunities) – сукупність чинників, що мають позитивний вплив на діяльність компанії, альтернативи, які підприємство може використати для досягнення поставлених цілей.
- загрози (threats) – сукупність чинників, що мають негативний вплив на діяльність підприємства, вони можуть ускладнювати рух підприємства до досягнення стратегічних цілей та місії.

За умов прийняття рішень шляхом використання SWOT-аналізу зростає роль керівника-стратега, який розробляє стратегію розвитку підприємства. Під час застосування даного виду аналізу широко використовуються дискримінантний, регресивний, варіаційний, факторний та кластер-аналіз. Від якості

проведеного аналізу чинників, які впливають на роботу компанії, залежить ефективність інших процесів стратегічного управління.

Разом з використанням SWOT-аналізу для розроблення стратегії підприємства використовують PEST-аналіз [1]. PEST-аналіз – це вид аналізу макросередовища підприємства, який враховує політико-правові фактори, економічні, соціокультурні та технологічні фактори. Даний вид аналізу використовують для оцінки впливу факторів макросередовища на діяльність компанії.

Аналіз зовнішнього середовища широко використовується сільськогосподарськими підприємствами України через нестабільну політичну та правову систему, внаслідок чого виникає потреба аналізувати тенденції, які не підконтрольні організаціям, але мають значний вплив на поточну діяльність та майбутні результати. Політико-правовий аспект аналізується, в першу чергу, для того, щоб знати про можливість змін законодавства та політичної риторики влади та визначити вплив на діяльність бізнесу.

Оцінка економічного фактору зовнішнього середовища дозволяє проаналізувати загальну економічну ситуацію країни, визначити кон'юнктуру ринку, купівельну спроможність, розподіл економічних ресурсів. Це є одним з найважливіших чинників діяльності компанії. Соціальний компонент зовнішнього оточення потрібен для того, щоб проаналізувати вплив таких соціальних явищ, як відношення людей до праці, активність споживачів, якість життя тощо. Технологічний аспект потрібен для того, щоб відслідковувати нові технологічні рішення та вчасно їх впроваджувати у виробничий процес на виробництві.

Отже, PEST-аналіз використовується разом із SWOT-аналізом та допомагає більш повно проаналізувати вплив факторів, які не залежать безпосередньо від компанії. Використання даного виду аналізу покращує управлінську роботу, так як при детальному аналізі зовнішніх чинників ризики зводяться до мінімуму. Після проведення детального аналізу підприємства та зовнішнього середовища та постановки цілей наступним етапом є вибір стратегії управління. Реалізується загальна стратегія в одному з наступних основних напрямків: стратегія зростання (розвитку), стратегія стабілізації, стратегія виживання (скорочення). Характеристика стратегій висвітлена в таблиці 1.

Таблиця 1

Види стратегій управління [3, 4]

Види стратегій	Зміст стратегій
Стратегія зростання	Стратегія зростання використовується, коли підприємство найбільш раціонально використовує сильні сторони та можливості зовнішнього середовища шляхом збільшення обсягів виробництва, виходу на нові ринки, інтенсифікацію виробництва. При стратегії розвитку широко застосовуються техніко-технологічний розвиток, інтеграція (покращення логістики (побудова елеваторів), побудова переробних потужностей), інтенсифікація (підвищення ефективності роботи підприємства за рахунок кращого використання наявних ресурсів), диверсифікація (розширення товарного асортименту компанії, вихід на нові ринки).
Стратегія стабілізації	Стратегія стабілізації застосовується великим підприємствами, які займають велику частку на ринку та мають панівне становище, головною метою стратегії є збереження дійсних результатів діяльності на якомога довший термін. Для реалізації стратегії стабілізації активно використовують економію витрат, аналіз зовнішніх ризиків та розроблення антикризових програм.
Стратегія виживання	Стратегія виживання використовується в умовах соціально-економічної кризи та інфляції, компанії на даному етапі потрібно пристосуватися до кризових умов та за потреби скоротити масштаби діяльності. Для реалізації стратегії виживання використовують: організаційну санацію (зміна організаційної структури підприємства та оптимізація кадрів), фінансову санацію (підвищення ліквідності бізнесу та управління заборгованості, продаж неліквідного, збиткового майна), ліквідація або часткове скорочення бізнесу (скорочення збиткових структурних підрозділів з метою зменшення витрат та з подальшою перспективою на відновленні діяльності).

Можна зробити висновок, що розробка стратегії діяльності підприємства є важливим інструментом для забезпечення конкурентоспроможності на ринку в умовах невизначеності та ризиків. Вона являє собою комплекс дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей, раціональне використання ресурсів та отримання максимальної прибутковості в майбутньому [3, 4]. На різних етапах життєвого циклу бізнесу використовуються окремі види стратегій.

Варто зазначити, що методи, які використовують у стратегічному управлінні, відрізняються спрямованістю від методів, застосовуваних при антикризовому управлінні. При стратегічному менеджменті горизонт планування є довгостроковим, а при антикризовому – навпаки, головна увага приділяється поточному плануванню та виходу з кризової ситуації, визначенню тактики та механізму її реалізації.

Стратегія антикризового управління підприємством – це комплекс прийнятих рішень, що дозволяють оцінити, проаналізувати й виробити необхідну систему дій для стабільної роботи підприємства з метою мінімізації впливу кризи [3]. У центрі антикризової стратегії управління може бути будь-яка мета: виживання, забезпечення конкурентоспроможності, задоволення потреби клієнтів тощо. Але головною метою антикризового управління є забезпечення стабільної діяльності всіх департаментів компанії, узгодження елементів мікроекономічної системи. Особливістю антикризового стратегічного управління є миттєве реагування на загрози та швидкість прийняття управлінських рішень без тривалих погоджувальних

процедур, тобто завдяки створенню ефективних програм антикризового управління рішення можуть прийматися нижніми ланками управління, минаючи вищі рівні.

Для того, щоб проаналізувати практичний досвід українських сільськогосподарських підприємств, потрібно розглянути загальну ситуацію, яка склалася на ринку, та проаналізувати фактори, що впливали на діяльність підприємств. Вітчизняні агропідприємства показували динамічне та стабільне зростання впродовж років, у 2022 році прогнозували рекордні розміри врожаю, але у зв'язку з повномасштабним вторгненням за прогнозом КМУ, врожай знизиться на 39,7 %, що складає 51,9 млн тонн, в порівнянні з 86 млн тонн у 2021 році. Однак, попри всі зусилля українських фермерів у збереженні та засадженні нових сільськогосподарських культур, у 2023 році збори урожаю знизяться ще на 13,3% – до 45 млн тонн [7, 8].

На сучасному етапі цивілізаційного розвитку сільськогосподарські підприємства функціонують під впливом таких чинників як: збільшення попиту на продовольчі товари; погіршення структури земельного фонду; погіршення екологічної ситуації; розвиток нових технологій виготовлення, зберігання та транспортування сільськогосподарської продукції.

До позитивних наслідків глобалізації належать: посилення міжнародної конкуренції, що збільшує продуктивність виробництва на світовому рівні та змушує підприємства постійно покращуватись, щоб відповідати новим викликам сучасності; економія у масштабах виробництва, що є один з кроків до сталого економічного зростання та зниження витрат; доступ до інформації, що покращує ринкові дослідження та дозволяє краще визначити кон'юнктуру ринку [5, 6]. Крім цього, глобалізація у агропромисловому секторі призводить до орієнтації на міжнародні ринки та збільшенню експорту продукції на нові ринки.

Усі ці чинники є глобалізаційними викликами. Це провокує інтеграцію на підприємствах горизонтальних та вертикальних структур, впровадження інновацій та діджиталізацію, що допомагає адаптуватися до невизначених та динамічних умов. Пандемія вплинула на стан агропідприємств та спричинила порушення ланцюгів поставок, зменшила попит на продукцію, так як обмеження на подорожі по всьому світу й обмеження, пов'язані із карантинном, у найбільших країнах – торгових партнерах України впливають на споживання та витрати [5, 6].

Загальною тенденцією агропідприємств є переорієнтація на олійні культури, ярий ячмінь, яру пшеницю, горох, овес, гречку, а посіви кукурудзи навпаки зменшити. Головними причинами зміни сільськогосподарських культур є складнощі у логістики, учасники ринку не розраховують на ефективне функціонування «зернової угоди», тому фермери розраховують на інший логістичний шлях – олієпровід, який повинен запрацювати у 2023 році. Заплановано транспортувати українську олію з польських портів до третіх країн. Планова потужність олієпроводу до 2 млн тонн олії на рік. Фермери почали більше вирощувати соняшник, так як його простіше транспортувати. Соняшник значно дорожчий за кукурудзу та загальний об'єм зібраного соняшника буде менший, ніж у кукурудзи [7, 8].

Для того, щоб проаналізувати варіанти стратегічного розвитку агропромислових компаній, потрібно розглянути практичні ситуації українських компаній.

Компанія «МХП» має диверсифіковану структуру бізнесу, яка включає в себе організацію птахівництва (виробництво яєць і м'яса птиці), виготовлення кормів для птиці та реалізацію продукції у власній роздрібній мережі та мережах партнерів. Окрім цього, компанія активно використовує свій земельний банк площею 380 000 га та впроваджує у практичну діяльність інноваційні біогазові проекти. Через військове вторгнення МХП втратило 1200 га землі, більша частина площі залишилася на заході країни. Було знищено один з найбільших складів зберігання курятини. Для того, щоб вийти із кризової ситуації, МХП збільшила експорт курятини за кордон і до кінця 2022 року планувала відновити виробництво м'яса до 100% потужностей. При цьому ціна курятини у серпні 2022 року склала \$2/кг, що на 12% більше, ніж за аналогічний період 2021 року [7, 8]. На початку війни, для проведення посівної кампанії, рада директорів МХП вирішила не виплачувати фінальні дивіденди. Це допомогло компанії зберегти ліквідність та підтримувати поточну діяльність. Також підприємством було залучено кредит в розмірі 24 млн євро від Європейського банку реконструкції та розвитку. Додаткові кошти для проведення вдалої посівної дозволили фінансувати потреби МХП в обігових коштах для рослинного підрозділу. Топ-менеджмент холдингу продовжує діяти в межах стратегічного плану, який був узгоджений ще до початку повномасштабного вторгнення. Незмінною стратегією є трансформація із сировинного в кулінарне підприємство. Це рішення обумовлено цілим комплексом факторів: зміна споживчих вподобань у бік екологічного та здорового харчування, а також це покращить бачення компанії інвесторами.

Підприємства, які займаються виробництвом м'яса торгують на біржі із мультиплікатором не більше 10 EBITDA, у той час як мультиплікатори сервісних компаній доходять до 20-30. МХП торгується на Лондонській біржі з мультиплікатором 4,94. Для порівняння: британська Cranswick, яка ще у 1980-х перейшла з розряду сільгоспкомпаній у виробники продуктів харчування, інвестори оцінюють у 10,76 EBITDA, зазначає засновник інвестиційної групи Blackshield Capital Максим Корецький. Інша британська компанія, Tate & Lyle, 2010 року повністю відмовилася від цукрового бізнесу, сконцентрувавшись на виробництві інгредієнтів для продуктів харчування. Її мультиплікатор на біржі досяг 8,28 [7, 8].

Командна робота набуває вирішального значення у впровадженні стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств в умовах глобалізаційних змін та нестійкого ринкового середовища.

Топ-менеджментом сільськогосподарських підприємств були впроваджені наступні параметри: саморозвиток кожного працівника, створення механізмів соціального контролю, підвищення рівня саморегуляції та самостійності поведінки кожного працівника, впровадження проектного менеджменту в організаційну структуру компанії. Завдяки наведених параметрів підвищується гнучкість та вдосконалюється розвиток людського ресурсу підприємства. В умовах потужної кризи великі сільськогосподарські холдинги з вертикальною структурою виробництва впроваджують тісну взаємодію між департаментами для досягнення синергії. Гарним прикладом є компанія МХП, де завданням менеджерів є організація такої роботи, щоб виробництво птиці не втрачало ефективності, а для цього потрібна тісна взаємодія усіх підрозділів. Завданням рослинного департаменту є забезпечення сировиною кормового департаменту, який в подальшому забезпечує кормами птахофабрики. Вертикально інтегровані бізнес-моделі МХП забезпечують висококонкурентну базу витрат у порівнянні з аналогами в індустрії, посилений контроль якості та підвищену біобезпеку, значно знижуючи залежність від постачальників та фермерів та зменшуючи схильність до волатильності цін на сировину. Важливо відзначити, що бізнес-моделі також підтримують циркулярну економіку та ліквідацію відходів у процесі виробництва м'яса птиці. На кожному етапі виробництва відходи та субпродукти вилучаються та перетворюються на продукцію, яка використовується безпосередньо в рамках компанії або продається третім особам.

Генеральний директор агрохолдинг «ІМК» Алекс Ліссітса, який також є президентом асоціації «Українського клубу аграрного бізнесу» зазначив, що з травня розпочався експорт сільгосппродукції. Активи холдингу знаходяться у Полтавській, Сумській та Чернігівській області, тож вартість перевезення від Чернігова до Чопа від 80–120 дол./тонна, раніше повний цикл перевезення продукції коштував близько 25 доларів за 1 тону, більшу частину маржі підприємство витрачає на логістику. Обсяги перевезення склали у травні – 10 000 т із запланованих 100 000 т, у вересні 35 000 т із 100 000 т запланованих, що також говорить про повільну роботу зернової угоди та недостатньо ефективну роботу Укрзалізниці [7, 8]. Агрохолдинг «ІМК» розпочав співпрацю зі швейцарською компанією OneSoil у сфері дослідження та розробки польової аналітики та цифрового сільського господарства. Завдяки цій співпраці холдинг розпочав застосування технології диференційованого внесення ТМЦ (насіння, добрив, засобів захисту рослин тощо). Станом на 2022 рік дані технології використовуються на 20% площі земельного банку «ІМК». У планах керівництва збільшити площі для застосування технології ТМЦ щонайменше вдвічі, за попередніми оцінками 45% полів холдингу придатні для цього. CEO компанії прогнозує, що наступний рік буде ще гірший, очікується всесвітній тренд на зниження вартості агропродукції, що може стати вищою для агропідприємств. Логістика в Україні була набагато дешевша, що було конкурентною перевагою українських експортерів, раніше логістичні витрати на 1 т. становили 25 дол., а зараз 200 дол. на 1 т. Також збільшилася ціна страхування та перестрахування. Конкуренти з Латинської Америки виграють у порівнянні з українськими фермерами через використання ГМО, а також наразі вигіднішої логістики [7, 8].

Сучасною реальністю є зміна часового проміжку планування з 18 місяців до 2 тижнів. Підприємства галузі мають значні проблеми з обіговими коштами, яких не вистачить на посівну в 2023 році. Президент асоціації «Українського клубу аграрного бізнесу» зазначає, що є проблеми з підтримкою від західних партнерів у сфері кредитування, так як закордонні банки почали зменшувати кредитні ліміти з початку березня, через військові дії в Україні, а також перестали надавати в кредит насіння та добрива. Державних кредитних програм, таких як програма 5-7-9, виявляється недостатньо, оскільки максимальний обсяг кредиту становить 60 млн грн, що для таких компаній як HarvEAST та ІМК недостатньо. Державні кредитні програми не вирішують проблем, але надають можливість довше залишатися у стабільному стані без розвитку та інвестицій [7, 8].

Компанія, яка змогла швидко адаптуватися до умов воєнного часу – «Астарта». Завдяки стратегії диверсифікації бізнесу та власної переробки, топ-менеджменту вдалося компенсувати втрати від блокування портів завдяки широкому асортименту продукції, що перероблюється в Україні і в подальшому реалізується на вітчизняному ринку. Продуктами, які забезпечили фінансову стабільність компанії, стали: молоко, цукор і продукти переробки сої, які використовували як корми для тварин. «Астарта» продовжує дотримуватися принципів сталого розвитку у процесі переробки сої і використовувати більш екологічний вид палива – біогаз. Враховуючи ціну на газ в країнах Європи, це є безперечною перевагою української компанії. Задля підтримання фінансової стабільності, збільшенню обігових коштів та уникненню ризиків руйнування активів холдингу були призупинені масштабні інвестиційні проекти. Але враховуючи позитивну динаміку збору урожаю та покращення логістичних можливостей, топ-менеджмент вже розглядає інвестиції в масштабні проекти. Наразі здійснюється вкладення коштів у проекти лише для підтримки безперервності виробничого циклу. Серед проектів, у які продовжують вкладати кошти – будівництво нової технологічної лінії поглибленої переробки сої. У перспективі можна продовжити ланцюг переробки та виробляти харчові соєві білки – концентрати та ізоляти для всіх галузей харчової промисловості. Це допоможе підвищити конкурентоздатність і збільшити здатність пережити війну і подолати кризу. Сфери поглибленої переробки сільськогосподарської продукції та біоенергетики є пріоритетними розвитками холдингу [7, 8].

Компанія «Кернел» – найбільший в Україні виробник олії, продовжує збільшувати площу земель під зрощуванням. Було інвестовано у 6 фронтальних дощувальних машин, які зможуть зрошувати 600 га

земель, загалом у компанії буде 2800 га зрошуваних земель. Це є одним із кроків для боротьби з глобалізаційними викликами, а саме посухами та деградаціями земель, а також системи зрошення використовуються для диверсифікації ризиків насінневих компаній. Інвестиції у зрошувальні системи дозволяють здобути незалежність від виробників ЄС шляхом розширення власного насінницького напрямку. Також було переміщено з Харківської до Полтавської області структурний підрозділ підприємства – виробництво соняшникової олії під ТМ «Стожар» [7, 8]. «Кернел» для підвищення ліквідності в середньостроковій перспективі та для підтримки фінансової стабільності продала 134 000 га землі з інфраструктурою, технікою та обіговими коштами своєму найбільшому акціонеру Андрію Веревському. Кошти, отримані від продажу землі, використовуватимуться для погашення боргу компанії.

Одним з найважливіших елементів розробки стратегії розвитку підприємства є командна робота. Війна привнесла значні зміни у стратегічне управління, правління компаній починають масово впроваджувати організаційні структури, які складаються не з 1000 людей, а зі 100 динамічних та гнучких команд [9, 10].

Для того, щоб уникнути розбіжностей у розумінні управлінських задач топ-менеджерам потрібно обговорювати рішення з іншими членами команди та приймати групові рішення. Важливо залучати команду із самого початку формування стратегії підприємства. Завдяки участі колективу буде підвищуватися мотивація та відповідальність співробітників, залученість команди до опанування нових навичок та досвіду колег і покращення корпоративної культури [9, 10]. При колективному плануванні покращуються не лише професійні навички фахівців, а й особистісні якості, такі як емоційний інтелект. Крім того, залучення команди вже на етапі планування стратегії дозволить делегувати завдання між учасниками. У наслідок цього, підвищується ефективність планування, знизиться завантаженість вищого керівного складу, пришвидшиться формування стратегії. Значущим фактором буде формування статусу команди для того, щоб сформулювати спільну мету. В умовах глобалізаційних змін важливо визначити чітку роль кожного менеджера та надати повний спектр можливостей для співпраці. Варто зазначити, що команда може використовувати ширший інструментарій, ніж окрема людина, при залученні різнопрофільних фахівців збільшується можливість появи нестандартних ідей та способів їх втілення, до того ж кожна ідея детально обговорюється, що значно зменшує ймовірність помилок [9, 10]. Погляд зі сторони дозволяє уникнути похибок при опрацюванні певних управлінських завдань. Також завдяки поєднанню в команді працівників різного посадового рівня зменшується зовнішній вплив на прийняття рішень. Отже, застосування командної роботи у розробці стратегії розвитку підприємства є сучасною тенденцією, яка дозволяє підвищити швидкість, точність та ефективність роботи компанії.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальшого розвитку

Можна зробити висновок, що стратегічне управління аграрними підприємствами – це комплекс заходів з попереднім аналізом сильних і слабких сторін, а також чинників внутрішнього та зовнішнього середовища аграрного підприємства, які спрямовані на реалізацію поставлених задач і пов'язані з високою ефективністю діяльності, що здійснюється на засадах інтенсифікації процесів. Розробка стратегії діяльності підприємства є важливим інструментом для забезпечення конкурентоспроможності на ринку в умовах невизначеності та конкуренції. Вона являє собою комплекс дій, спрямованих на досягнення поставлених цілей, раціональне використання ресурсів та отримання максимальної прибутковості в майбутньому. В сучасних умовах особливо важливо постає питання максимізації зусиль в управлінській діяльності та швидкому реагуванню на зміни, головним елементом сучасного стратегічного менеджменту є командна робота, адже завдяки цьому збільшується ефективність, скорочується час на розробку стратегії та знижується ймовірність похибок, до того ж таким чином формується корпоративна культура, яка є невід'ємним елементом сучасного менеджменту.

Важливе значення в процесі стратегічного управління має прийняття рішень шляхом використання SWOT-аналізу, при якому зростає роль керівника-стратега, який розробляє стратегію розвитку підприємства.

Варто зазначити, що методи, які використовують у стратегічному управлінні відрізняються спрямованістю від методів, які використовуються при антикризовому управлінні. При стратегічному менеджменті горизонт планування є довгостроковим, а при антикризовому навпаки, головна увага приділяється поточному плануванню та виходу з кризової ситуації, визначенню тактики та механізму її реалізації.

Отже, проаналізувавши стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств, можна визначити комплекс проблем та варіантів їх вирішення. Головною проблемою для більшості підприємств галузі є нестача обігових коштів та згорання міжнародних кредитних програм. Проблеми з ліквідністю спричинені низьким обсягом продажів та подорожчанням логістики. Для того, щоб отримати більший прибуток, фермерам потрібно переорієнтуватися на олійні культури, ярий ячмінь, яру пшеницю, горох, овес, гречку, а посіви кукурудзи – навпаки зменшити. У результаті аналізу стратегій підприємств агропромислового сектору було визначено, що позитивні результати діяльності мають компанії, які займаються переробкою продукції. Вони мають меншу залежність від логістики та отримують додану вартість за рахунок експорту

вже переробленої продукції. Також інвестування у зрошувальні системи дозволяє здобути незалежність від виробників ЄС шляхом розширення власного насінницького напрямку. Загальні тенденції сільськогосподарських підприємств показують збільшення інвестицій у діджиталізацію та технологізацію виробництва, що відповідає глобалізаційним змінам та підвищує конкурентоспроможність вітчизняних гравців на міжнародному ринку. Особливої уваги заслуговують холдинги, такі як МХП, які мають вертикальну структуру. Така диверсифікована модель виробництва є прикладом для наслідування іншими підприємствами галузі. Стратегічно важливим завданням є переорієнтація із суто сировинних підприємств у переробні.

Література

1. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз : навч. посібник. Київ : Алерта, 2006. 404 с.
2. Саблук П.Т. Аграрна економіка і політика в Україні: підсумки минулого і погляд у майбутнє. Київ : Інститут аграрної економіки, 2001. 484 с.
3. Семенов А.Г. Розвиток стратегічного управління в акціонерних товариствах : монографія. Запоріжжя : ГУ ЗІДМУ, 2007. 520 с.
4. Судомир С.М., Герчанівська С.В. Стратегічне управління розвитком підприємства. Агросвіт. 2011. № 13/14. С. 33–35.
5. Петасюк О.І. Глобалізаційний розвиток 2022: виклики та прогнози. Світ наукових досліджень. 2022. Випуск 7. URL: <https://www.economy-confer.com.ua> (дата звернення: 06.03.2023)
6. Шевченко О. Глобальні виклики сучасності: проблема класифікації та пріоритетизації. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. 2017. № 1. С. 137-153. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mvckrc_2017_1_16 (дата звернення: 06.03.2023)
7. Новий харчовий ланцюг Юрія Косюка. URL: <https://forbes.ua/richest/transformatsiya-kosyuka-18022021-1044> (дата звернення: 07.03.2023)
8. Стало відомо, у скільки обійдеться сушіння кукурудзи цього року. URL: <https://latifundist.com/novosti/60018-stalo-vidomo-u-skilki-obijdetsya-sushinnya-kukurudzi-tsogo-roku> (дата звернення: 07.03.2023)
9. Оленіч А.В., Шацька З.Я. Формування та розвиток проектної команди в сучасних умовах. URL: https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Shatskaya2015060403.pdf
10. Важливість роботи в команді та співпраці. URL: <https://www.freeconference.com/uk/blog/the-importance-of-teamwork/> (дата звернення: 08.03.2023)

References

1. Hordiienko P. L. Stratehichnyi analiz : navch. posibnyk. Kyiv : Alerta, 2006. 404 s.
2. Sabluk P.T. Ahrarna ekonomika i polityka v Ukraini: pidsumky mynuloho i pohliad u maibutnie. Kyiv : Instytut ahrarnoi ekonomiky, 2001. 484 s.
3. Semenov A.H. Rozvytok stratehichnoho upravlinnia v aktsionernykh tovarystvakh : monohrafiia. Zaporizhzhia : HU ZIDMU, 2007. 520 s.
4. Sudomyr S.M., Herchanivska S.V. Stratehichne upravlinnia rozvytkom pidpriemstva. Ahrosvit. 2011. № 13/14. S. 33–35.
5. Petasiuk O.I. Hlobalizatsiinyi rozvytok 2022: vyklyky ta prohnozy. Svit naukovykh doslidzhen. 2022. Vypusk 7. URL: <https://www.economy-confer.com.ua> (data zvernennia: 06.03.2023)
6. Shevchenko O. Hlobalni vyklyky suchasnosti: problema klasyfikatsii ta priorytezatsii. Mizhnarodni vidnosyny, suspilni komunikatsii ta rehionalni studii. 2017. № 1. S. 137-153. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mvckrc_2017_1_16 (data zvernennia: 06.03.2023)
7. Novyi kharchovyi lantsiuh Yurii Kosiuka. URL: <https://forbes.ua/richest/transformatsiya-kosyuka-18022021-1044> (data zvernennia: 07.03.2023)
8. Stalo vidomo, u skilky obiidsia sushinnia kukurudzy tsoho roku. URL: <https://latifundist.com/novosti/60018-stalo-vidomo-u-skilki-obijdetsya-sushinnya-kukurudzi-tsogo-roku> (data zvernennia: 07.03.2023)
9. Olenych A.V., Shatska Z.Ia. Formuvannia ta rozvytok proektnoi komandy v suchasnykh umovakh. URL: https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Shatskaya2015060403.pdf
10. Vazhlyvist roboty v komandi ta spivpratsi. URL: <https://www.freeconference.com/uk/blog/the-importance-of-teamwork/> (data zvernennia: 08.03.2023)

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-16>

УДК 911.76338.48

Людмила ДЕМИДЧУК

Львівський торговельно-економічний університет

<https://orcid.org/0000-0001-8718-0996>

e-mail: ludalv.ua@gmail.com

ВИРОБИ НАРОДНИХ ХУДОЖНІХ ПРОМИСЛІВ І СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ ЯК СКЛАДОВІ РИНКУ ЛОКАЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА, РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

У статті проаналізовано проблеми ринку виробів народних художніх промислів і сувенірної продукції, оскільки за час дослідження ринкової економіки дуже мало уваги було приділено цим локальним ринкам. Незважаючи на те, що саме ці ринки мають одне з вирішальних значень у доведенні товарів та послуг глобальних та національних ринків до кінцевого споживача – їх дослідження було нівельовано у вирішенні суто регіональних проблем. У той самий час на локальних ринках вирішується переважна більшість проблем, які тісно пов'язані з задоволенням повсякденних потреб людини. Вироби народних художніх промислів регіону можуть бути використані для створення брендів території, що позитивно позначиться на іміджі регіону загалом, тобто за суттю є локальним товаром (продукцією), що виготовляється з місцевих (здебільшого природних матеріалів) переважно ручним способом і реалізується, як правило, на території визначеного географічного регіону. Їх виготовлення характеризується дрібносерійним виробництвом, відсутністю складного та енергоємного обладнання, а також тим, що мала серія або кожен виріб та послуга мають особливості індивідуального виготовлення, властиві майстру чи ремісничому колективу.

Ключові слова: локальний споживчий ринок, локальний товар споживчого призначення, виріб народних художніх промислів, сувенір, сувенірна продукція.

Liudmyla DEMYDCHUK

Live University of Trade and Economics

HANDICRAFTS AND SOUVENIRS AS COMPONENTS OF THE LOCAL PRODUCTION, RETAIL AND HOSPITALITY MARKETS

The article analyzes the problems of the market of handicrafts and souvenir products, since very little attention was paid to these local markets during the study of the market economy. Despite the fact that these markets have one of the decisive values in bringing goods and services of global and national markets to the final consumer - their research has been leveled in the solution of purely regional problems. At the same time, local markets solve the vast majority of problems that are closely related to the satisfaction of everyday human needs.

The relevance of the problem of local markets lies in the fact that very little attention has been paid to local markets during the entire period of market economy research. In the Carpathian region of Western Ukraine, due to many circumstances and the specifics of the geographical natural environment, a specific way of life and methods of household management were formed over the centuries, an essentially unique culture and artistic traditions were preserved, which were embodied in the development of folk arts and crafts.

In Ukraine, folk arts and crafts are an integral part of national culture, which has absorbed the characteristics of individual ethnographic regions. They create a peculiar specificity in the tourism industry, in particular, such a type as industrial tourism. A characteristic feature of industrial tourism of folk crafts is the need to create a systematized list (cadastre) of its objects, which is necessary for the development of a tourist passport of the route. The products of folk arts and crafts of the region can be used to create brands of the territory, which will have a positive effect on the image of the region in general, that is, in essence, it is a local product (product), which is made from local (mostly natural) materials mainly by hand and is sold, as a rule, on territory of a defined geographical region.

Keywords: local consumer market, local consumer goods, product of folk artistic crafts, souvenir, souvenir products.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В епоху розвитку глобалізації питання збереження національних особливостей постає особливо гостро. Особливою формою матеріального вираження унікальної культурно-історичної спадщини є народні художні промисли (далі – НХП) [1]. Незважаючи на наявний історичний досвід, жодної думки серед наукової спільноти щодо сутності НХП не існує. У Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р., наприклад, говориться, що промисли – це універсальна цінність, що є важливою частиною культурної спадщини народу України та ресурсом для розвитку культури та освіти в країні [2]. Ця стратегія ґрунтується на визнанні НХП як найважливішого інструменту розвитку сучасної вітчизняної культури, основою етнокультурної самоідентифікації та активізації творчого потенціалу народів України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Одночасно НХП вважається галуззю промисловості, яку іноді називають «художньою промисловістю». Підприємства галузі представлені у кількох категоріях [3]:

а) підприємства, розташовані у так званому «традиційному середовищі побутування промислу», тобто на території, в межах якої історично склався та розвивається відповідно до самобутніх традицій промисел, існує його соціально-побутова інфраструктура і наявні необхідні сировинні ресурси (наприклад, виробли з глини, берести, дерева, текстилю тощо);

б) підприємства, пов'язані із заводським способом виробництва історично (наприклад, виробли з кришталю, фарфору тощо). Індивідуальні майстри, які виготовляють виробли самостійно, також можуть бути віднесені до цієї категорії. При цьому НХП можна охарактеризувати як «вид творчості, здатний стати джерелом формування морально-етичних норм, а також реалізувати виховну та пізнавальну функцію; особлива форма матеріального виробництва унікальних предметів з використанням висококваліфікованої ручної праці з метою подальшої реалізації та отримання прибутку» [4].

В даний час на території Закарпаття існує до десятка видів виробництв народних художніх промислів, основним з яких є ткацтво та валяння, художня обробка дерева та інших рослинних матеріалів. Частки її та інших видів виробництв у загальному обсязі продукції представлені на рис. 1. Чисельність працюючих у всіх організаціях, що виробляють виробли народних художніх промислів, близько 1,5 тис. чол. Крім того, понад 500 майстрів працюють поза організаціями – вдома як індивідуальні підприємці.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Тобто це сфера промислового виробництва, проте заснована вона на застосуванні творчої, переважно ручної праці художників і майстрів. Внаслідок цього оплата та нарахування на неї становлять переважну частину собівартості виробництва виробів НХП. Виробли народних промислів несуть у собі відбиток національного колориту і є частиною культури, що впливає формування іміджу як окремих регіонів та й у цілому. Організації НХП та індивідуальні майстри не просто займаються економічною діяльністю, але є зберігачами унікальних технологій виробництва та традицій, що допомагають підтримувати рівень соціально-культурного розвитку.

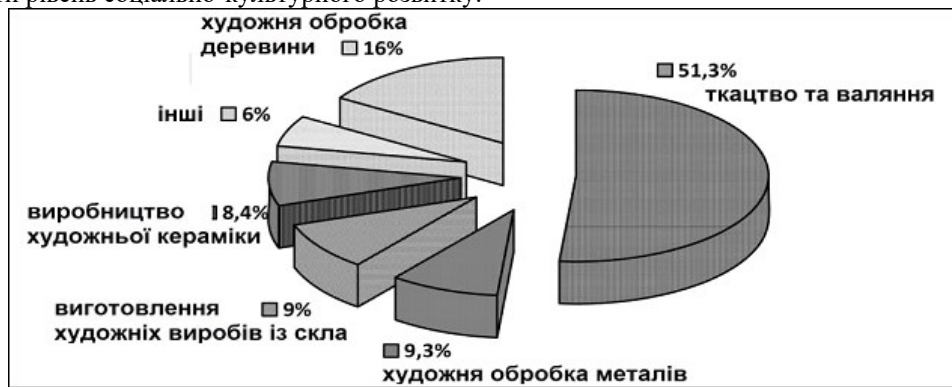


Рис. 1. Структура видів виробництва виробів народних художніх промислів Закарпаття

Джерело: складено за [5]

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз перспектив розвитку ринку виробів художніх промислів і сувенірної продукції в Україні як складової ринку локального виробництва, роздрібною торгівлі та сфери гостинності.

Виклад основного матеріалу

Використання сувенірної продукції та виробів НХП у туризмі, дає підставу розглядати їх як важливий елемент іміджу країни або регіону за рахунок поєднання колориту певної території, де їх виготовлено та придбано, з психологічними емоціями під час та опісля придбання, використання в побуті за утилітарним призначенням. Асортимент такої продукції, виготовленої кустарними, різними за потужностями промисловими виробниками, досить широкий. Загальне групування всієї сукупності цих виробів наведено на рис. 2.

До сувенірів відносять виробли з чітко визначеними ознаками – оригінальні, художньо оформлені у традиційному для місцевості стилі, що відображають національні чи місцеві особливості, видатні події, пам'ятні дати, досягнення науки і техніки, культури, мистецтва тощо. Значна частина сувенірів є продукцією народних художніх промислів, художньої промисловості. Народні художні промисли – одна з історично зумовлених організаційних форм народного декоративно-прикладного мистецтва, яка являє собою товарне виготовлення художніх виробів за обов'язкового застосування творчої ручної праці в товарних сегментах сувенірно-мистецького ринку (корпоративні, подійні, культурно-пізнавального характеру, подарункові, оригінальні, утилітарного призначення тощо).

Незважаючи на те, що історично НХП виникли як ремесло, на даний момент варто розділити це поняття. Так, реміснична діяльність – це вид виробничої підприємницької діяльності, спрямованої на виробництво товарів та послуг, зокрема, за індивідуальними замовленнями, невеликими серіями і

конкретними запитами, задоволення утилітарних, естетичних та інших потреб громадян чи господарюючих суб'єктів. Ремесло характеризується дрібносерійним виробництвом товарів та послуг, відсутністю складного та енергоємного обладнання, а також тим, що мала серія або кожен виріб та послуга мають особливості індивідуального виготовлення, властиві майстру чи ремісничому колективу.

НХП здавалося б і є ремісничою діяльністю. Дійсно, у цих сфер практично одні й самі місця традиційного побутування, перелік видів виробництв, груп виробів та професій, проте вироби НХП завжди мають художню цінність (на відміну продукції майстрів-ремісників). Якщо естетичний аспект підвищується у процесі розвитку ремісничої (або промислової) діяльності, і така продукція набуває все більших художніх властивостей, зберігаючи при цьому утилітарну функцію, такі промисли називаються художніми. Їх виробництво передбачає певну технологію виготовлення із застосуванням творчого варіювання типових зразків відповідно до сформованих традицій даного промислу на даній території.

Вироби НХП регіону можуть бути використані для створення брендів території, що позитивно позначиться на іміджі регіону загалом, тобто, за суттю є локальним товаром (продукцією), що виготовляється з місцевих (здебільшого природних матеріалів) переважно ручним способом і реалізується, як правило, на території визначеного географічного регіону. Їх виготовлення характеризується дрібносерійним виробництвом, відсутністю складного та енергоємного обладнання, а також тим, що мала серія або кожен виріб та послуга мають особливості індивідуального виготовлення, властиві майстру чи ремісничому колективу.

Ознаки класифікації	Види продукції
За тематикою	івент-сувеніри, що символізують фестивалі, свята, події; сувеніри, виготовлені за етнозвичаями; сувеніри, присвячені видатним особистостям краю; сувеніри, пов'язані з певним місцем, що відображають природу, національні та місцеві особливості; сувеніри, пов'язані з якою-небудь датою або подією
За способом використання	декоративно-прикладні, декоративно-утилітарні та власне сувеніри
За видом обробки	з художнім розписом, інкрустацією, вишивкою, гравіюванням, карбуванням, філігранню та ін.
За кількістю виробництва	масові, серійні, штучні, авторські вироби
За ціновою категорією	дешеві, недорогі, дорогі
За образним рішенням	у вигляді брелків, аксесуарів, предметів побуту тощо
За ресурсами	матеріальні, духовні; етнічні
За переважачим матеріалом виробу	сувеніри з дерева різних порід, кори, лози; сувеніри з паперу, картону, пап'є-маше; сувеніри з кераміки; сувеніри з каменю та бурштину; сувеніри зі скла; сувеніри з металу; сувеніри із пластмаси; сувеніри з гуми й каучуку; сувеніри із шкірозамінника, шкіри та хутра; сувеніри з ниток, тканин, пряжі; сувеніри з кістки, рогів, перламутру; комбіновані сувеніри, виготовлені з декількох матеріалів
За промислово-галузевою приналежністю	сувеніри народних художніх промислів; сувеніри художніх промислів; сувеніри легкої промисловості; сувеніри поліграфічної промисловості; сувеніри харчової промисловості; сувеніри кондитерської промисловості; сувеніри тютюнової промисловості; сувеніри лікєро-горілчаной промисловості; сувеніри інших галузей
За місцем виготовлення	петриківський розпис, косівські вироби, опішнянська іграшка та ін.

Рис. 2. Класифікація сувенірної продукції та виробів НХП

Джерело: упорядковано за [4, 7]

Важливим є те, що розвиток галузі НХП може бути одним із факторів економічного зростання та покращення якості життя на сільських територіях (рис. 3).



Рис. 3. Чинники економічного зростання регіону виробництва НХП

Джерело: власна розробка

Тобто НХП можуть стати природними стійкими точками зростання не тільки сільськогосподарських територій, а й малих міст. В цілому, промисли сприяють «добудові» регіональної економіки та окремих її

сегментів до необхідного рівня, за рахунок забезпечення додаткової альтернативної зайнятості та самозайнятості населення, підвищення рівня життя та зниження соціальної напруги. Це особливо актуально для суспільних утворень, де підприємства НХП є містоутворюючими.

Галузь НХП може позитивно вплинути на розвиток регіону, якщо розглядати її не тільки з позиції виробництва, але також як туристичний об'єкт сфери гостинності. Відомо, що одним із інструментів покращення іміджу території та підвищення її конкурентоспроможності є декларування пам'яток (наприклад, історичних подій, що відбулися в даному регіоні, відомих особистостей, природних ресурсів тощо).

Галузь сфери гостинності в даний час однією з таких, які розвиваються найбільш динамічно, а за своїм внеском у світову економіку ринок туристичних послуг можна порівняти тільки з сировинним ринком. При цьому зростання загального обсягу вартості реалізованих населенню турпакетів перевищує 35% [6], а обсяг прибутку, отриманого від культурного туризму близько 25%, і за прогнозами експертів тенденції його розвитку лише зростатимуть [7].

Не слід забувати, що особливу роль тут може зіграти продукція НХП, яка є чудовими сувенірами. Реалізація виробів НХП може здійснюватися як біля самого місця виробництва. Сувенірний ринок регіону має бути заснований на výroбах промислів та іншої місцевої продукції. При цьому туристи, які купують такі товари, отримують не просто сувеніри. Вироби НХП стають нерозривно пов'язаними з уявленням про самобутню культуру регіону, традиціями та способом життя населення, з отриманими тут враженнями. Вироби НХП, що виступають як сувеніри, можуть бути використані для створення психосемантичних зв'язків, стійких асоціацій, на основі яких може бути заснована робота з побудови регіонального бренду товарної продукції та території.

Проте сфера НХП переживає зараз не найкращі часи. З 1990 року в Україні було закрито понад 100 підприємств НХП по всій країні [8], протягом останніх 5 років 15 суб'єктів України припинили випуск виробів промислів [9]. А на підприємствах, що залишилися, середня чисельність працівників і обсяг виробництва скоротилися більш ніж у 15 разів. Негативні тенденції зберігаються і зараз: скорочення обсягів виробництва у порівнянних цінах становить 13-15% на рік, а кожне друге підприємство є збитковим чи низькорентабельним.

У цьому найбільші побоювання викликає навіть падіння економічних показників роботи окремих підприємств, а втрата унікальних виробництв, втрата технологічних секретів, переривання ланцюга наступності поколінь народних майстрів. Для стабільного розвитку НХП необхідним є як вплив на механізми саморегуляції бізнес-процесів, так і активна державна підтримка у популяризації продукції галузі НХП. Вироби НХП не є товарами першої необхідності, тобто само населення регіону неспроможне породити стабільний попит такі товари. Саме тому підтримка цієї галузі, що виражається у т. ч. у пропагуванні її цінності та значущості, має носити системний та постійний характер (банківські, донорські та державні програми).

Організації та індивідуальні майстри НХП при об'єктивно невисокій рентабельності їхньої діяльності часто просто не мають можливості налагодити належним чином збутову, маркетингову, торговельну та просвітницьку діяльність. Залучення державних інститутів стає необхідним у зв'язку з неможливістю задовольнити потреби та мобілізувати необхідні ресурси для підтримки галузі, оскільки її ефективне функціонування без підтримки з боку держави перебуває під питанням.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Перспектива розвитку художніх промислів в Україні є. І серед основних шляхів та засобів розв'язання проблем виокремлюємо наступні:

- надання державної підтримки суб'єктам підприємницької діяльності в галузі народного мистецтва та художніх промислів;
- відновлення матеріально-технічної бази підприємств народних художніх промислів, оснащення їх новітніми технологіями виробництва та будівництво нових;
- формування сучасної національної індустрії виробництва традиційної художньої продукції;
- створення правових умов для соціального захисту майстрів народного мистецтва та художніх промислів;
- підтримка та розвиток народних художніх промислів на селі;
- реалізація комплексу освітніх, культурно-мистецьких програм і проектів у сфері традиційної художньої культури;
- залучення туристичних фірм для популяризації і реклами творів народних художніх промислів.

Як наслідок перерахованого вище, можна відзначити підвищення бази оподаткування, а значить і збільшення доходів регіону. Зрештою, важливу роль відіграє підтримка та розвиток культурних традицій та самобутності регіону, що підвищує його привабливість для туристичного потоку. Загалом розвиток НХП у регіоні сприяє підвищенню рівня популярності та створенню іміджу території, що є важливою передумовою покращення її інвестиційної привабливості та економічного зростання надалі.

Література

1. Поливач К. А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України. К. : Інститут географії НАН України, 2012. 208 с.
2. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року. № 638-р від 01.08.2017 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-%D1%80#Text>.
3. Сауляк Б. Народні промисли та ремесла українців як складова креативних індустрій. Народна творчість та етнологія. 2019. № 4. С. 95–100.
4. Мегела М., Сологуб-Коцан Т. Ремесла та промисли Закарпаття : путівник. Ужгород : Вид-во О. Гаркуші, 2019. 36 с.
5. Ткачук І. Г., Кропельницька С. О., Петруняк А. Д. Кластер народних художніх промислів «Сузір'я»: методика, коментар, поради. Івано-Франківськ : Тіповіт, 2009. 272 с.
6. Говдя Д. Локальний ритейл набирає «вес». Бизнес. URL: <https://biz.liga.net/all/prodovolstvie/article/lokalnyy-riteyl-nabiraet-ves>.
7. Яковенко Н. В. Народні художні промисли як особливий бренд культурного туризму депресивного регіону. Сучасні проблеми сервісу та туризму. 2015. Т. 9. № 4. С. 62–71.
8. Смакоуз А. М., Яременко А. Г., Ковальов Б. Л., Кубатко О. В. Трансформації туристичної галузі як наслідок COVID-19. Вісник СумДУ. Серія «Економіка». 2021. № 1. С. 17–21.
9. Концепція Державної цільової національно-культурної програми розвитку народних художніх промислів на 2022-2025 р. Розпорядження Кабінету України. № 677-р від 15.12.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1677-2021-%D1%80>.

References

1. Polyvach K. A. Kulturna spadshchyna ta yii vplyv na rozvytok rehioniv Ukrainy. K. : Instytut heohrafiy NAN Ukrainy, 2012. 208 s.
2. Pro skhvalennia Kontseptsii Derzhavnoi tsilovoi prohramy rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2022 roku. № 638-r vid 01.08.2017 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-%D1%80#Text>.
3. Sauliak B. Narodni promysly ta remesla ukraintsiv yak skladova kreatyvnykh industrii. Narodna tvorchist ta etnolohiia. 2019. № 4. S. 95–100.
4. Mehela M., Solohub-Kotsan T. Remesla ta promysly Zakarpattia : putivnyk. Uzhhorod : Vyd-vo O. Harkushi, 2019. 36 s.
5. Tkachuk I. H., Kropelnytska S. O., Petruniak A. D. Klaster narodnykh khudozhnikh promysliv «Suziria»: metodyka, komentar, porady. Ivano-Frankivsk : Tipovit, 2009. 272 s.
6. Govdja D. Lokal'nyj ritejl nabiraet «ves». Biznes. URL: <https://biz.liga.net/all/prodovolstvie/article/lokalnyy-riteyl-nabiraet-ves>.
7. Iakovenko N. V. Narodni khudozhni promysly yak osoblyvyi brend kulturnoho turyzmu depresyvnogo rehionu. Suchasni problemy servisu ta turyzmu. 2015. T. 9. № 4. S. 62–71.
8. Smakouz A. M., Yaremenko A. H., Kovalov B. L., Kubatko O. V. Transformatsii turystychnoi haluzi yak naslidok COVID-19. Visnyk SumDU. Seriiia «Ekonomika». 2021. № 1. S. 17–21.
9. Kontseptsiia Derzhavnoi tsilovoi natsionalno-kulturnoi prohramy rozvytku narodnykh khudozhnikh promysliv na 2022-2025 r. Rozporiadzhennia Kabinetu Ukrainy. № 677-r vid 15.12.2021 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1677-2021-%D1%80>.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-17>

УДК 659.2

Вікторія ЄВТУШЕНКО

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
<https://orcid.org/0000-0002-7764-2277>
e-mail: y.a.evtushenko@karazin.ua

Тетяна ШУБА

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
<https://orcid.org/0000-0002-7163-2721>
e-mail: shubatiana11@gmail.com

Лілія ЦВЯТКО

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
e-mail: tsviatko2019.8400216@student.karazin.ua

Діана ПОПКОВА

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
e-mail: popkova2019.8400044@student.karazin.ua

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена проблемі дослідження стану та перспектив розвитку ринку логістичних послуг в Україні. Доведено важливість технологічних інновацій в сфері транспортних перевезень для розвитку цієї сфери. Проаналізовано обсяги перевезених вантажів в Україні за 1995–2020 рр. Проведено порівняльний аналіз стану логістичних послуг України та європейських країн. Виявлені світові тенденції розвитку логістики, а саме 3D-візуалізація.

Ключові слова: транспортні перевезення, логістичні послуги, транспорт, вантажні перевезення, ринок послуг.

Victoria YEVTUSHENKO, Tetiana SHUBA,

Liliya TSVIATKO, Diana POPKOVA

V. N. Karazin Kharkiv National University

THE STATE AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE LOGISTICS SERVICES MARKET IN UKRAINE

The article is devoted to the problem of researching the state and prospects for the development of the logistics services market in Ukraine. The importance of technological innovations in the field of transportation for the development of this field has been proven. The volumes of transported goods in Ukraine for 1995–2020 were analyzed. A comparative analysis of the state of logistics services in Ukraine and European countries was carried out. World trends in the development of logistics are revealed, namely: 3D visualization. This is a program that allows you to show the correct methods of storing cargo in vehicles. Blockchain. The logistics order monitoring system is being tested for the third year already. Robots and drones. Many companies have been testing delivery of pizza to end consumers with the help of robots. Unmanned transport and electric transport. 3D printing on a 3D printer. For many products, the need for transportation will disappear, it will be possible to send a 3D model by mail and print these products at home. The main obstacles to the development of logistics in Ukraine are highlighted, namely: the increase in the cost of fuel materials, high interest rates on loans, gaps in domestic legislation, high international requirements for rolling stock, non-compliance of the quality of roads with European standards, the density of the road network by 2–3 times lower than in the EU and the USA. It was concluded that one of the main problems of this area is the lack of a strategic development plan at the state level. This has led to a lack of understanding of trends in this area of the economy, which hinders medium- and long-term planning. Thus, a downturn in one or another sector of the economy can negatively affect the transport sector that serves it.

Keywords: transportation, logistics services, transport, cargo transportation, service market.

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

Сфера логістики є однією з найбільш перспективних напрямків розвитку. В Україні є певний потенціал, який необхідно розвивати шляхом дослідження та вдосконалення транспортних систем, інфраструктури, підвищення кваліфікації відповідних кадрів, запровадження розвинених інформаційних технологій.

Аналіз досліджень та публікацій

Для написання статті було використано спеціалізовану наукову та навчальну літературу з питань дослідження логістичної сфери. До вітчизняних науковців, роботи яких присвячені вивченню логістики, відносяться Крикавський Є. В. [4], Коніщева Н. Й. [8], Пономарьова Ю. В. [7], Кальченко А.Г. [6], Тридід О. М. [5] та інші.

Виклад основного матеріалу

Судячи зі світового досвіду та сучасних тенденцій розвитку світового ринку логістичних послуг, Україна перебуває на етапі становлення та інтеграції галузі та значно поступається західним країнам за якістю та складністю послуг. За прогнозами, до 2024 року світовий ринок логістичних послуг буде щорічно зростати з CAGR 7,5% в грошовому вираженні і 6% в кількісному. Той факт, що зростання буде більш активним в грошовому вираженні, свідчить про те, що вартість логістичних послуг буде збільшуватися.

Основною рушійною силою якісного розвитку світового логістичного ринку є інвестиції в технологічні інновації. Мова йде про автоматизоване вантажно-розвантажувальне обладнання, причепи, GPS, програмне забезпечення для управління складом тощо. А також про інші технології, які допомагають компаніям більш ефективно управляти бізнесом логістичних послуг.

Подальше формування та розвиток української багатосистемної економіки має супроводжуватися інтенсивним розвитком ринку транспортно-логістичних послуг, створенням конкурентного середовища у сфері вантажних перевезень та міжнародних вантажних перевезень, серйозними змінами в системі організаційно-економічних відносин між учасниками транспортного процесу, і водночас посилення тенденції світової економічної інтеграції [14].

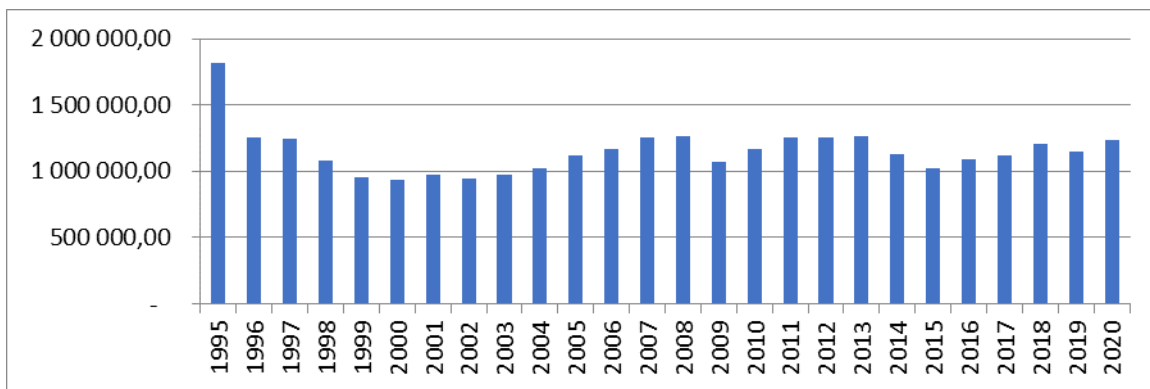


Рис. 1. Обсяг перевезених вантажів в Україні за 1995–2020 рр. (тонни) [3]

В економічно розвинених країнах логістика десятиліттями вважається важливою частиною національної економіки, і це має сенс. За оцінками, світовий ринок логістичних послуг перевищує 5 трлн дол. США і щорічно зростає на 4-5% [11].

Ринок логістичних послуг України був створений на початку 90-х років. Одними з початківців на ньому були такі іноземні компанії, як «United Parcel Service» (UPS) (США), «Thomas Nationwide Transport» (TNT) (Нідерланди), «Schenker-Billspedition Transport Logistics» (Schenker-btl) (Німеччина/Швеція).

Однією з найбільш важливих факторів економічного розвитку країни є складова логістики в структурі ВВП країни, або макроекономічний індикатор.

В середньому, в розвинених країнах логістична складова у ВВП на рівні 10–15 %, а в добре організованих економіках цей показник є ще нижчим.

Наприклад, в країнах ЄС і США логістичні витрати складають на рівні 12–16% ВВП, у Китаї – 26%, у Японії – 6% [11].

Що стосується України, то більшість експертів співвідносять економіку країни з рівнем країн «третього світу», у яких логістичні витрати можуть досягати 40 % від обсягу ВВП. Через своє вигідне географічне положення, вона є транзитною країною і саме цьому повинна мати значний логістичний потенціал.

Ринок логістики України включає декілька напрямків вантажоперевезень: залізничні, водні, автомобільні, авіаційні. Попри те, що більша частина вантажів поки що відправляється залізницею, кількість таких перевезень постійно зменшується. Водночас частка автотранспорту зростає.

За результатами аналізу фахівців ємність вітчизняного логістичного ринку досягає 300 млрд євро, але зараз такий логістичний потенціал України використовується лише на 300 млн євро [13]. Відбувається це через те, що фактично Україна виявилася не готовою до трансформації від централізованого до ринкового типу економіки. Таким чином, в Україні не звертають достатньої уваги на розвиток логістичної інфраструктури – базису логістичного потенціалу країни.

Слід зазначити, що однією з основних проблем розвитку логістичного потенціалу є порти. Це найбільш проблемні місця у підвищенні коефіцієнту транзитності країни. Зараз це стало більш очевидно, оскільки у світі стали набувати популярності мультимодальні перевезення через використання контейнерів міжнародних стандартів.

Також у рейтингу Всесвітнього банку за показником ефективності логістики (Logistics Performance Index — LPI) в 2018 р. Україна зайняла 69 місце із 155 країн. До країн-лідерів, що увійшли в першу десятку,

відносяться Німеччина, Нідерланди, Швеція, Бельгія, Сінгапур, Велика Британія, Японія, Австрія, Гонконг (Китай), США.

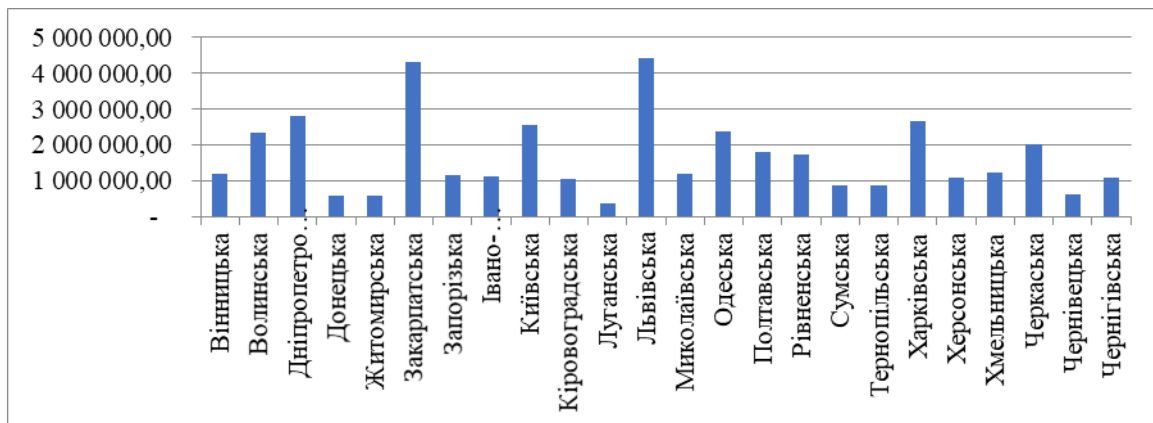


Рис. 2. Вантажні перевезення автомобільним транспортом по регіонах України у 2021 році (тис. ткм) [3]

Для визначення показника ефективності логістики оцінювалися 7 параметрів:

- Діяльність митної служби – наша країна зайняла 95-е місце;
- Інфраструктура – 105-е,
- Міжнародні перевезення – 81-е,
- Компетентність логістики – 70-е,
- «Трекінг та трейсинг» (фіксування й відстеження шляхи) – 54-е,
- Своєчасність доставки – 55-е.

Міжнародні наземні вантажні перевезення зручні для вантажних перевезень на короткі відстані між країнами одного континенту, швидкість відносно велика. Можна використовувати різні способи транспортування залежно від типу вантажу, і маршрути можна швидко змінювати. Завдяки конфігурації консолідації мати певну вагу вантажу та оптимізувати вартість транспортування. Однак, хоча цей спосіб вантажного транспорту має багато переваг, він також має недоліки: людський фактор, погодні умови, обслуговування доріг, залежність від вартості палива тощо. Ціни на пальне протягом останнього року мають тенденцію до зниження.

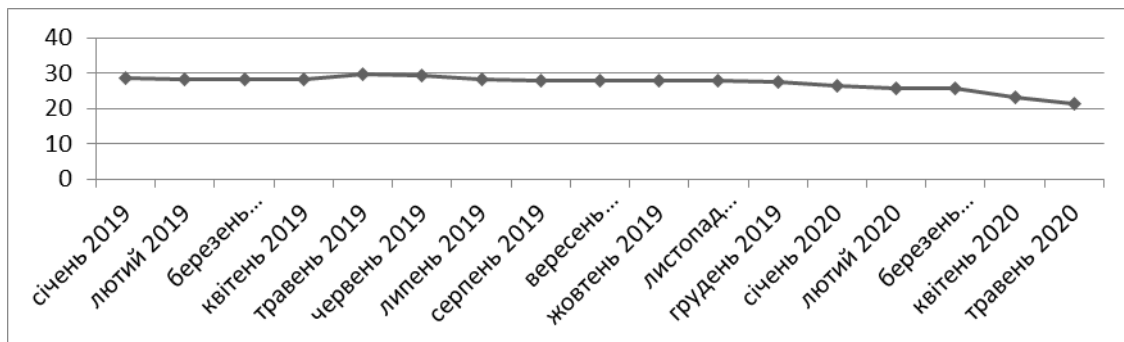


Рис. 3. Динаміка середньомісячних роздрібних цін на дизельне паливо в Україні за 2019 – 5 міс. 2020 рр., грн. за літр [3]

Це пов'язано з багатьма факторами. Одним з них є зміна ціни на нафту на світовому ринку через зменшення або збільшення виробництва в основних країнах-виробниках цього продукту. Крім того, на вартість нафтопродуктів безпосередньо впливає інфляційний процес і зміни курсу валют в країні, оскільки для України цей ресурс є імпортом.

Зниження цін на паливо відбулося через падіння цін на нафту на світовому ринку, а також відносну стабільність курсу гривні. На графіку також відображено періоди, коли ціни на нафту ставали негативними: в результаті ми бачимо збільшення темпів падіння цін на дизельне паливо. Крім того, навесні 2020 року через карантин впав попит на пальне.

Однією з головних проблем ринку є відсутність стратегічного плану розвитку важливих галузей економіки на національному рівні. Це призвело до нерозуміння тенденцій у певних секторах економіки, що перешкоджає середньо- та довгостроковому плануванню. Таким чином, спад у тому чи іншому секторі економіки може негативно вплинути на транспортний сектор, який його обслуговує.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Ринок міжнародних автомобільних вантажних перевезень відображає економічну ситуацію всієї країни та розвивається відповідно до загальної тенденції національного ринку. Ринок логістичних послуг є достатньо перспективним напрямком, який вимагає додаткових інвестицій з боку держави та іноземних партнерів. Головною проблемою залишається недостатнє фінансування сфери та слабкий розвиток інфраструктури.

Література

1. Jiménez L., Muñoz R. (2006). Integration of supply chain management and logistics: Development of an electronic data interchange for SAP servers. In Computer Aided Chemical Engineering; Marquardt W., Pantelides C. (Eds.). Elsevier: Amsterdam, The Netherlands; Volume 21, p. 2201–2206.
2. Aslam J., Saleem A., Khan N., Kim Y. (2021). Factors influencing blockchain adoption in supply chain management practices: A study based on the oil industry. *J. Innov. Knowl*, 6, 124–134.
3. Державний комітет статистики України (2022). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 02.12.2022)
4. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії. Львів : Львівська політехніка, Інтелект-Захід, 2006. 456 с.
5. Тридід О. М. Логістика. К. : Професіонал, 2008. 176 с.
6. Кальченко А. Г. Логістика. К. : КНЕУ, 2006. 467 с.
7. Пономарьова Ю. В. Логістика. К. : Центр навчальної літератури, 2005. 328 с.
8. Коніщева Н.Й., Трушкіна Н.В. (2005). Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. *Економіка промисловості*. № 1. 114–123.
9. Zhang Y., Kasahara S., Shen Y., Jiang X., Wan J. (2019). Smart Contract-Based Access Control for the Internet of Things. *IEEE Internet Things J.* 6, 1594–1605.
10. Drozd O., Maevskaya O., Maevsky D., Kharchenko V.S., Illiashenko O.O., ... Nesterov M.V. et al. (2019). Internet of Things for Industry and Human Application. Volume 2. Modelling and Development; Kharchenko, V.S. (Ed.); Ministry of Education and Science of Ukraine, National Aerospace University KhAI: Kharkiv, Ukraine; 547 p.
11. Світовий банк (2022). URL: <https://www.worldbank.org> (дата звернення: 02.12.2022)
12. Смирнов І.Г. Світовий ринок логістичних послуг: географічні особливості. *Вісник Київського ун-ту. Серія «Географія»*. Вип. 46. 2009. 60–65.
13. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети. К. : НІСД. 2007. 592–598.
14. Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період та до 2020 року. (2022). URL: <http://mintrans.gov.ua/mintrans/control/uk/publish> (дата звернення: 02.12.2022)

References

1. Jiménez L., Muñoz R. (2006). Integration of supply chain management and logistics: Development of an electronic data interchange for SAP servers. In Computer Aided Chemical Engineering; Marquardt W., Pantelides C. (Eds.). Elsevier: Amsterdam, The Netherlands; Volume 21, p. 2201–2206.
2. Aslam J., Saleem A., Khan N., Kim Y. (2021). Factors influencing blockchain adoption in supply chain management practices: A study based on the oil industry. *J. Innov. Knowl*, 6, 124–134.
3. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy (2022). URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (data zvernennia: 02.12.2022)
4. Krykavskiy Ye. V. Lohistyka. Osnovy teorii. Lviv : Lvivska politehnika, Intelpekt-Zakhid, 2006. 456 s.
5. Trydid O. M. Lohistyka. K. : Profesional, 2008. 176 s.
6. Kalchenko A. H. Lohistyka. K. : KNEU, 2006. 467 s.
7. Ponomarova Yu. V. Lohistyka. K. : Tsentr navchalnoi literatury, 2005. 328 s.
8. Konishcheva N.I., Trushkina N.V. (2005). Upravlinnia lohistrychnoi diialnistiu promyslovykh pidpriemstv. *Ekonomika promyslovti*. № 1. 114–123.
9. Zhang Y., Kasahara S., Shen Y., Jiang X., Wan J. (2019). Smart Contract-Based Access Control for the Internet of Things. *IEEE Internet Things J.* 6, 1594–1605.
10. Drozd O., Maevskaya O., Maevsky D., Kharchenko V.S., Illiashenko O.O., ... Nesterov M.V. et al. (2019). Internet of Things for Industry and Human Application. Volume 2. Modelling and Development; Kharchenko, V.S. (Ed.); Ministry of Education and Science of Ukraine, National Aerospace University KhAI: Kharkiv, Ukraine; 547 p.
11. Svitoviy bank (2022). URL: <https://www.worldbank.org> (data zvernennia: 02.12.2022)
12. Smyrnov I.H. Svitoviy rynek lohistrychnykh posluh: heohrafichni osoblyvosti. *Visnyk Kyivskoho un-tu. Seriya «Heohrafiia»*. Vyp. 46. 2009. 60–65.
13. Derzhavna rehionalna polityka Ukrainy: osoblyvosti ta stratehichni priorytety. K. : NISD. 2007. 592–598.
14. Kontseptsiiia rozvytku transportno-dorozhnoho kompleksu Ukrainy na serednostrokoviy period ta do 2020 roku. (2022). URL: <http://mintrans.gov.ua/mintrans/control/uk/publish> (data zvernennia: 02.12.2022)

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-18>

УДК 336.131

Ганна ЛІХОНОСОВА

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»
<https://orcid.org/0000-0001-6552-8920>
e-mail: a.likhonosova@gmail.com

ГЕОЕКОНОМІЧНА ФРАГМЕНТАЦІЯ: ВІРОГІДНІСТЬ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ РЕЦЕСІЇ ТА АНАЛІЗ БАНКІВСЬКИХ РИЗИКІВ УКРАЇНИ

У статті наведено систематизацію занепокоєння провідних економістів та фінансистів щодо вірогідності світової фінансової рецесії. Доведено, що нинішня висока інфляція, низькі темпи зростання, висока заборгованість та високий ступінь фрагментації знижують стимули для інвестицій, необхідних для відновлення зростання та підвищення рівня життя найбільш уразливих верств населення у світі. Означено, що як слабкий попит, так і висока вартість позик чинитимуть тиск на світові фінансові компанії, а це, у свою чергу, змусить багатонаціональні компанії скоротити витрати: від скорочення операційних витрат до звільнення працівників. Прогнозовано, що перебої в ланцюжку постачань не вплинуть на ділову активність у 2023 році, а криза вартості життя також може наблизитися до свого піку. Запропоновано проводити ефективну політику у сфері забезпечення фінансового ринку інструментами банківського регулювання та залучення нових інвестиційних ресурсів із гарантуванням інвесторам повернення власних коштів.

Ключові слова: фінансова рецесія, банківські ризики, фрагментація, гео економічне перепрофілювання, біржові ринки.

Ganna LIKHONOSOVA

National Aerospace University "Kharkiv Aviation Institute"

GEOECONOMIC FRAGMENTATION: LIKELIHOOD OF GLOBAL FINANCIAL RECESSION AND ANALYSIS OF BANKING RISKS IN UKRAINE

The article was prepared as part of the scientific research "Accounting and financial mechanism of innovative interaction of business entities in the context of the transformation of the knowledge economy and socio-behavioral restrictions." The article provides a systematization of the concerns of leading economists and financiers regarding the probability of a global financial recession. Current high inflation, low growth rates, high debt and high levels of fragmentation have been proven to reduce the incentives for investment needed to restore growth and improve living standards for the world's most vulnerable. Both weak demand and high borrowing costs will put pressure on global financial companies, which in turn will force multinationals to cut costs, from cutting operating costs to laying off workers, it said. The author's vision of methodological configurations and models of innovative interaction of business entities in accordance with the conditions of global challenges is given.

The types of trade restrictions and barriers to technology diffusion are characterized, as well as the nature of geo-economic fragmentation that can be felt through cross-industry restrictions, namely cross-border migration, reduced capital flows and a sharp decline in international cooperation, which will make the world even more prone to upheavals.

It is emphasized that the export-oriented economies especially suffer from fragmentation. Lower-income consumers in advanced economies will lose access to cheaper imported goods. Small open market economies will suffer greatly due to their heavy reliance on open trade. Supply chain disruptions are projected to have no impact on business activity in 2023, and the cost-of-living crisis may also be nearing its peak, with most. It is proposed to carry out an effective policy in the field of providing the financial market with banking regulation instruments and attracting new investment resources with a guarantee for investors to return their own funds. Scenarios for adapting the accounting and financial mechanism of innovative interaction of business entities to global challenges have been developed.

Keywords: financial recession, banking risks, fragmentation, geo-economic repurposing, stock markets.

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

Події буремного для всього цивілізаційного світу 2022 року та наслідки майже дворічної світової пандемії, відсутність впевненості у подальшому сталому розвитку стають підґрунтям започаткування процесів фінансової рецесії та, як наслідок, соціального збурення населення. Всесвітнім економічним форумом в Давосі до його відкриття у 2023 р. серед фінансистів приватного та державного секторів було проведено опитування, яке показало, що 75% опитаних очікують на глобальну рецесію у 2023 році.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Серед дослідників, котрі займалися аналізом використання прогнозних інструментів на фінансовому ринку, можна виділити наступних: Коваленко Ю. М., Літвін Я. А. [1], Лаврик О. Л., Коваленко Т. А. [2], Прокопенко В. Ю. [3], Дропа Я. Б. [4] та ін. Проте сучасні тенденції розвитку фінансового ринку актуалізують необхідність аналізу та узагальнення наукових напрацювань, які присвячені досліджуваній темі, що й зумовило мету цієї роботи.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

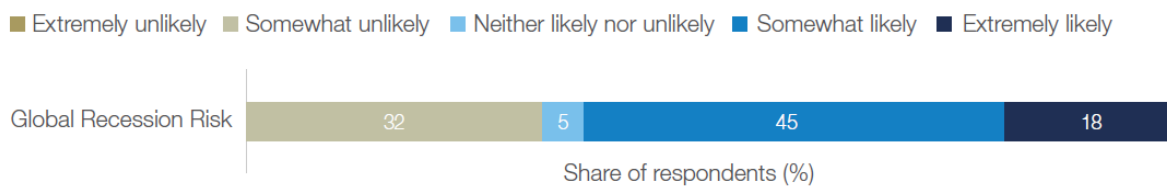
Незважаючи на значну кількість досліджень у галузі вірогідності світової фінансової рецесії та аналізу банківських ризиків України, вагомий внесок українських учених у дослідження сутності, видів та ефективності фінансових інструментів, сьогодні з'являються нові проблеми у сфері фондового ринку, що пов'язані з поширенням нових фінансових ризиків, вірогідністю виникнення світової фінансової рецесії та впровадженням нових важелів банківського регулювання в умовах фінансово-економічної кризи в Україні.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз вірогідності світової фінансової рецесії та аналіз банківських ризиків України, які поширюються у зв'язку із геоеконічною фрагментацією світових фінансових ринків.

Виклад основного матеріалу

Близько 18% вважають настання глобальної рецесії «вкрай імовірним». Це більш ніж удвічі більше, ніж у попередньому опитуванні, проведеному у вересні 2022 року. Лише третина респондентів бачать малу ймовірність щогорічної рецесії. [5]. На рисунку 1 наведено розподіл відповідей провідних економістів світу на питання: «Наскільки ймовірна глобальна рецесія у 2023 році?».



Note: The numbers in the graphs may not add up to 100% because figures have been rounded up/down.

Рис. 1. Прогноз глобальної рецесії

Джерело: Chief Economics Survey, грудень 2022 р.

Голова Всесвітнього економічного форуму Саадія Західі у січні 2023 року наголосив, що нинішня висока інфляція, низькі темпи зростання, висока заборгованість та високий ступінь фрагментації знижують стимули для інвестицій, необхідних для відновлення зростання та підвищення рівня життя найбільш уразливих верств населення у світі.

Опитування організації ґрунтувалося на 22 відповідях групи старших економістів з міжнародних агентств, включаючи Міжнародний валютний фонд, інвестиційні банки, транснаціональні корпорації та перестраховиків. Опитування було проведено після того, як у січні 2023 Світовий банк знизив свої прогнози зростання на 2023 рік [6] до рівня, близького до рецесії, для багатьох країн, оскільки вплив підвищення процентних ставок центральним банком посилюється, військові дії на території України тривають, а сталі світові економічні стимули перестають працювати ефективно.

Томас Джордан, голова Національного банку Швейцарії, підкреслює, що боротьба з інфляцією та забезпечення цінової стабільності є абсолютно важливими, оскільки поточні рівні підвищення цін надто високі [7]. Однак, виходячи з макроекономічних законів споживання, знизити світову інфляцію буде значно важче, оскільки компанії з більшою готовністю погодяться на зростання цін і зарплат, а ніж на їхнє скорочення. У 2022 році Федеральна резервна система США тричі підвищувала свою облікову ставку. Фінансові аналітики очікують, що ставка знову підвищиться з поточного рівня в 1%. У свою чергу, МВФ двічі понижував власний прогноз зростання. Вперше це було зроблено в січні 2022 року через омїкрон, потім у квітні 2022 року через бойові дії в Україні та впроваджені санкції. Прогноз зростання впав із 4,9% до 3,6%. Однак, побоювання пов'язані не стільки зі зміною відсотка зростання (по суті 3,6% це також значне зростання), а більше із виникненням ризику фрагментації економіки та формуванням гласних та негласних торгових блоків.

Незважаючи на те, що інфляція в Швейцарії була низькою за міжнародними стандартами, вона у 2022 р. порівняно з 2021 р. зросла до 2,8%, що виходить за рамки цільового показника SNB щодо стабільності цін, згідно з яким ціни зростатимуть на 2% щорічно. Для порівняння в Україні в грудні 2022 року інфляція зросла порівняно з груднем 2021 р. на 26,6%. (Індекси споживчих цін, 2023).

Голова Швейцарського банку очікує, що інфляція в усьому світі знизиться через ефект бази та зниження цін на енергоносії, проте базова інфляція, яка зменшує ціни на продовольство та енергію, залишатиметься стійкою. Більшість економістів бачать подальше посилення грошово-кредитної політики в Європі та Сполучених Штатах (59% і 55% відповідно), при цьому політики опиняються між ризиками надто сильного або надто слабого посилення.

Фінансові аналітики очікують, що як слабкий попит, так і висока вартість позик чинитимуть тиск на компанії, а це, у свою чергу, змусить багатонаціональні компанії скоротити витрати: від скорочення

операційних витрат до звільнення працівників. Однак також очікується, що перебої в ланцюжку постачань не вплинуть на ділову активність у 2023 році, а криза вартості життя також може наблизитися до свого піку, при цьому більшість (68%) очікують, що до кінця 2023 року вона стане менш гострою.

За останні три десятиріччя світова економіка зростає приблизно втричі. Але сьогодні існує нова небезпека торгівельної фрагментації та розпаду світу на блоки-суперники. Сьогодні світ стикається з великої кількістю нагальної проблематики: від глобального економічного спаду, геополітичного напруження та зміни клімату до кризи вартості життя та високого рівня боргу.

За даними МВФ, оцінки вартості фрагментації дуже різняться. Довгострокові витрати однієї лише фрагментації торгівлі можуть змінюватись від 0,2% світового виробництва у сценарії обмеженої фрагментації до майже 7% у жорсткому сценарії, що приблизно еквівалентно сукупному річному обсягу виробництва Німеччини та Японії [8]. Якщо до цього додати технологічний поділ, деякі країни можуть мати справу з втратами до 12% ВВП. За підсумками 2022 р. Міністерство економіки України оцінює падіння ВВП України на рівні 30,4%. За словами заступника голови Національного банку України, саме масова міграція 20% населення України в Європу стала значним чинником падіння ВВП у 2022 році [9].

Підтвердженням поширення такого стану світової економіки є, зокрема, складна ситуація із балансуванням економіки України. У жовтні 2022 р. в межах RFI (Rapid financing instrument) програми Україна та Міжнародний валютний фонд домовилися про ще один кредит – на \$1,3 млрд. Проте, на жаль, це проблему вивільнення обігових коштів з економіки України, не вирішує. Мова йде про більш дорогий кредит, який у більшості піде на виплату відсотків за попередньо отриманими кредитними траншами та борговими зобов'язаннями.

Проте, Голова МВФ високо оцінила зусилля України з трансформації власної економіки, яка скоротилася більш ніж на 30% у 2022 році [10]. Виходячи із швидкості зростання дефіциту бюджету, непогашений борг уряду України в 2022 році складає 4,728 трильйона гривень (\$128 млрд), що на 52,4% більше, ніж у попередньому році. При цьому, борг зростає і всередині країни. У 2022 р. непогашений внутрішній борг уряду склав 1,461 трильйон гривень (\$39,58 млрд), що на 31,5% більше, ніж попереднього року. Таким чином, після закінчення бойових дій Україна має повернути кредити міжнародній, до яких додадуться ще кредити, які будуть спрямовані на відновлення економіки після військового періоду.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В результаті проведеного аналізу можна відзначити, що початок 2023 р. став для фінансистів світу дуже тривожним. Декілька банківських установ світового масштабу раптом опинилися на межі банкрутства. Вірогідність світової фінансової рецесії за прогнозами провідних економістів світу стає реальністю 2023-2024 років. Проте, світова пандемія COVID-2019 дала значний поштовх в розвитку віддаленій роботі та цифровізації документообігу, а газова криза спонукала закликати до енергоощадження. Саме тому, виникнення нових загроз фінансової рецесії може створити нові цивілізаційні прориви сталого розвитку.

Отже, варто підкреслити, що на сучасному етапі розвитку економіки України, в умовах соціально-економічної кризи держава повинна проводити ефективну політику у сфері забезпечення фінансового ринку інструментами банківського регулювання та залучення нових інвестиційних ресурсів із гарантуванням інвесторам повернення власних коштів та стимулювання підприємницької діяльності.

Література

1. Коваленко Ю.М., Літвін Я.А. Фінансові інструменти, їх класифікації та напрями інноваційних розвідок. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. № 1(17). С. 132–142.
2. Лаврик О.Л., Коваленко Т.А. Інструменти фінансового ринку в умовах глобалізації. Економічний аналіз : зб. наук. праць. 2017. Том 27. № 4. С. 133–138.
3. Прокопенко В.Ю. Фінансово-кредитні інструменти на ринку нерухомості: дефініційні аспекти. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія «Економічна». 2014. № 1. С. 247–259.
4. Дропа Я. Б. Фінансові інструменти формування ресурсів у національній економіці в умовах глобалізації. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 16. С. 682–687.
5. Markovitz G., Karunsk K. How can businesses prepare for economic turbulence in 2023? World Economic Forum. Davos 2023 Trade and Investment. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2023/01/chief-economists-outlook-business-prepare-recession-davos-2023/> <http://spiderproject.com.ua/community/rating/>
6. Kose A. 2023. Sharp Slowdown in Growth Could be Widespread, Increasing Risks to Global Economy. World Bank Expert Answers. World Bank Group. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/video/2023/01/10/global-economic-prospects-slowdown-growth-risks-economy-expert-text=Global%20growth%20is%20slowing%20sharply,the%20global%20economy%20into%20recession>
7. Revill J. Swiss National Bank chairman says inflation 'far too high'. Reuters. January 20, 2023. URL: <https://www.reuters.com/markets/europe/swiss-national-bank-chairman-says-focus-price-stability-absolutely-essential-2023-01-20/>.

8. Shekhar A., Chen J., Ebeke C. IMF Staff Discussion Notes Research Department and Strategy, Policy, & Review Department. Geoeconomic Fragmentation and the Future of Multilateralism. International monetary fund. January 2023, 1-40. ISBN: 979-8-40022-904-6.
9. Вінокуров Я. Коли Національний банк України відмовиться від фіксованого курсу. Економічна правда. 14.02.2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/02/14/697015/>.
10. Павлиш О. Глава МВФ вважає можливим надання Україні "значного" повноцінного кредиту. Економічна правда. 22.02.2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/02/22/697314/>.

References

1. Kovalenko Yu.M., Litvin Ya.A. Finansovi instrumenty, yikh klasyfikatsii ta napriamy innovatsiinykh rozvidok. Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnia. 2019. № 1(17). S. 132–142.
2. Lavryk O.L., Kovalenko T.A. Instrumenty finansovoho rynku v umovakh hlobalizatsii. Ekonomichnyi analiz : zb. nauk. prats. 2017. Tom 27. № 4. S. 133–138.
3. Prokopenko V.Iu. Finansovo-kredytni instrumenty na rynku nerukhomosti: definityni aspekty. Naukovyi visnyk Lvivskoho derzhavnoho universytetu vnurishnikh sprav. Seriya «Ekonomichna». 2014. № 1. S. 247–259.
4. Dropa Ya. B. Finansovi instrumenty formuvannia resursiv u natsionalnii ekonomitsi v umovakh hlobalizatsii. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. 2017. Vyp. 16. S. 682–687.
5. Markovitz G., Karunska K. How can businesses prepare for economic turbulence in 2023? World Economic Forum. Davos 2023 Trade and Investment. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2023/01/chief-economists-outlook-business-prepare-recession-davos-2023/http://spiderproject.com.ua/community/rating/>
6. Kose A. 2023. Sharp Slowdown in Growth Could be Widespread, Increasing Risks to Global Economy. World Bank Expert Answers. World Bank Group. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/video/2023/01/10/global-economic-prospects-slowdown-growth-risks-economy-expert-text=Global%20growth%20is%20slowing%20sharply,the%20global%20economy%20into%20recession>
7. Revill J. Swiss National Bank chairman says inflation far too high. Reuters. January 20, 2023. URL: <https://www.reuters.com/markets/europe/swiss-national-bank-chairman-says-focus-price-stability-absolutely-essential-2023-01-20/>.
8. Shekhar A., Chen J., Ebeke C. IMF Staff Discussion Notes Research Department and Strategy, Policy, & Review Department. Geoeconomic Fragmentation and the Future of Multilateralism. International monetary fund. January 2023, 1-40. ISBN: 979-8-40022-904-6.
9. Vinokurov Ya. Koly Natsionalnyi bank Ukrainy vidmovytsia vid fiksovanoho kursu. Ekonomichna pravda. 14.02.2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/02/14/697015/>.
10. Pavlysh O. Hlava MVF vvazhaie mozhlivym nadannia Ukraini "znachnoho" povnotsinnoho kredytu. Ekonomichna pravda. 22.02.2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/02/22/697314/>.

Людмила БЕРЕЗІНА

Полтавський державний аграрний університет
<https://orcid.org/0000-0003-2843-5893>

Надія БАГАН

Полтавський державний аграрний університет
<https://orcid.org/0000-0003-3846-7207>

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

У статті доведено, що нині для ефективного функціонування аграрним підприємствам недостатньо мати необхідні матеріальні, фінансові та трудові ресурси, потрібно знати як їх ефективно використати, а, отже, мати інформацію про технології виробництва та управління ними. Особлива увага зосереджена на показниках оцінки ефективності використання інформаційних ресурсів за допомогою коефіцієнтів повноти, суперечності, точності, своєчасності та надійності інформації. Запропоновано здійснювати оцінку ефективності використання часових ресурсів за допомогою коефіцієнтів використання робочого періоду, дня, часу та простоїв. Розроблено систему інновацій, рекомендованих до впровадження в аграрних підприємствах, яка враховує специфіку ведення сільського господарства та пропонує заходи для покращення інноваційного ведення процесу виробництва. Пропоновані показники дозволять провести дослідження та оцінити ефективність, сильні й слабкі сторони використання ресурсів, надати пропозиції, які дозволять покращити виробництво та підвищити ефективність використання ресурсів шляхом впровадження інновацій, залучення новітніх технологій, у тому числі в сфері технологічного менеджменту.

Ключові слова: ресурси, ефективність, інформаційні ресурси, часові ресурси, інновації, аграрні підприємства, технологічний менеджмент.

Liudmyla BEREZINA, Nadiia BAHAN

Poltava State Agrarian University

EFFICIENCY OF USE OF RESOURCES OF AGRICULTURAL ENTERPRISES AND THEIR TECHNOLOGICAL MANAGEMENT

The article proves that nowadays it is not enough for agricultural enterprises to have the necessary material, financial and labor resources for effective functioning, it is necessary to know how to use them effectively, and, therefore, to have information about production technologies and their management. Special attention is focused on the indicators of the evaluation of the effectiveness of the use of information resources using the coefficients of completeness of information, contradiction of information, accuracy of information, timeliness and validity of information. It is proposed to evaluate the effectiveness of the use of time resources using the coefficients of the use of the working period, the use of the working day, the use of working time and the use of downtime. A system of innovations recommended for implementation in agricultural enterprises has been developed, which takes into account the specifics of agricultural management and offers measures to improve the innovative management of the production process. The proposed indicators will make it possible to conduct research and evaluate the effectiveness, strengths and weaknesses of resource use, to provide proposals that will improve production and increase the efficiency of resource use through the introduction of innovations, the involvement of the latest technologies, including in the field of technological management. In the future, it is appropriate to develop programs for the development of agrarian enterprises with the aim of increasing the efficiency of resource use through modernization and the introduction of new technologies, taking into account the environmental friendliness of the production process.

Keywords: resources, economic efficiency, information resources, time resources, innovations, agricultural enterprises, technological management.

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

Аграрна сфера нині є однією з найбільш перспективних та прибуткових у світовій економіці. Для здійснення ефективної діяльності в сучасних умовах аграрне підприємство має бути інноваційним та використовувати не тільки сучасні технології виробництва, а й досягнення технологічного менеджменту. Саме тому в провідних аграрних підприємствах виникає потреба у впровадженні інноваційних рішень, у тому числі в управлінні, котрі допоможуть удосконалити процес використання ресурсів, позитивно вплинуть на зростання обсягів виробництва та реалізації продукції, в цілому підвищать ефективність господарювання.

Аналіз досліджень та публікацій

Дослідженню проблем впливу технологій виробництва та управління ними на ефективність використання ресурсів аграрних підприємств присвятили свої праці вітчизняні науковці і практики: Амбросов В., Ковтун В., Кропивко М., Сас Л., Дячков Д., Скрипник В., Горобець Н., Ушкаленко І., Бухало О., Швець Ю., Юрчук Н. та інші.

Формулювання цілей статті

Формулювання цілей статті – здійснення аналізу показників стану технологічного, інноваційно-інформаційно-безпекового забезпечення виробництва й управління ним та вплив його результатів на ефективність використання ресурсів аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу

Аграрне підприємство в процесі своєї діяльності використовує такі основні види ресурсів: матеріальні, нематеріальні, фінансові, трудові, земельні, енергетичні, інноваційні, інформаційні, часові, безпекові та інші. Деякі з них досліджували та продовжують досліджувати визначні вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема це ресурси: матеріальні, нематеріальні, фінансові, трудові, земельні та енергетичні, інші – інноваційні, інформаційні та часові ресурси потребують більш детального дослідження. Недостатньо мати для виробництва тільки необхідні матеріальні, фінансові та людські ресурси, необхідно знати як їх ефективно використати, а, отже, мати інформацію про технології виробництва та управління ними. Оскільки інновації не стоять на місці, постійно відбувається бурхливий розвиток різноманітних новинок в галузі аграрного виробництва – виникає потреба в оцінці даних видів ресурсів і пропозиціях щодо їх успішного впровадження та функціонування в процесі діяльності аграрного підприємства.

Найважливішими властивостями при оцінці інформаційно-безпекових ресурсів є цінність, безпечність (достовірність) та актуальність. Саме тому, для оцінки ефективності використання інформаційних ресурсів аграрних підприємств запропоновано використовувати показники, наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Показники ефективності використання інформаційно-безпекових ресурсів аграрних підприємств [2]

№ п/п	Показники	Характеристика	Можливе нормативне значення
1.	Коефіцієнт повноти інформації	Співвідношення обсягу інформації, що є в розпорядженні персоналу до обсягу інформації, необхідної для ухвалення обґрунтованого рішення	→ 1
2.	Коефіцієнт суперечливості інформації	Співвідношення кількості незалежних свідчень на користь ухвалення рішення до загальної кількості незалежних свідчень у сумарному обсязі релевантної інформації	→ 1
3.	Коефіцієнт точності інформації	Співвідношення обсягу релевантної інформації до загального обсягу наявної в розпорядженні інформації	→ 1
4.	Коефіцієнт своєчасності інформації	Співвідношення обсягу своєчасно наданої інформації до обсягу інформації, необхідної для ухвалення обґрунтованого рішення	→ 1
5.	Коефіцієнт безпечності інформації	Співвідношення обсягу інформації яка надійшла з безпечних джерел до загального обсягу наявної в розпорядженні інформації	→ 1

Аналіз інформаційно-безпекових ресурсів аграрних підприємств дозволяє виокремити основні елементи та принципи управління підприємством [4, с. 103]. Розглядаючи подальший розвиток інформаційно-безпекових ресурсів, можна зробити припущення про те, що с кожним роком їх аналіз та опрацювання будуть здійснюватися за допомогою все більш складних інструментів математичного апарату. Отже, чим раніше підприємство створить та структурує бази даних власних інформаційно-безпекових ресурсів, тим простіше йому буде в майбутньому переходити до прогресивних технологій [4, с. 103].

Важливим та відносно новим ресурсом аграрного підприємства є час. Оскільки сільському господарству притаманний сезонний характер виробництва, час відіграє важливу роль та значно впливає на ефективність господарювання. Пропонуємо такі показники ефективності використання часових ресурсів (табл. 2).

Таблиця 2

Показники ефективності використання часових ресурсів аграрних підприємств [2]

№ п/п	Показники	Формула	Можливе нормативне значення
1.	Коефіцієнт використання робочого періоду	$K_{рп} = D_{\phi} / D_{н}$	→ 1
2.	Коефіцієнт використання робочого дня	$K_{рд} = t_{\phiу} / t_{н}$	→ 1
3.	Коефіцієнт використання простоїв	$K_{іп} = t_{п} / (t_{п} + t_{нп})$	→ 1
4.	Коефіцієнт використання робочого часу	$K_{викор.р.д} = (D_{факт.р.д} / D_{план.р.д}) \times 100\%$	→ 1

D_{ϕ} – кількість днів, які відпрацював один працівник за певний часовий період.

$D_{н}$ – кількість днів, необхідних для відпрацювання одному працівнику за певний проміжок часу.

$t_{\phiу}$ – середня фактична тривалість робочого дня.

$t_{н}$ – середньої планової тривалості робочого дня.

$t_{п}$ – кількість годин використаних простоїв.

$t_{нп}$ – кількість годин невикористаних простоїв.

$D_{факт.р.д}$ – середня фактична тривалість робочого дня.

$D_{план.р.д}$ – середня планова тривалість робочого дня.

Нині для ефективного ведення діяльності аграрного підприємства важливим є не тільки наявність ресурсів, а й своєчасність отримання інформації з зовнішніх джерел та її впровадження в процес функціонування інноваційних розробок і технологій. Проте існує чимало проблем, основною з яких є незадовільна державна підтримка інноваційної діяльності підприємств та відсутність чіткої організаційної системи технологічного менеджменту.

Провівши дослідження сучасних видів інновацій для аграрного підприємства можемо рекомендувати три основні їх категорії (рис. 1).

Категорії інновацій рекомендованих для впровадження в аграрному підприємстві		
<i>Продуктові</i>	<i>Виробничі</i>	<i>Організаційно-управлінські</i>
<ul style="list-style-type: none"> - засоби вирощування нових (удосконалених, модифікованих) сортів рослин; - інноваційні технології розведення продуктивніших та ефективніших порід тварин; - технології вирощування органічної продукції. 	<ul style="list-style-type: none"> - нові технології обробітку ґрунту; - індустриальні технології у тваринництві, науково-обґрунтовані системи землеробства і тваринництва; - передові методи застосування добрив та засобів захисту рослин; - інноваційні ресурсозберігаючі технології в АПК. 	<ul style="list-style-type: none"> - формування інтегрованих структур і розвиток кооперації в АПК; - досконаліші форми технічного обслуговування і забезпечення ресурсами АПК; - нові форми мотивації та організації праці; - створення економічних інноваційно-консультаційних систем у сфері науково-технічної та інноваційної діяльності.

Рис. 1. Категорії інновацій, рекомендованих для впровадження в аграрному підприємстві

Для впровадження в діяльність аграрного підприємства запропонованих видів інновацій необхідні значні фінансові ресурси, висококваліфікований персонал, державна підтримка через фінансування в тому числі та організація сучасного технологічного менеджменту.

На рівні кожного окремого підприємства технологічний менеджмент потребує формування, прийняття та поетапного впровадження стратегії технологічного розвитку підприємства, з розбудовою відповідної системи управління для досягнення всіх поставлених цілей та завдань технологічного розвитку на стратегічному, тактичному та на рівні операційної діяльності підприємства [9].

Отже, обов'язковим елементом сучасного аграрного виробництва є впровадження інновацій та нових технологій у виробництво та управління. Вони сприятимуть вирішенню різноманітних економічних та соціальних проблем аграрної сфери.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Нині спостерігається зростання попиту на якісну, конкурентоспроможну продукцію, товари та послуги, що зумовлює потребу в впровадженні в процес виробництва нових, науково-технологічних та інноваційних розробок, які шляхом модернізації, реконструкції та перебудови удосконалюють процес виробництва й управління та сприяють підвищенню ефективності діяльності аграрного підприємства. Для досягнення інноваційного розвитку аграрного підприємства доцільним є поглиблення аналізу ефективності використання його ресурсів через показники ефективності використання інформаційно-безпекових і часових ресурсів, що дасть можливість приймати відповідні рішення не тільки в технологічному менеджменті, а й в управлінні підприємством загалом.

Література

1. Ковтун В. А. Роль інтелектуальних технологічних рішень для ефективного використання ресурсів сільського господарства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Вип. 1 (18), 2019. С. 132-138.

2. Баган Н. В. Формування та ефективність використання ресурсів аграрних підприємств : дис. ... д-ра філософії : галузь знань 05 / Полтавський державний аграрний університет. Полтава, 2021. 260 с.
3. Сас Л. С. Показники ефективності процесу технологічного оновлення виробництва сільськогосподарських підприємств як складова частина їх інноваційного розвитку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Вип. 17(2), 2018. С. 70-73.
4. Вяткін П. С. Елементи стратегічного управління інформаційними ресурсами сільськогосподарських підприємств. *Сталий розвиток економіки*. Вип. 5(15). 2012. С. 102-104.
5. Скрипник В. В. Інноваційний розвиток аграрних підприємств України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. № 20, 2021. С. 19-24.
6. Дудник О. В. Інвестиційні стратегії підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу аграрних підприємств. *Економіка АПК*. 2016. Вип. 5. С. 79-86.
7. Бухало О. В. Вплив інноваційної діяльності на розвиток ресурсного потенціалу аграрних підприємств. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Вип. 2(4). Ч. 1, 2015. С. 90-95.
8. Горобець Н. М., Хомякова Д. О., Стариковська Д. О. Перспективи використання цифрових технологій в діяльності аграрних підприємств. *Ефективна економіка*. № 1, 2021. URL: <http://surl.li/gqeer>.
9. Кириченко О. Концептуальні засади технологічного менеджменту та його значення в управлінні сучасними підприємствами. *Вчені записки Університету «КРОК»*. Вип. 4(68), 2022. С. 75-83.

References

1. Kovtun V. A. (2019) Rol intelektualnykh tekhnolohichnykh rishen dlia efektyvnoho vykorystannia resursiv silskoho hospodarstva [The role of intelligent technological solutions for effective use of agricultural resources]. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*. No 1(18). pp. 132-138.
2. Bahan N. V. (2021) Formuvannya ta efektyvnist vykorystannia resursiv ahrarnykh pidpriumstv [The formation and efficiency of the use of resources of agricultural enterprises]: dysertatsiia doktorara filosofii: haluz znan 05 Poltavskiy derzhavnyi ahrarnyi universytet. Poltava. 260 p.
3. Sas L. S. (2018) Pokazyky efektyvnosti protsesu tekhnolohichnoho novlennia vyrobnytstva silskohospodarskykh pidpriumstv yak skladova chastyna yikh innovatsiinoho rozvytku [Indicators of the effectiveness of the process of technological renewal of the production of agricultural enterprises as a component of their innovative development]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*. No 17(2). pp. 70-73.
4. Viatkin P. S. (2012) Elementy stratehichnoho upravlinnia informatsiinymy resursamy silskohospodarskykh pidpriumstv [Elements of strategic management of information resources of agricultural enterprises]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*. No 5(15). pp 102-104.
5. Skrypnyk V. V. (2021) Innovatsiinyi rozvytok ahrarnykh pidpriumstv Ukrainy: suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku [Innovative development of agricultural enterprises of Ukraine: current state, problems and development prospects]. *Ekonomichnyi visnyk NTUU «Kyivskiy politekhnichnyi instyt»*. No 20. pp 19-24.
6. Dudnyk O. V. (2016) Investytsiinyi stratehii pidvyshchennia efektyvnosti vykorystannia resursnoho potentsialu ahrarnykh pidpriumstv [Investment strategies for increasing the efficiency of using the resource potential of agricultural enterprises]. *Ekonomika APK*. No. 5. pp 79-86.
7. Bukhalo O. V. (2015) Vplyv innovatsiinoi diialnosti na rozvytok resursnoho potentsialu ahrarnykh pidpriumstv [The influence of innovative activity on the development of the resource potential of agricultural enterprises]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu*. No 2(4). pp 90-95.
8. Horobets N. M., Khomiakova D. O., Starykovska D. O. (2021) Perspektyvy vykorystannia tsyfrovyykh tekhnolohii v diialnosti ahrarnykh pidpriumstv [Prospects for the use of digital technologies in the activities of agricultural enterprises]. *Efektyvna ekonomika*. No 1. URL: <http://surl.li/gqeer>.
9. Kyrychenko O. (2022) Kontseptualni zasady tekhnolohichnoho menedzhmentu ta yoho znachennia v upravlinni suchasnymy pidpriumstvamy [Conceptual principles of technological management and its importance in the management of modern enterprises]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*. No. 4(68), pp 75-83

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-20>

УДК 658.8.011.1

Володимир ПАНЧЕНКО

Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка
<https://orcid.org/000-0002-4927-0330>
e-mail: op_panchenko@ukr.net

УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ АПК УКРАЇНИ

У дослідженні розкрито актуальність проблематики управління капіталом підприємств АПК України в контексті забезпечення їх стабільної життєздатності. Метою дослідження є вдосконалення методико-прикладних засад управління капіталом вітчизняних підприємств агропромислового комплексу в ситуації існуючої соціально-економічної нестабільності. Показано, що функціонування аграрних підприємств у сучасному бізнес-середовищі, яке послуговало каталізатором інституційних змін, у значній мірі визначається ефективним формуванням та використанням капіталу суб'єктів господарювання, адже в умовах війни складність доступу до інвестиційного капіталу, висока вартість залучення постійного капіталу та гострий брак оборотного капіталу підприємств сільського господарства, а також промислової переробки сільськогосподарської продукції критично послабили ресурсний потенціал і спроможність підприємств до виживання на загал.

Ключові слова: економіка та управління підприємствами; економічний потенціал; ресурсний потенціал; фінансові активи та капітал; підприємства АПК.

Volodymyr PANCHENKO

Central Ukrainian State Pedagogical University named after Volodymyr Vynnychenko

CAPITAL MANAGEMENT OF UKRAINIAN AGRICULTURAL ENTERPRISES

The study revealed the relevance of capital management issues of Ukrainian agro-industrial complex enterprises in the context of ensuring their stable viability. The purpose of the study is to improve the methodological and applied principles of capital management of domestic enterprises of the agro-industrial complex in the situation of existing socio-economic instability. It is shown that the functioning of agrarian enterprises in the modern business environment, which served as a catalyst for institutional changes, is largely determined by the effective formation and use of capital of business entities, because in the conditions of war, the difficulty of accessing investment capital, the high cost of attracting permanent capital, and an acute shortage working capital of agricultural enterprises, as well as industrial processing of agricultural products, critically weakened the resource potential and ability of enterprises to survive in general.

The regulation of the capital management strategy of agro-industrial complex enterprises has been developed as a management activity aimed at achieving the strategic goal of enterprises through the process of forming volumes, capital structure, sources of its financing and the cost of attracting funds and their effective use. The specifics, advantages, as well as key provisions of various types of capital management mechanisms of agro-industrial complex enterprises, in particular economic and economic, are substantiated.

A system of forming the composition of policy tasks for the formation and use of capital of agribusiness enterprises is proposed in accordance with such strategic priorities as maximizing business profits, improving the investment attractiveness of the property complex of the agribusiness entity, ensuring the financial stability of the economic entity, expanding activities at the expense of own sources of working capital formation capital of the business entity. It was concluded that the optimization of the capital structure is one of the most important and difficult tasks that are solved in the process of financial management of agribusiness enterprises. At the same time, it is necessary to take into account the main features of each element of its composition.

Keywords: economy and enterprise management; economic potential; resource potential; financial assets and capital; agribusiness enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Сучасна система господарювання, яка утвердилася в Україні, являє собою розвиток підприємств різних організаційно-правових форм, що засновані на різних видах приватної власності. На загал, економіко-правове середовище бізнесу в Україні утвердилося та воно характеризується постійним характером і відрізняється, по-перше, свободою у виборі напрямів та методів діяльності, самостійністю у прийнятті рішень, по-друге, відповідальністю за їх ухвалення та виконання, по-третє, існуванням ризику, збитків, й банкрутств. Вітчизняний бізнес чітко орієнтований на отримання прибутку, однак за одночасного задоволення суспільних потреб. Це важливіша причина зацікавленості в результатах фінансово-господарської діяльності. Реалізація цього принципу залежить не тільки від наданої підприємствам самостійності, необхідності фінансувати особисті витрати, але й від того обсягу прибутку, що залишається в розпорядженні підприємств після сплати податків. Крім того, необхідно створити таке економічне середовище, в умовах якого вигідно виробляти товари, отримувати прибуток, зменшувати витрати.

Виходячи із зазначеного, існує об'єктивна необхідність у дослідженні формування і підвищення ефективності використання капіталу підприємств, особливо сфери АПК, який в останні роки став провідним сектором національної економіки за темпами приросту обсягів виробництва і збуту продукції, внеску у вітчизняний ВВП, новостворених робочих місць, інвестицій і т. п., як складової безперервності і

ефективності процесу господарських відносин. Крім дослідження капіталу підприємства, актуальним є і аналіз джерел його утворення, так як необхідно, щоб капітал ефективно використовувався одночасно і на усіх стадіях кругообігу.

Аналіз досліджень та публікацій

Для України наукова проблематика, яка стосується питань життєздатності, економічної безпеки, конкурентоспроможності, формування та ефективного використання економічного потенціалу, завжди актуальна і причиною цього слугує перманентна соціально-економічна нестабільність, яка особливо загострилася в середовищі повноцінної війни. Ці та інші аспекти економіки й управління підприємствами достатньо комплексно досліджуються у публікаціях таких вітчизняних науковців, як З. Варналій, Т. Васильців, І. Должанський, Я. Качмарик, П. Куцик, Л. Піддубна, Р. Фатхутдінов та ін.

Позаяк, у системі економічного потенціалу суб'єктів господарювання провідна роль завжди відводилася його фінансовій складовій. І це закономірно, адже належний фінансовий стан дає змогу суб'єктам господарювання залучати й ефективно використовувати практично будь-які інші складові їх економічного, в тому числі ресурсного, забезпечення. Таким чином, на сьогодні проблематика управління капіталом підприємств, у т. ч. сільського господарства, аграрного бізнесу та АПК, достатньо комплексно розкрита у працях В. Бойка, Б. Брички, С. Кваші, Ж. Крючкової, В. Куницького, М. Куницької-Іляш, Н. Патики, М. Савченко, О. Шкуренка та ін. дослідників.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Разом з тим, все ще не достатньо вивченою на сьогодні залишається проблема ефективного управління капіталом вітчизняних підприємств АПК, особливо з врахуванням всього спектру нових викликів, ризиків і загроз, обумовлених війною.

Формулювання цілей статті

Метою статті є удосконалення методико-прикладних засад управління капіталом вітчизняних підприємств АПК в ситуації існуючої соціально-економічної нестабільності.

Виклад основного матеріалу

Функціонування підприємств у сучасному вітчизняному середовищі, яке послугувало каталізатором інституційних змін, та вирішення проблеми забезпечення неперервного процесу виробництва в значній мірі визначається ефективним формуванням і використанням капіталу. Досягнення цієї мети в умовах нестабільної економіки вимагає вдосконалення методики аналізу структури використання капіталу та визначення стратегічних пріоритетів його формування з метою мінімізації ризиків, які пов'язані з відбором джерел фінансування поточної діяльності і розвитку підприємств.

На сучасному етапі розвитку економіки України однією з найгостріших проблем є побудова ефективного і гнучкого механізму управління капіталом підприємств АПК. Відтак, вибір стратегічних пріоритетів політики формування та використання капіталу підприємств АПК – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий підхід до діяльності підприємств, що дозволяє встановлювати цілі розвитку, порівнювати їх із наявними можливостями та приводити їх у відповідність шляхом розробки та реалізації системи стратегій. Характерні риси вибору стратегічних пріоритетів управління капіталом підприємств АПК залежать від взаємодії таких чинників: галузевої приналежності; типу виробництва, рівня спеціалізації, концентрації та кооперації; характерних рис виробничого потенціалу; рівня управління; рівня кваліфікації персоналу.

Разом з тим, організаційно-економічний механізм вибору стратегічних пріоритетів політики формування та використання капіталу підприємств АПК повинен забезпечувати досягнення стратегічної мети функціонування бізнес-структури. При цьому стратегія – це шлях її досягнення через моделювання оптимальних пропорцій розвитку підприємства в конкретних умовах функціонування ринкових відносин. Це сукупність способів, засобів та інструментів, необхідних для досягнення мети в конкретних умовах функціонування. Механізм – це засіб реалізації стратегії, тобто спосіб управління досягненням мети найбільш ефективним методом, імпульс руху. Виходячи з цього, для удосконалення організаційно-економічного механізму необхідно розробити загальну стратегію управління капіталом підприємства.

В умовах обмеженості ресурсів, значимість яких обумовлюється цілями, виникає задача визначення пріоритетності стратегій. Для досягнення кожної мети існує свій ряд пріоритетних стратегій. Виявлення набору цих стратегій є однією з основних задач формування конкретного механізму. Визначення стратегічних пріоритетів політики формування та використання капіталу підприємств АПК залежить від конкретної ситуації, у якій вони знаходяться.

У діяльності з прийняття рішень, пов'язаних з ризиком, можна виділити чотири головних процеси (етапи): створення суб'єктивного уявлення про ситуацію (побудованого на конструюванні уявної моделі ситуації); оцінювання наслідків альтернатив (метою є оцінювання суб'єктивної цінності, тобто корисності наслідків, яка базується на наданні цим наслідкам визначених числових значень та стратегічне планування умов (наслідків)); вибір альтернативи (у кінцевій фазі, приймаючи рішення, керівництво здійснює вибір

альтернативи відповідно до своїх цілей).

Для досягнення визначеної мети доцільно використовувати положення ситуаційного підходу, що заснований на дослідженні поведінки системи в різних ситуаціях, які створюються зовнішнім середовищем. Він дозволяє оцінювати і прогнозувати стан системи в динаміці.

Структура формування і використання капіталу підприємств АПК характеризується взаємозв'язком і співвідношенням елементів системи управління і їхню субординацією. Організація виражає також взаємодію елементів, забезпечуючи функціонування і розвиток системи, підтримку самого її існування. З цієї позиції під організаційним механізмом формування і використання капіталу підприємств АПК розуміється властивість системи управління, що прагне зберегти свою структуру, упорядкувати внутрішні зв'язки і на цій основі здійснювати своє подальше удосконалення і цілеспрямований розвиток в цілому.

Найважливішим економічним завданням організаційного механізму формування і використання капіталу є виявлення інтеграційного фактора або сукупності факторів, що поєднують функціонування всіх автономних елементів у межах цілого підприємства на загал. Завдяки наявності інтеграційного фактора зв'язки елементів цілісної системи мають стійкий характер. Ситуаційний підхід щонайкраще підходить для вирішення такої слабо структурованої проблеми, як управління капіталом підприємств АПК, на яке впливає нестабільне зовнішнє оточення.

Таким чином, економічний механізм формування і використання капіталу підприємств АПК визначається або природою вихідного явища або кінцевим результатом серії явищ. Але складовими елементами механізму завжди одночасно виступають і вихідне явище, і завершальні явища, і весь процес, що відбувається в інтервалі між ними. Спостереження за економічною дійсністю дозволяє говорити про економічні механізми закритого і відкритого типів.

У механізмах закритого типу результатом є відтворення вихідного економічного явища. До таких механізмів формування і використання капіталу підприємства відносять механізми економічних циклів; мультиплікаційні механізми; механізми акселерації. У механізмах відкритого типу результатом дії механізму є нове економічне явище. Прикладами таких механізмів є механізм рівноваги між виробництвом і споживанням; механізм перетворення капіталу в дохід і доходу в капітал.

Господарський механізм формування і використання капіталу є двигуном функціонуючої соціально-економічної системи підприємства, оскільки приводить її в дію через систему умов і економічних нормативів, спрямованих на регулювання виробничих відносин.

Під стратегією управління капіталом розуміють управлінську діяльність, спрямовану на досягнення стратегічної цілі підприємства через процес формування обсягів, структури капіталу, джерел його фінансування та вартості залучення коштів і ефективного використання.

Тактика управління капіталом підприємств АПК – це конкретні методи і прийоми для досягнення поставленої мети у визначеній ситуації й у визначений момент часу. При цьому, завдання тактики управління капіталом – це вибір оптимального рішення і способів його втілення в сформованій ситуації на підприємстві. Стратегічні пріоритети формування та використання капіталу враховують загальну сукупність інтересів підприємств АПК, а відтак є необхідними до визначення та реалізації у політиці їх життєдіяльності. Така політика взаємозалежна зі стратегічним програмуванням формування та використання капіталу, оскільки інструментом її реалізації є здатність підвищувати ефективність капіталу суб'єкта господарювання. Цільовим орієнтиром політики формування та використання капіталу підприємств АПК є визначення його обсягу і структури, джерел покриття і співвідношення між ними, достатнього для забезпечення довгострокової ефективної фінансової діяльності підприємств.

Стратегія управління капіталом підприємств АПК підпорядкована таким стратегічним цілям, як максимізація прибутку; забезпечення інвестиційної привабливості; забезпечення фінансової стійкості; розширення реалізації продукції за рахунок власних джерел формування капіталу.

При розробці методики визначення впливу стратегічних цілей підприємств АПК на їх тактичні рішення в галузі управління капіталом доцільно використовувати апарат програмно-цільового моделювання. При цьому можливі два підходи до програмно-цільового моделювання. Відповідно до першого підходу спочатку аналізується стан системи, потім оцінюються її можливості. На підставі цього визначається мета, після чого визначаються дії, спрямовані на досягнення поставленої мети, і складається програма. Відповідно до другого підходу визначення мети є першочерговим етапом і лише потім здійснюється оцінювання факторів з позицій досягнення поставленої мети, після чого визначаються завдання, спрямовані на досягнення цієї мети, і складається програма.

До ендогенних параметрів системи управління капіталом віднесемо показники фінансового стану підприємств АПК, що включають відносні фінансові показники (ліквідності, структури капіталу, ділової активності, рентабельності); оціночну вартість майна підприємства й абсолютних фінансових показників (чистий прибуток, амортизаційні відрахування, величина дебіторської та кредиторської заборгованості, величина податкових платежів).

У табл. 1 сформульовані завдання управління формуванням та використанням капіталу, що відповідають основним стратегічним пріоритетам підприємств АПК. Доцільно також зупинитися на стратегії фінансування капіталу.

Таблиця 1

Формування складу завдань політики формування та використання капіталу підприємств АПК у відповідності до стратегічних пріоритетів

Стратегічні пріоритети	Фактори, що впливають на ризики, з якими пов'язана стратегія	Зміст завдань управління, що відповідають інтересам стратегії
1. Максимізація прибутку	<ul style="list-style-type: none"> - співвідношення обсягів необхідного і наявного капіталу; - структура оборотного капіталу за рівнем ліквідності; - склад джерел формування капіталу 	<ul style="list-style-type: none"> - визначення оптимальної величини капіталу; - забезпечення заданої рентабельності капіталу; - мінімізація сукупних витрат фінансування оборотного капіталу; - вибір моделі фінансування поточного та постійного капіталу
2. Забезпечення інвестиційної привабливості	<ul style="list-style-type: none"> - недостатність абсолютно ліквідних активів; - недостатність виробничих запасів; - високий рівень поточної заборгованості 	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення оптимальної величини оборотного капіталу, необхідного для підтримки діяльності підприємства; - оптимізація структури оборотного капіталу за рівнем ліквідності його компонентів; - оптимізація кредиторської заборгованості
3. Забезпечення фінансової стійкості	<ul style="list-style-type: none"> - співвідношення позикових і власних джерел формування оборотного капіталу; - якість дебіторської заборгованості; - синхронізація грошових потоків 	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення раціональної структури капіталу; - оптимізація обсягів дебіторської заборгованості; - оптимізація обсягів грошових потоків
4. Розширення діяльності за рахунок власних джерел формування оборотного капіталу	<ul style="list-style-type: none"> - збільшення потреби в оборотному капіталі; - потреба в додатковому зовнішньому фінансуванні для покриття дефіциту оборотного капіталу; - ризик не отримання прибутку; - ризик, пов'язаний із залученням капіталу 	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення величини оборотного капіталу, який виник в разі проведення інвестиційного проєкту; - оптимізація структури джерел оборотного капіталу; - прискорення оборотності оборотного капіталу

Оптимальний план короткострокового фінансування забезпечує підприємству досягнення його тактичної мети щодо управління капіталом, забезпечення оптимальної величини працюючого капіталу. При низькому рівні обсягу капіталу господарсько-фінансова діяльність не підтримується належним чином, у зв'язку з чим можлива втрата ліквідності та періодичні збої в роботі підприємства.

Кінцевим етапом стратегічного управління капіталом є побудова функцій регресії, які описують залежність інтегрального показника ефективності управління оборотним (робочим) капіталом (Z) від частки оборотних фондів (X_1) і засобів обігу (X_2) в оборотному капіталі. Так, розрахунок декількох варіантів економетричних моделей довів, що найвищий ступінь залежності інтегрального показника ефективності управління оборотним капіталом підприємств АПК від фондів обігу (усі $R^2 > 0,5$), описується функцією $Z = 0,9962438^{0,8040931} X_2$ ($R^2 = 0,824$), а залежність коефіцієнта від оборотного капіталу в оборотних фондах (усі $R^2 > 0,5$) – функцією $Z = -0,000767 X_1^2 + 0,1003832 X_1 - 2,249181$ ($R^2 = 0,800$).

Результати дослідження доводять, що маючи певну базу даних про динаміку зміни інтегрального показника ефективності управління оборотним капіталом підприємств АПК, можна будувати рівняння регресії, котрі будуть описувати залежність їх ефективного розвитку від кожного конкретного елемента структури оборотного капіталу та ступінь впливу кожного піделемента на структуру в цілому. Такий механізм дасть можливість гнучко моделювати оптимальну структуру оборотного капіталу підприємств АПК, за якої буде досягатися досить висока рентабельність діяльності, нормальний коефіцієнт ліквідності, достатній коефіцієнт оборотності капіталу залежно від галузевої спеціалізації підприємства АПК.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

При розробці політики раціонального управління капіталом підприємств АПК потрібно реалізувати комплекс заходів, спрямованих на забезпечення ліквідності та прискорення оборотності окремих видів оборотного капіталу (товарно-матеріальних запасів, дебіторської заборгованості, поточних фінансових інвестицій). Одним із головних шляхів нагромадження капіталу в господарсько-фінансовій діяльності підприємств АПК є вдосконалення цінової політики, тобто індивідуальна співпраця зі споживачами продукції, стимулювання виплат за поставку продукції, збільшення сум штрафів за невчасний розрахунок і в кінцевому рахунку зменшення безнадійної дебіторської заборгованості, яка спричиняє зниження ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємств АПК.

Оптимізація структури капіталу є одним із найбільш важливих і складних завдань, які вирішуються в процесі фінансового управління підприємствами АПК. При цьому у процесі оптимізації структури капіталу суб'єктів аграрного бізнесу треба враховувати основні особливості кожного елемента його складу, включно з простою залучення, тобто рішеннями, пов'язаними зі збільшенням частки власного капіталу, які ухвалюються фінансовими менеджерами підприємств без необхідності отримання згоди інших суб'єктів господарювання; високою віддачею за критерієм норми прибутку на вкладений обсяг капіталу; зменшенням ризику небезпеки фінансової нестійкості й банкрутства підприємства.

Подальші наукові дослідження у цьому напрямі стосуються формування управлінських характеристик розвитку фінансової системи підприємств АПК.

Література

1. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Юрків Н. Я. Інституційне забезпечення розширення фінансових можливостей підприємств промисловості та АПК на регіональному рівні. *Фінанси України*. 2012. № 3. С. 90–101.
2. Lupak R. L., Kynytska-Ilyash M. V. Substantiation of the directions of structural reforms in the economy of Ukraine in the context of realization of the state region and branch policy of import substitution. *Інноваційна економіка*. 2017. № 7-8 (70). С. 39–45.
3. Куницька-Іляш М. В. Європейський досвід державного регулювання та підтримки розвитку аграрного сектору економіки та можливості його застосування в Україні. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького*. Серія «Економічні науки». 2011. Том 13. № 4(50). Ч. 5. С. 135–144.
4. Gryshova I. Y., Mityay O. V., Kuzhel V. V. Competitive position stability of agricultural sector of Ukraine at internal and external markets. *Actual Problems of Economics*. 2016. № 3(177). pp. 66–72.
5. Лупак Р. Л. Державна політика імпортозаміщення в системі забезпечення економічної безпеки України: пріоритети та інструменти реалізації : монографія. Львів : Вид-во ННВК «АТБ», 2018. 527 с.
6. Напрями підвищення конкурентоспроможності аграрного сектору в умовах формування і функціонування ЗВТ і ЄС : монографія / за ред. Кваша С. С. Київ : ВД «Кондор», 2018. 444 с.
7. Куницький В. В., Куницька-Іляш М. В., Бричка Б. Б. Розвиток АПК в сучасних умовах: ефективність управлінських рішень. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького*. Серія «Економічні науки». 2013. Том 15. № 2(56). Ч. 5. С. 137–142.
8. Palyka N. Priorities ensuring of the Ukraine's agriculture competitiveness in the world markets. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2018. Vol. 4. № 4. pp. 130–145.
9. Крючкова Ж. В. Сутність конкуренції і конкурентоспроможності аграрних підприємств як економічних категорій. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 12. С. 49–53.
10. Савченко М. В., Шкуренко О. В. Тенденції і перспективи розвитку агропродовольчого ринку в умовах глобалізації економіки. *Проблеми економіки*. 2019. № 4. С. 47–54.
11. Ilyash O., Vasyltsiv T., Lupak R., Get'manskiy V. Models of efficiency of functioning in trading enterprises under conditions of economic growth. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 2011, Vol. 51, pp. 7–24.

References

1. Vasyltsiv T. G., Lupak R. L., Yurkiv N. Ya. (2012). Institutional support for the expansion of financial capabilities of industrial and agricultural enterprises at the regional level. *Finances of Ukraine*. no. 3. pp. 90-101.
2. Lupak R. L., Kynytska-Ilyash M. V. (2017). Substantiation of the directions of structural reforms in the economy of Ukraine in the context of realization of the state region and branch policy of import substitution. *Innovative economy*. no. 7-8 (70). pp. 39-45.
3. Kynytska-Ilyash M. V. (2011). European experience of state regulation and support for the development of the agrarian sector of the economy and the possibility of its application in Ukraine. *Scientific bulletin of S. Z. Gzhitsky Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology. Series "Economic Sciences"*. Vol. 13. no. 4(50). Part 5. pp. 135-144.
4. Gryshova I. Y., Mityay O. V., Kuzhel V. V. (2016). Competitive position stability of agricultural sector of Ukraine at internal and external markets. *Actual Problems of Economics*. no. 3(177). pp. 66-72.
5. Lupak R. L. (2018). State policy of import substitution in the system of ensuring economic security of Ukraine: priorities and implementation tools: monograph. Lviv: Publication of NNVK "ATB", 527 p.
6. Directions of increasing the competitiveness of the agricultural sector in the conditions of the formation and functioning of the FTA and the EU: monograph, edited by Kvasha S. S. Kyiv: VD "Condor", 2018. 444 p.
7. Kynytskyi V.V., Kynytska-Ilyash M.V., Brychka B.B. (2013). Development of agriculture in modern conditions: effectiveness of management decisions. *Scientific bulletin of S. Z. Gzhitsky Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnology. Series "Economic Sciences"*. Vol. 15. no. 2(56). Part 5. pp. 137-142.
8. Palyka N. (2018). Priorities ensuring the competitiveness of Ukraine's agriculture in the world markets. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. Vol. 4. no. 4. pp. 130-145.
9. Kryuchkova Zh. V. (2016). The essence of competition and competitiveness of agricultural enterprises as economic categories. *Investments: practice and experience*. no. 12. pp. 49-53.
10. Savchenko M. V., Shkurenko O. V. (2019). Trends and prospects for the development of the agro-food market in the conditions of economic globalization. *Problems of the economy*. no. 4. pp. 47-54.
11. Ilyash O., Vasyltsiv T., Lupak R., Get'manskiy V. (2011). Models of efficiency of functioning in trading enterprises under conditions of economic growth. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, Vol. 51, pp. 7-24.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-21>

UDC 33.332.338

Olena CHURIKANOVA

Dnipro University of Technology
<https://orcid.org/0000-0001-5703-2271>
e-mail: elenachurikanova@gmail.com

Inna TURCHANINOVA

Dnipro University of Technology
<https://orcid.org/0000-0001-5055-5889>
e-mail: turchaninovaiau@gmail.com

A COMMON FUTURE: THE ROLE OF THE CIRCULAR ECONOMY AND GREEN ENERGY IN CREATING SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Circular economy is one of the main strategies for achieving sustainable development and combating environmental problems. This article explores the issue of introducing circular business models in Ukraine, taking into account the problems and challenges faced by companies and the state. One of the main challenges for the introduction of a circular economy is the need to change ideas about the use of resources and waste. Many companies have become accustomed to a linear model of production, where the costs of resources and energy have not been properly evaluated. Therefore, new approaches to the design and production of products are needed that allow reuse of resources and reduction of waste.

The article discusses various business models of the circular economy, such as "product-service", "secondary market", "recycling", "exchange", "rental". An algorithm for introducing these business models in Ukraine, taking into account legislation and market conditions, is also provided. The authors of the article draw attention to the need for state support and openness to new initiatives in this area. Effective implementation of the circular economy requires investment in research and development, infrastructure development and legislative change.

In summary, this article provides a clear overview of the circular economy and business models that can be used to achieve sustainable development and combat environmental challenges. It also highlights the problems and challenges that arise during the implementation of circular business models in Ukraine and provides an algorithm for their implementation, taking into account legislation and market conditions. The article emphasizes the need for state support and openness to new initiatives in this area. Introducing a circular economy is an important step towards achieving sustainable development and preserving the environment for future generations.

Keywords: circular economy, sustainable development, circular economy business models, green energy

Олена ЧУРІКАНОВА, Інна ТУРЧАНІНОВА

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

СПІЛЬНЕ МАЙБУТНЄ: РОЛЬ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЗЕЛЕНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В СТВОРЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Стаття присвячена темі циркулярної економіки та її впливу на сталий розвиток і зелену енергетику. В ній описується концепція циркулярної економіки та її основні принципи, а також наводяться приклади бізнес-моделей, що допомагають зменшувати відходи та зберігати ресурси. Стаття також звертає увагу на проблеми, що виникають при запровадженні циркулярних бізнес-моделей в Україні, і пропонує алгоритм їх запровадження з урахуванням законодавства та ринкових умов. Запровадження циркулярної економіки є важливим кроком до досягнення сталого розвитку та збереження навколишнього середовища. Ця стаття демонструє необхідність підтримки держави та відкритості для нових ініціатив у цій сфері.

Ключові слова: циркулярна економіка, сталий розвиток, бізнес-моделі циркулярної економіки, зелена енергетика

Introduction

The circular economy and green energy are becoming more and more relevant every year as the world faces serious challenges related to climate change, depletion of natural resources and growing waste.

The circular economy is a system in which resources are used as efficiently as possible and waste is turned into resources for the next cycle of use. This reduces the amount of waste and the consumption of new resources. The circular economy is becoming increasingly relevant in the face of growing waste, environmental pollution and dwindling natural resources.

Green energy is a system that uses energy sources that do not cause carbon and other pollutant emissions. Green energy is becoming increasingly important in the context of growing energy demand and increasing volatility in oil and gas prices. The use of green energy can reduce dependence on oil and gas imports and reduce carbon emissions that cause climate change.

Thus, the circular economy and green energy are becoming more and more relevant every day, as they help reduce environmental impact and preserve natural resources for future generations.

Current research on the circular economy and green energy is important for solving serious environmental and economic problems.

Research in the field of the circular economy allows us to develop new technologies and approaches to the use of resources. They help to reduce waste and reduce the consumption of new resources. This can lead to reduced environmental pollution, increased resource efficiency and reduced dependence on imported resources.

Green energy research helps to develop new technologies and approaches to the use of energy sources. They can reduce dependence on oil and gas imports, reduce carbon and other pollutant emissions, and improve energy efficiency. This can lead to reduced environmental pollution, increased energy security and lower energy costs.

Such research also helps to address the economic challenges associated with dependence on imported resources and changes in energy prices. The development of the circular economy and green energy can be a key factor in creating stable and sustainable economic development.

Research in the field of circular economy and green energy is carried out by scientists from various fields, such as economics, ecology, engineering, chemistry, and others. Some of the most prominent scholars who have done research in these areas include [1–15] McDonough W., Braungart M., Webster K., Bach, Lacy P., Rutqvist J., Pauli G., Hawken P., Lovins A., Lovins L. H. and others. But their research does not exhaust the full range of issues and challenges that are constantly emerging in a rapidly changing world. Consequently, research in this area is still relevant.

The purpose of this article is to determine the role of the circular economy in the field of green energy in order to create sustainable development.

Experimental part

Circular economy business models in green energy are typically based on the idea of using renewable energy sources and reducing waste through efficient use of resources and reuse of materials. One such business model is the use of solar energy to generate electricity. Solar panels are manufactured using recycled materials, such as recycled glass and metal structures. After the panels are used, they can be recycled to make new panels, reducing waste and the consumption of new materials.

Another business model is energy efficiency and energy conservation. Companies can provide energy saving services, install energy efficient systems, and sell energy generated from renewable energy sources. At the same time, companies can attract customers through collaboration and partnerships, creating circular ecosystems where waste from one business becomes a resource for another.

Other business models may also include reusing batteries from electric vehicles for energy storage, using biomass to produce biofuels, and other innovative technologies that reduce the consumption of natural resources and environmental impact. The main goal of these business models is to create efficient, sustainable and competitive ecosystems where waste becomes a resource and negative environmental impacts are reduced.

In addition, the circular economy in green energy can provide additional benefits for companies, such as reduced material and energy costs, increased sustainability of resource supply, reduced environmental impact and increased production efficiency. In summary, green energy circular economy business models aim to address waste and renewable energy issues while ensuring ecosystem sustainability and efficiency.

Here are some examples of circular economy business models in green energy:

Wind turbine power generation - companies can use circular economy principles, such as repairing and recycling wind turbines instead of throwing them into landfill.

Solar panels - companies can reuse solar panels that are no longer in use and recycle them into raw materials for the production of new panels.

Energy efficiency - companies can reduce energy consumption by implementing energy-efficient technologies and reusing materials, which reduces waste production.

Use of biomass - companies can use organic waste, such as crop residues, wastewater and other biological resources, to produce electricity.

Circular energy use - companies can create closed-loop energy systems that conserve and reuse energy from various sources, such as the sun, wind and geothermal energy.

Smart grid management - companies can use smart grid management technologies to reduce transmission losses and ensure more efficient use of energy.

Integration of energy conservation and energy management systems - companies can use integrated energy conservation and energy management systems to ensure optimal energy use and reduce the burden on energy systems.

Resource circularity - companies can ensure the reuse and recycling of resources used to produce green energy, such as metals and plastics, reducing waste production and pollution.

These examples demonstrate that circular economy business models can be applied across a range of green energy sectors. They help to conserve resources and reduce waste production and pollution, which has a positive impact on business sustainability and the environment in general.

However, it is worth noting that the implementation of circular economy business models in the green energy sector may require significant investment and effort to ensure optimal use of resources and energy. However, in the long run, these efforts can lead to a sustainable and environmentally friendly business.

Today, there are several companies using circular business models in the green energy sector. Here are some examples:

1. Tesla is a manufacturer of electric vehicles and energy storage. The company creates energy storage devices that can store electricity from solar panels and wind turbines to meet consumers' energy needs throughout the day.

2. Vestas is a company that specialises in the production of wind turbines. Vestas builds wind turbines that can be fully recycled and recyclable at the end of their life cycle.

3. Enerkem is a company that produces fuel from landfill waste. Enerkem uses gasification technology to convert landfill waste into ethanol and other fuels.

4. Enel is one of the world's leading producers of electricity from renewable energy sources. The company develops renewable energy projects such as wind and solar power plants.

5. Circular Energy Storage is a company specialising in the recycling of old batteries for energy storage. The company ensures the preservation of materials used in old batteries and recycles them into new batteries.

6. Dong Energy is a Danish company specialising in the production of electricity from renewable sources such as wind and solar. They also have a target to reduce their CO₂ emissions by 50% by 2025.

7. Neste is a Finnish company specialising in the production of biodiesel and renewable products. They use waste and residues from biodiesel production to produce new renewable products.

8. Ecovative is an American company that produces biodegradable plastic using mushrooms. This plastic can be used as packaging for wind and solar power plants.

All of these companies are excellent examples of how the circular economy can be an important element in green energy and help reduce environmental impact.

– The implementation of circular business models can face a number of challenges, including
– High costs: In the first years of implementing a circular business model, the costs can be very high. Investments in new technologies, processes and equipment, as well as staff retraining, are required.

– Lack of standards: currently, there are no global standards that define the principles and rules for using circular business models. This can lead to inequality in the development of this market and difficulties in interaction between companies and other participants.

– Lack of support from governments: some countries do not provide sufficient support for companies that want to switch to circular business models. This can be an obstacle to the development of this area.

– Lack of market for recycled materials: some companies may face the problem of a lack of market for recycled materials. If there is not enough demand for recycled materials, companies will not be able to effectively use circular business models.

– Changes in consumer habits are needed: Changes in consumer habits are needed to successfully implement circular business models. This can be difficult as many people are used to throwing away waste and buying new products instead of repairing and recycling old ones.

– High implementation costs: The transition to a circular economy may require major investments in new infrastructure and technologies that use resources more efficiently. Many companies may be experiencing great pressure on their financial resources.

– Lack of incentives: In most countries, there are insufficient incentives for companies seeking to make the transition to a circular economy. Most legislation is aimed at encouraging cost and innovation rather than resource conservation.

– Lack of standards: There is a relative lack of standards for measuring and assessing the environmental and societal impacts of circular business models. This can lead to companies not being able to replicate their successes in other regions where different regulations and standards exist.

– Lack of access to necessary resources: Companies may face challenges in accessing the necessary resources to implement circular business models, such as recycled materials, renewable energy and technology. This can lead to dependence on some suppliers, which can be risky in the context of risk diversification and business stability.

– Consumer uncertainty: Consumers may not be sufficiently convinced of the benefits of circular business models and may not like new products and services. This can lead to low levels of demand, which can make the business model more difficult and reduce its profitability.

– Lack of government support: companies may face the challenges of not having the right legislation and insufficient government support to implement circular business models. This may result in companies not being able to compete effectively with traditional businesses that use more costly and less sustainable production methods.

– Business model uncertainty: Some companies may be unsure of how best to implement a circular business model and what changes are needed. This can lead to uncertainty and inefficiency, and increase the risk of wasting resources and money on business model implementation.

– Another challenge is the lack of a regulatory and legislative framework that can support circular business models and facilitate their implementation. Some legal deficiencies may result in some business models not being legally possible or becoming too complex to implement.

– Another problem is the relative novelty of these approaches and the lack of knowledge and skills in their implementation among the business community. Some companies may be unable to understand how to adapt their existing processes and production lines to the circular economy, which may reduce interest in implementing it.

In addition, some business models may require large upfront investments or additional resources, such as new technologies and infrastructure, which may be prohibitive for companies that do not yet have sufficient experience in the circular economy.

It is also important to consider differences between countries and regions. There are various national and regional characteristics that can influence the implementation of circular business models, such as the level of economic development, national cultural characteristics, the level of support from the government, etc.

The introduction of circular business models in Ukraine has significant potential for economic development and environmental improvement. The main prospects for implementing a circular economy in Ukraine include:

a) Reducing waste and improving waste management. The circular economy helps to reduce waste and ensures the reuse and recycling of materials. As a result, the negative impact on the environment and the country's economy is reduced.

b) Development of renewable energy. A circular economy promotes the development of renewable energy and reduces dependence on oil and gas imports. Ukraine has significant potential for the development of renewable energy, in particular wind and solar energy.

c) Creating new jobs and increasing the competitiveness of the economy. The introduction of circular business models can help create new jobs and increase the competitiveness of the country's economy.

d) Development of innovations and improvement of product quality. The circular economy stimulates the development of new innovative products and services, which has a positive impact on product quality and value.

e) Attracting investment and promoting economic development. The introduction of circular business models can be an attractive investment.

Ukraine is in the early stages of developing a circular economy and green energy. The main challenges include the following:

A. Insufficient attention from the state. The Ukrainian government has not created an appropriate legal environment for the development of the circular economy and green energy. The absence of a clear strategy and regulatory framework results in a lack of investment and development of business models in these sectors.

B. Lack of awareness among the population and the business community. Ukrainian consumers and businesses do not have a sufficient understanding of the circular economy and green energy, which may lead to a lack of demand for products based on these principles.

C. Lack of infrastructure. Ukraine lacks facilities for waste recycling and reuse of materials. A developed waste collection and disposal system is needed, as well as infrastructure for renewable energy processing.

D. Financial constraints. Lack of investment and high costs of renewable energy and waste processing discourage businesses from investing in these sectors.

Despite these challenges, Ukraine has the potential to develop a circular economy and green energy. This requires government support, infrastructure development, investment attraction and the creation of a conscious business community.

One of the main obstacles to the introduction of circular business models in Ukraine is the lack of incentives for this area of business development from the state. Currently, there are no legislative acts and regulatory documents that would facilitate the development of the circular economy in the country.

Also, one of the biggest obstacles to the implementation of circular business models is the lack of awareness and interest on the part of the business community in the need to move to this way of economic activity. Many companies in Ukraine do not yet understand how circular business models can benefit not only the environment but also their own business.

There is also a need for support from financial institutions that would provide financial support to companies that want to implement circular business models.

Today, there are a variety of companies in Ukraine that use circular business models. Here are some examples:

Ecosoft is a water management company that offers innovative water treatment technologies. They use a circular approach by collecting water, treating it and reusing it. The company also works with consumers to help them reduce their water and energy consumption.

DTEK Renewables is a company that produces electricity from wind and solar power plants. They take a circular approach by using renewable energy sources, which allows them to reduce their carbon footprint and helps to conserve resources.

ReCircle is a Ukrainian company that is engaged in the recovery and recycling of used cast aluminium batteries. The company collects used batteries and recycles them into cast aluminium, which can be used again in the production of new batteries.

Recyclix is a company that offers comprehensive solutions for waste management and the use of waste as a raw material in industry. They process waste from polymeric materials and use them as raw materials for the production of new products.

"Kofein is a Ukrainian clothing brand based on the concept of a circular economy. It creates clothes from recycled materials and offers recycling services for existing clothes. The brand is committed to avoiding unnecessary waste and encourages customers to hand in old clothes for recycling.

"U-Rec is a Ukrainian company that recycles plastic and manufactures products from recycled material. The company uses circular economy principles to minimise waste and reduce its negative impact on the environment.

"Eco-Fusion is a company that produces eco-fuels from ordinary garbage and waste. It uses circular economy principles to maximise resource efficiency and minimise waste.

"Green Wave is a Ukrainian company that produces eco-friendly detergents and cleaning products using only natural and biodegradable materials. The company also recovers and recycles used packaging and materials.

"Ekobiotek is a Ukrainian company that produces biofuels from agricultural and food waste. The company adheres to the principles of the circular economy, using waste as a raw material for the production of new products.

Interaction between the government, business and the public in the green energy circular economy is very relevant, as it contributes to the balanced development of the economy, conservation of natural resources and reduction of environmental impact. In the circular economy of green energy, it is important to create conditions for the production and use of environmentally friendly technologies and materials, which will reduce waste and environmental pollution. To do this, it is necessary to develop and implement relevant legal acts, create conditions for innovation and research that will help increase resource efficiency and reduce production costs.

Business, in turn, should ensure that products and services are produced using environmentally friendly technologies and materials, and cooperate with the authorities and the public in creating infrastructure for waste recycling and the use of secondary resources. The population, in turn, can be an active participant in this process, ensuring demand for environmentally friendly products and services, responsible use of resources and separate waste collection. Thus, the interaction between the government, business and the public in the green energy circular economy allows for an efficient and sustainable economy that will contribute to the conservation of natural resources.

Figure 3 shows the algorithm of interaction between the government, business and people for the successful implementation of circular economy business models.

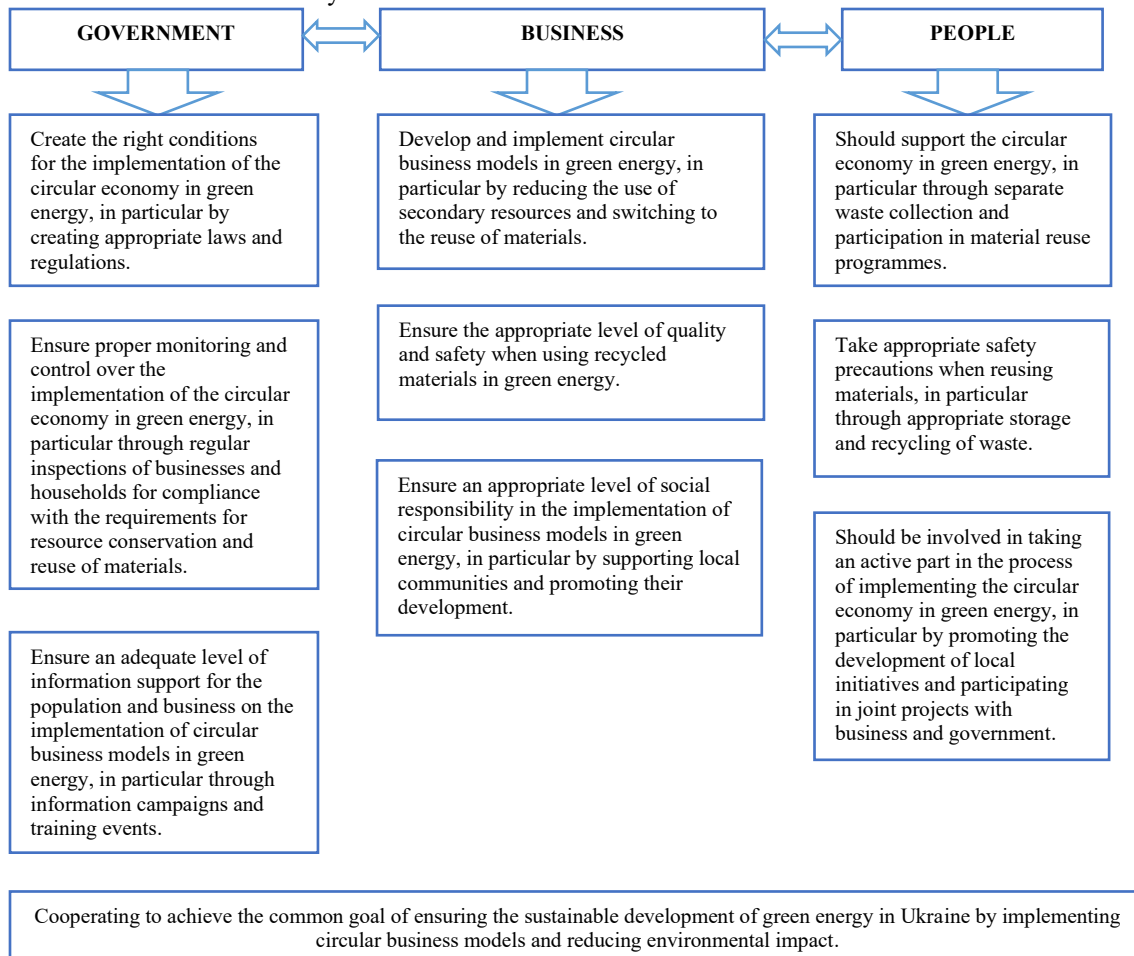


Fig. 1. Algorithm of interaction between the government, business and people for the successful implementation of business models of the circular economy

Conclusion

Based on the analysis of the existing problems and prospects, we will formulate a step-by-step algorithm of what needs to be done in Ukraine to promote the introduction of circular business models in green energy:

Step 1: Create a national green energy strategy that takes into account the circular economy. This strategy should include the definition of goals, objectives, planning and specific measures to increase the use of secondary resources, reduce waste and reuse them.

Step 2: Develop and adopt legislation that will facilitate the development of circular business models in green energy. For example, this could include legislation that promotes the reuse of materials, financial support for businesses that operate in the field of reuse and waste recycling.

Step 3: Establish a support programme for businesses that produce green energy through circular business models. This programme could include measures such as financial support, advisory assistance, development of new technologies, infrastructure development, etc.

Step 4: Promote public awareness of green energy and the circular economy. This can be done through advertising campaigns, educational events, conferences and seminars.

Step 5: Ensure that the necessary infrastructure for the development of a green energy circular economy is in place. This may include the creation of modern sorting lines, processing plants, the development of a waste collection and recycling network, and support for the creation of new circular business models.

Step 6: Promote international cooperation with countries that are already successfully developing a circular economy in green energy. This will allow to acquire new knowledge and technologies, increase competitiveness in the global market and accelerate the development of circular business models in green energy in Ukraine.

Step 7: Monitor and evaluate the effectiveness of the implementation of circular business models in green energy in Ukraine. This will allow for timely identification of problems and shortcomings, as well as implementation of the necessary changes to achieve the goals.

Step 8: Continuously improve and develop green energy policy in line with the circular economy. This will ensure the sustainable and efficient development of green energy and the circular economy in Ukraine in the long term.

References

1. Ellen MacArthur Foundation. Completing the Picture: How the Circular Economy Tackles Climate Change, 2020, 84 p.
2. European Commission. Circular Economy Action Plan: For a Cleaner and More Competitive Europe, 2020, 24 p.
3. Geissdoerfer M., Savaget P., Bocken N. M., Hultink E. J. The Circular Economy – A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 2017, p. 757-768.
4. Kirchherr J., Reike D., Hekkert M. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 2017. p. 221-232.
5. Lieder M., Rashid A. Towards circular economy implementation: A comprehensive review in context of manufacturing industry. *Journal of Cleaner Production*, 2016. P. 36-51.
6. Lombardi F., Carli R. The Circular Economy and the Post-COVID-19 Economic Recovery: A Sustainable Business Model. *Sustainability*, 2020. Vol. 12(16).
7. Manzardo A., Ren J., Mazzi A. The circular economy: A review of definitions, strategies and implementation. *Journal of Cleaner Production*, 2020. Vol. 251, p. 1-17.
8. McDonough W., Braungart M. *The Upcycle: Beyond Sustainability – Designing for Abundance*, 2018. 432 p.
9. Nazarko J., Ratajczak P. An assessment of circular economy concepts implementation in the European Union countries. *Journal of Cleaner Production*, 2018. Vol. 171, p. 1352-1364.
10. Pauli G. *The Blue Economy: 10 Years, 100 Innovations, 100 Million Jobs*, 2010. 320 p.
11. Stahel W. R. The circular economy. *Nature*, 2016. Vol. 531(7595), p. 435-438.
12. Su B., Heshmati A., Geng Y., Yu X. A review of the circular economy in China: moving from rhetoric to implementation. *Journal of Cleaner Production*, 2013. Vol. 42, p. 215-227.
13. Tukker A., Tischner U. New Business for Old Europe: Product-Service Development, Competitiveness and Sustainability. 2018 492 p.
14. United Nations Environment Programme. *Global Resources Outlook 2019: Natural Resources for the Future We Want*. 2019. 708 p.
15. Wang L., Xue B., Zhang X. Exploring the Circular Economy Effect on Economic Growth in China. *Sustainability*, 2020. Vol. 12(12), 5097.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-22>

УДК 65.018

Тетяна ВЛАСЕНКО

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
<https://orcid.org/0000-0002-9515-2423>

Тетяна ЛАРИНА

Державний біотехнологічний університет
<https://orcid.org/0000-0003-3149-8430>

Сергій СТЕПАНЕНКО

Державний біотехнологічний університет
<https://orcid.org/0000-0002-6132-328X>

ВПЛИВ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення економічної безпеки підприємства відіграє значну роль у його функціонуванні загалом. Реалізація ефективного механізму економічної безпеки підприємства потребує належної уваги з боку керівників до питань рівня інтегрованості в глобальний інформаційний простір, економічних інтересів компанії, рівня витрат корпоративних ресурсів і чіткої організації діяльності. В основі механізму процесу забезпечення економічної безпеки знаходиться системне поєднання певних інструментів, методів, засобів та інформаційно-аналітичного процесу забезпечення, створюваного на базі об'єктивно існуючих принципів процесу забезпечення економічної безпеки, а також таких, що формуються суб'єктами управління економічною безпекою підприємства для досягнення та захисту його фінансових інтересів. В даний час проблема підвищення якості стає основним критерієм покращення якості життя, соціально-економічної, зовнішньоекономічної, політичної, екологічної безпеки. Поняття якості продукції зіставляється з конкурентоспроможністю, маючи загальну сферу формування та прояви. Якщо не підвищувати конкурентоспроможність підприємств, то неможливий розвиток як економіки держави в цілому, так і її окремих регіонів. Конкурентоспроможність підприємства сфери АПК залежить від можливостей конкретного товаровиробника виробляти конкурентоспроможний товар, споживчі та якісні характеристики якого порівняно з товарами аналогами визначають його ринковий успіх як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Проблема забезпечення якості є однією з найбільш значимих соціально-економічних проблем сучасного світу, не винятком є сфера АПК. Потенціал виживання підприємства, а також його стійке становище на ринку визначається рівнем конкурентоспроможності, який, в свою чергу, залежить від десятка факторів, але насамперед від рівня цін і якості продукції. У сучасному світі якість продукції висувається на перший план, залишаючи позаду себе продуктивність праці, а також економію всіх видів ресурсів.

Ключові слова: якість продукції, конкурентоспроможність, економічна безпека, аграрна сфера, продукція.

Tetiana VLASENKO

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Larina TETIANA, Sergii STEPANENKO

State Biotechnological University

THE EFFECT OF IMPROVING THE QUALITY OF AGRICULTURAL PRODUCTS ON ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

Ensuring the economic security of the enterprise plays a significant role in its functioning in general. The implementation of an effective mechanism of economic security of the enterprise requires due attention from the managers to the issues of the level of integration into the global information space, the economic interests of the company, the level of expenditure of corporate resources and a clear organization of activities. The basis of the mechanism of the process of ensuring economic security is a systematic combination of certain tools, methods, means and the information and analytical process of provision, created on the basis of objectively existing principles of the process of ensuring economic security, as well as those formulated by subjects of economic security management of the enterprise for achieving and protecting his financial interests. Currently, the problem of quality improvement is becoming the main criterion for improving the quality of life, socio-economic, foreign economic, political, and environmental security. The concept of product quality is compared with competitiveness, having a general sphere of formation and manifestation. If the competitiveness of enterprises is not increased, the development of both the economy of the state as a whole and its individual regions is impossible. The competitiveness of an agribusiness enterprise depends on the ability of a specific producer to produce a competitive product, the consumer and quality characteristics of which, compared to similar products, determine its market success both on the domestic and foreign markets. The problem of quality assurance is one of the most significant socio-economic problems of the modern world, and the sphere of agriculture is no exception. The company's survival potential, as well as its stable position on the market, is determined by the level of competitiveness, which, in turn, depends on a dozen factors, but primarily on the level of prices and product quality. In the modern world, product quality comes first, leaving behind labor productivity, as well as saving all kinds of resources

Keywords: product quality, competitiveness, economic security, agrarian sphere, products.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Підвищення ефективності функціонування аграрної сфери має велике значення для зміцнення продовольчої незалежності країни, та значною мірою залежить від розвитку підприємницької діяльності, спрямованої на стабілізацію та розвиток виробництва сільськогосподарської продукції, яка є основою

створення продовольчого фонду країни, а також визначальним чинником розвитку більшості галузей переробної промисловості. Від рівня розвитку аграрної економіки багато в чому залежать економічна стабільність у країні, а також її продовольча та економічна безпека.

Економічна безпека є найважливішою характеристикою фінансово-економічної діяльності підприємства в умовах ринкової економіки. Якщо підприємство економічно безпечно, то воно має перевагу перед іншими підприємствами у залученні інвестицій, отримання кредитів, у виборі постачальників і у підборі кваліфікованих кадрів. Зрештою, воно не входить у конфлікт із державою та суспільством, оскільки сплачує своєчасно податки до бюджету, внески до соціальні фонди, заробітну плату.

В даний час діюча система процесу забезпечення безпеки є запорукою для стабільного розвитку суб'єкта господарювання. Однак більшість підприємств не розробляє і не впроваджує в свою діяльність цілісний механізм забезпечення безпеки, вважаючи, що подібна стаття витрат знайде своє негативне відображення на процес отримання прибутку підприємством. Виявлення загроз економічній безпеці сприяє своєчасному застосуванню відповідних інструментів, мінімізувати ефекти ризиків та максимізувати позитивно впливають фактори на показники сільськогосподарського підприємства.

Однак результативність діяльності багато в чому залежить від рівня системи та механізму забезпечення економічної безпеки підприємства. Проблеми економічних суб'єктів неможливо знайти вирішені без формування конкретного механізму, який би їх стійкий розвиток. Механізм забезпечення економічної безпеки визначається настільки, наскільки ефективно його керівництву і фахівцям вдається запобігти можливим загрозам і усунути шкоду від негативних впливів на ті чи інші складові економічної безпеки.

Аналіз досліджень та публікацій

Проблеми впливу якості на забезпечення конкурентоспроможності продукції та підприємства загалом досліджували багато українських та зарубіжних науковців, серед яких необхідно виділити наступних: Г. Азоєв, А. Воронкова, Є. Гончаров, Л. Дейнека, О. Дуброва, К. Ісікава, Г. Клейнер, С. Ковальчук, Ю. Койфман, М. Круглов, В. Москалюк, В. Руденко, М. Савченко, Н. Салухіна, О. Язвінська та багато інших.

Проаналізувавши науковий доробок по зазначеній тематиці, необхідно зазначити, що управлінню якості в умовах конкурентної парадигми приділено недостатньо уваги та вимагатиме подальших досліджень з метою їх практичної реалізації.

Формулювання цілей статті

Мета статті дослідити вплив якості продукції сільськогосподарських підприємств на конкурентоспроможність як основу забезпечення економічної безпеки

Виклад основного матеріалу

Підприємства сільського господарства в сучасній економіці зазнають значних труднощів, оскільки результат їхньої діяльності залежить не тільки від відомих економічних та фінансових факторів, що належать до виробничої діяльності, а й від технічних, природних та кліматичних умов, що стримують їхню конкурентоспроможність.

Економічна стійкість сільськогосподарських підприємств залежить від внутрішніх факторів, таких як ресурсний потенціал та його ефективне використання, технологічна оснащеність виробництва, економічний і технологічний розвиток підприємства, що забезпечує високий рівень рентабельності.

Ф. І. Євдокімов та О. О. Бородіна серед сфер виробничо-господарської діяльності підприємства, що забезпечують економічну безпеку, пропонують виділити: техніко-технологічну (рівень освоєння виробничої потужності, інноваційну політику підприємства, своєчасне оновлення основних виробничих фондів, технічний рівень виробництва); ресурсну (забезпеченість виробництва основними ресурсами: фінансовими, матеріальними, трудовими); фінансову (рівень рентабельності, доступ до кредитів, оптимальна структура капіталу, частка ринку); інтелектуальну і кадрову (корпоративна культура, інтелектуальність, потенціал персоналу); інформаційну (створення інформаційної системи підтримки рішень); соціальну (наявність соціальних програм підприємства, рівень оплати праці, статус підприємства). Кожна зі сфер характеризується системою якісних та кількісних індикаторів (параметрів), значущість яких для оцінки економічної безпеки не є рівнозначною [1].

Поточний розвиток бізнесу тісно пов'язаний з високим рівнем його економічної безпеки. Тому що тільки в таких умовах можливо забезпечити ефективне стратегічне планування, ефективне управління та моніторинг як внутрішніх, так і зовнішніх бізнес-процесів тощо. Нові технології та високоякісний фізичний капітал відіграє вирішальну роль у перетворенні сільського господарства до ефективного та конкурентоспроможного напрямку розвитку забезпечення техніко-економічної безпеки.

Різноманіття господарських зв'язків, в які вступає підприємство в процесі своєї господарської діяльності, призводить до виникнення великої кількості факторів впливу на економічну безпеку його

діяльності. Тому виявлення факторів ризику, небезпек і загроз – одне з найбільш важливих завдань забезпечення економічної безпеки [2].

Економічна безпека сільськогосподарського підприємства є таким станом корпоративних ресурсів і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективне їхнє використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам, загрозам. До речі, рівень безпеки підприємства залежить саме від того, наскільки ефективно її керівництво і менеджери підготовлені до можливих загроз і яким чином та як швидко вони зможуть ліквідувати ці загрози, що несуть шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища [3].

Сільськогосподарські підприємства мають свою специфіку роботи, яка відрізняється від промислових підприємств. До того ж суб'єкти аграрних підприємств мають додаткові ризики. Насамперед це зумовлено сезонністю виробництва, обмеженістю земельних ресурсів, недостатньо розвинутою інфраструктурою аграрних ринків, значною залежністю від природно-кліматичних умов виробництва сільськогосподарської продукції. Тому при визначенні суті економічної безпеки слід зважати на специфіку роботи підприємства. Таким чином можна трактувати термін економічної безпеки сільськогосподарських підприємств – це стан підприємства, що характеризує готовність та стійкість до різних зовнішніх та внутрішніх загроз та продовжувати ефективно розвиватися. Дотримання економічної безпеки аграрного підприємства передбачає досягнення стабільного стану, при якому підприємство буде швидко та максимально ефективно відновлюватися після будь яких зовнішніх та внутрішніх загроз [4].

Важливу роль у забезпеченні економічної безпеки відіграє техніко-технологічна складова, яка полягає у рівні застосування на підприємстві технологій та дослідженні ринку технологій для виробництва аналогічної продукції (характеризується рівнем впровадження прогресивних технологій, власних розробок в технологічний комплекс підприємства) [5]. Загрозами техніко-технологічної складової є зниження рівня технічного потенціалу підприємства, порушення дисципліни, зниження якості продукції, моральне старіння використовуваної техніки і технологій

Так як саме конкурентні переваги підприємства на сьогоднішній день є найбільш впливовим чинником забезпечення економічної безпеки підприємства, виникає необхідність у дослідженні взаємозв'язку економічної безпеки та конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства є основою забезпечення економічної безпеки, що дозволяє підприємству стійко функціонувати. Конкурентоспроможність підприємства є основою забезпечення економічної безпеки і запорукою її міцного формування, що дозволяє підприємству утримувати стійкі позиції на ринку. Зв'язок економічної безпеки є взаємообумовленим: для реального забезпечення економічної безпеки слід вирішити проблему конкурентоспроможності, і навпаки, для високої конкурентоспроможності підприємства слід приділяти велику увагу його економічній безпеці [6].

Економічна безпека розглядається також і з позицій важливості її в забезпеченні конкурентостійкості підприємства. Якщо підприємство не забезпечило своєї економічної безпеки, воно не зможе утримати та в повному обсязі використати й свої конкурентні переваги, і, отже, неминуче втратить конкурентоспроможність [7].

У сучасних умовах виживання будь-якого підприємства, його стійке становище на ринку товарів та послуг визначаються рівнем конкурентоспроможності, яка пов'язана з ціною та якістю продукції.

В даний час на міжнародних ринках мають попит товари високої якості за відносно помірними цінами. Продукція низької якості зазвичай не знаходить збуту навіть за низькими цінами. Ця обставина має значення для організації робіт з управління якістю продукції. Відмінною особливістю проблеми якості в сучасних умовах є те, що зі зміною умов та життя людей вона не спрощується, а стає дедалі складнішою.

Числові значення показників якості вимірюються як і розмірних, і у безрозмірних величинах. Залежно від властивостей продукції показники якості можуть бути віднесені до одного із двох класів:

- можуть бути вимірні об'єктивними засобами – потужність, швидкість, вага, напруга тощо;
- не можна визначити об'єктивними засобами смак продуктів, зовнішній вигляд, запах тощо.

Залежно від цілей оцінки якості продукції є різні класифікації показників якості. Ознаками класифікації є властивості, що характеризуються, спосіб вираження, кількість властивостей, що характеризуються, застосовуваність для оцінок, стадії визначення значень показників.

1. Класифікаційна група, призначена для вибору та обґрунтування номенклатури показників якості, що відповідають конкретній потребі. До цієї групи входять показники призначення, економічного використання ресурсів (сировини, матеріалів, палива, енергії), надійності (безвідмовності, довговічності, ремонтпридатності, збереження), ергономічні та естетичні показники, показники технологічності, транспортабельності, стандартизації та уніфікації, патентно-правові, показники екологічності та безпеки.

Показники призначення характеризують властивості продукції, що визначають основні функції, для виконання яких вона призначена, та обумовлюють сферу її застосування. Вони характеризують найважливіші характеристики продукції.

Показники економного використання сировини, матеріалів, палива та енергії характеризують властивості виробу, що відображають його технічну досконалість за рівнем або ступенем споживаної сировини, матеріалів, палива та енергії при експлуатації.

Показники надійності. Визначення надійності тісно пов'язано з поняттями «працездатність» і «відмова». Працездатний стан – такий, за якого продукція здатна виконувати задані функції або зберігати значення параметрів у заданих межах. Відмова – порушення працездатності продукції. Надійність характеризується безвідмовністю, збереженням, ремонтпридатністю. Безвідмовність характеризується часом напрацювання відмову (тобто до першої відмови). Зберігаємось характеризується умовами зберігання та транспортування, а також заходами захисту від шкідливих впливів та визначається часом придатності продукції. Ремонтпридатність характеризується часом відновлення.

Показники технологічності характеризують системно-структурні властивості продукції, що визначають можливості зниження витрат трудових, матеріальних та енергетичних ресурсів на її створення та застосування при досягненні заданого ефекту від використання продукції відповідно до призначення та прийнятих раціональних умов виробництва, експлуатації або застосування.

Показники транспортабельності характеризують пристосованість продукції до переміщення у просторі (транспортуванні), що не супроводжується експлуатацією чи споживанням, а також підготовчими та заключними операціями, пов'язаними з транспортуванням.

2. Класифікаційна група, де класифікаційною ознакою є спосіб вираження, служить для техніко-економічного аналізу якості продукції, при якому необхідно знати корисний ефект кожної властивості, виражений як у натуральних, так і в вартісних величин.

3. Класифікаційна група, де класифікаційною ознакою є кількість властивостей, що характеризуються, служить для застосування показників якості у різних методах оцінки рівня якості продукції

З поняттями «рівень якості продукції» та «технічний рівень» тісно пов'язане поняття конкурентоспроможність. Конкурентоспроможність продукції підприємства визначається результатом конкурентної боротьби у часі — зайнятою часткою конкретного ринку. Вимір можливий як у натуральних, так і в вартісних одиницях, які більш точні при диференціації цін та якості продукції. За результатами конкурентної боротьби за ринок збуту конкурентоспроможність продукції даного підприємства може бути визначена ставленням займаних часткою ринку за обсягами продукції даного підприємства до конкуруючим часткам ринку продукції, зайнятим кожним підприємством.

Управління якістю продукції включає в себе методи та діяльність оперативного характеру. До них відносяться управління процесами, виявлення різноманітних невідповідностей у продукції, виробництві або в системі якості та усунення цих невідповідностей і причин, що їх викликали. Прикладом управління якістю може бути статистичне регулювання технологічного процесу за допомогою контрольних карток. Цей метод дозволяє попереджати появу дефектів і відхилень, тому віддають перевагу іншим методам, пов'язаним з управлінням якістю по виявленні вже відхилень.

Мета постійного покращення якості продукції може бути наступною:

- покращення параметрів продукції;
- підвищення стабільності якості виготовлення;
- зниження витрат.

Це пов'язано з принципами оптимізації, де в якості оптимізованого параметра може виступати якийсь один, а інші є обмеженнями.

Система менеджменту якості є частиною системи менеджменту підприємства, яка спрямована на досягнення якості, що задовольняє потреби заінтересованих сторін. Цілі у сфері якості доповнюють інші цілі підприємства, пов'язані з розвитком, фінансуванням, рентабельністю, довкіллям, охороною праці та безпекою. Різні частини системи управління підприємства можуть бути інтегровані разом із системою управління якістю в єдину систему управління, що використовує загальні елементи. Це може полегшити планування, виділення ресурсів, визначення додаткових цілей та оцінку загальної ефективності підприємства.

Підприємство має розробити, задокументувати, запровадити та підтримувати у робочому стані систему менеджменту якості, а також постійно покращувати її ефективність. Для виконання цих вимог підприємству потрібно:

- визначити процеси, необхідні для системи управління якістю, та їх застосування для всього підприємства;
- визначити послідовність і взаємодію цих процесів;
- визначити критерії та методи, необхідні для забезпечення результативності як під час здійснення, так і при керуванні цими процесами;
- забезпечити наявність ресурсів та інформації, необхідних для підтримки цих процесів та моніторингу;
- безперервно здійснювати моніторинг та аналіз цих процесів;

• вживати заходів, необхідних для досягнення запланованих результатів та постійного покращення цих процесів.

Система менеджменту якості включає у собі ряд взаємозалежних процесів. Процеси, необхідні системою управління якістю, охоплюють як життєвий цикл продукції (ті його стадії, що безпосередньо сприяють виробництву продукції чи наданню послуг), але також численні процеси менеджменту, моніторингу: менеджмент ресурсів, обмін інформацією, внутрішні аудити, аналіз керівництва та інші процеси. Входи та виходи цих процесів часто можуть відноситися як до зовнішніх, так і до внутрішніх споживачів. Моделювання мережі процесів показує, що споживачі відіграють істотну роль щодо вимог як входів процесів. Зворотний зв'язок від споживачів, що свідчить про задоволеність чи незадоволеність виходом процесу, є істотним входом для процесу постійного покращення системи менеджменту якості.

Одним з ефективних засобів забезпечення конкурентоспроможності та стійкості вітчизняних підприємств є гнучкість його виробничих систем, здатність адаптуватися до змін умов функціонування з меншими витратами і без втрат. Пошук своїх споживачів, розроблення нових видів продукції самі не можуть зберегти конкурентні переваги та стійкість підприємства, якщо якість виготовлення продукції не відповідає світовим стандартам [8].

Соціально-економічне значення підвищення якості й конкурентоспроможності продукції полягає в тому, що заходи спрямування сприяють формуванню ефективнішої системи господарювання за умов ринкових відносин. Соціально-економічна ефективність підвищення конкурентоспроможності продукції, що виготовляються підприємствами полягає передусім у тому, що високоякісна та конкурентоспроможна продукція завжди повніше й ліпше задовольняє суспільно-соціальні потреби в ній; підвищення якості продукції є специфічною формулою виявлення закону економії робочого часу; конкурентоспроможна продукція забезпечує постійну фінансову стійкість підприємства та сприяє покращенню кінцевих фінансових результатів діяльності підприємства [9].

Сучасна ринкова економіка диктує принципово нові вимоги до якості продукції, що випускається. Така тенденція пояснюється тим, що потенціал виживання підприємства, а також його стійке становище на ринку визначається рівнем конкурентоспроможності, який, в свою чергу, залежить від десятка факторів, але насамперед від рівня цін і якості продукції. У сучасному світі якість продукції висувається на перший план, залишаючи позаду себе продуктивність праці, а також економію всіх видів ресурсів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Проблема підвищення якості продукції є одним із ключових етапів розвитку аграрної сфери економіки, що формується під впливом багатьох факторів і вимагає здійснення на всіх технологічних стадіях різних операцій. Тому покращення якості продукції за своєю суттю проблема комплексна, і управління цим процесом має комплексний характер. Це сукупність заходів, методів та засобів, спрямованих на збільшення виробництва сільськогосподарської продукції та продовольства, підвищення її якості економічним шляхом, що, у свою чергу, забезпечує ефективне використання матеріально-грошових ресурсів та застосування передових форм та методів організації та управління виробництвом.

Література

1. Евдокимов Ф. И. Роль маркетинговых исследований в оценке экономической безопасности предприятия. URL: <http://masters.donntu.edu.ua/> 2002
2. Орлик О. В. Аналіз факторів впливу на економічну безпеку підприємств та методи захисту від загроз і нейтралізації їх наслідків *Тренди та інновації в сучасній економіці : колективна монографія* / за ред. О. С. Іванілова. Харків : ХНУБА, 2015. С. 154–165.
3. Камлик М.І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект : навч. посіб. К. : Атіка, 2005. 369 с.
4. Машевська А.А., Коломієць М.Ф. Аналіз рівня економічної безпеки на сільськогосподарських підприємствах в Україні. *Ефективна економіка*, № 1, 2022. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/205.pdf
5. Zhyvko Z. Determination of the budget for the creation and maintenance of a comprehensive system of economic security of the enterprise: information and analytical aspect. *Actual Problems of the Economy*. 2013. № 11(149). С. 206-214.
6. Ткаченко О. М. Конкурентоспроможність та економічна безпека кондитерських підприємств України: взаємозв'язок в умовах політичної та соціальної нестабільності країни. *Формування ринкових відносин в Україні : збірник наукових праць*. 2015. Вип. 4 (167). С. 39-42. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle>
7. Христенко Л.М., Михайліченко А.І. Зв'язок конкурентоспроможності та економічної безпеки підприємства. URL: <http://thesis.at.ua/publ/2014>
8. Конкурентна стійкість на ринок: оцінка конкурентоспроможності як чинник визначення стійкості підприємства ринку. *Легка промисловість*. 2003, № 3. С. 37.

9. Пономарьова О.С. Вплив якості продукції на конкурентоспроможність підприємства *Економіка, фінанси, право*. 2009. № 5. С. 8.

References

1. Evdokymov F. Y. Rol marketynhovykh yssledovanyi v otsenke ekonomycheskoi bezopasnosti predpriyayia. URL: <http://masters.donntu.edu.ua/2002>
2. Orlyk O. V. Analiz faktoriv vplyvu na ekonomichnu bezpeku pidpriemstv ta metody zakhystu vid zahroz i neutralizatsii yikh naslidkiv Trendy ta innovatsii v suchasni ekonomitsi : kolektyvna monohrafiia / za red. O. S. Ivanilova. Kharkiv : KhNUBA, 2015. S. 154–165.
3. Kamlyk M.I. Ekonomichna bezpeka pidpriemnytskoi diialnosti. Ekonomiko-pravovy aspekt : navch. posib. K. : Atika, 2005. 369 s.
4. Mashevska A.A., Kolomiets M.F. Analiz rivnia ekonomichnoi bezpeky na silskohospodarskykh pidpriemstvakh v Ukraini. *Efektivna ekonomika*, № 1, 2022. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/205.pdf
5. Zhyvko Z. Determination of the budget for the creation and maintenance of a comprehensive system of economic security of the enterprise: information and analytical aspect. *Actual Problems of the Economy*. 2013. № 11(149). S. 206-214.
6. Tkachenko O. M. Konkurentospromozhnist ta ekonomichna bezpeka kondyterskykh pidpriemstv Ukrainy: vzaiemozviazok v umovakh politychnoi ta sotsialnoi nestabilnosti krainy. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini : zbirnyk naukovykh prats. 2015. Vyp. 4 (167). S. 39-42. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle>
7. Khrystenko L.M., Mykhailichenko A.I. Zviazok konkurentospromozhnosti ta ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva. URL: <http://thesis.at.ua/publ/2014>
8. Konkurentna stiikist na rynek: otsinka konkurentospromozhnosti yak chynnyk vyznachennia stiikosti pidpriemstva rynku. *Lehka promyslovist*. 2003, № 3. S. 37.
9. Ponomarova O.S. Vplyv yakosti produktsii na konkurentospromozhnist pidpriemstva *Економіка, фінанси, право*. 2009. № 5. С. 8.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-23>

УДК 338.48

Наталія ПАНЬКІВ

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0002-9057-9612>

pankiv.natalia@gmail.com

Вікторія БИК

Національний університет «Львівська політехніка»

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В роботі досліджено проблеми та перспектив екологізації як інноваційної концепції розвитку готельно-ресторанної сфери. Проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку екологізації закладів туристичної інфраструктури в Україні та світі. Вивчено критерії та нормативно-правові засади діяльності еко-готелів. Встановлено основні причини та наслідки негативного впливу готельно-ресторанної сфери на навколишнє середовище. Охарактеризовано український та світовий досвід діяльності існуючих еко-готелів, проаналізовано їх проблеми та надано рекомендації щодо їх вирішення та успішного розвитку еко-готелів в Україні.

Сформульовано основні завдання, що визначають ефективну діяльність в еко-готельному бізнесі, зокрема: вибір найбільш перспективних цільових сегментів ринку еко-готелю та розробка орієнтованої на них стратегії; розробка та формування екологічного стилю, його правильне використання у внутрішніх та зовнішніх приміщеннях готелів та ресторанів; розробка чіткої та, відповідної до вимог ринку, програми позиціонування еко-готелю; інформування споживачів через рекламу та ЗМІ про показники позиціонування еко-готелю та ресторану; розробка пропозицій щодо формування та коригування позитивного іміджу еко-готелю та ресторану у свідомості споживачів. Обґрунтовано, що переорієнтація діючих готельних підприємств на "екологічні" може вирішувати кілька різнопланових та різнорівневих завдань одночасно: забезпечувати економію ресурсів на рівні підприємства; покращувати економічні показники за рахунок дотримання актуального тренду; сприяти розвитку туристичного кластера та формуванню екологічної інфраструктури в регіоні; просувати ідеї «зеленого» способу життя у суспільстві; формувати ринок екологічної продукції та послуг; підвищувати імідж регіону та країни.

За результатами дослідження виокремлено такі переваги еко-готелів: збереження природних ресурсів; зниження водоспоживання; економія електроенергії; зниження витрат за енергоресурси; зниження витрат на матеріали, що зазнають вторинної переробки; залучення нових клієнтів за рахунок сприятливої екологічної ситуації; позитивне позиціонування ринку послуг; додаткова можливість реклами готелю; створення репутації для бренду та готелю як соціально-відповідальної компанії. Позиціонування готелю як еко-готель дає його власнику цілу низку конкурентних переваг, серед яких насамперед слід виділити можливість використання такого статусу в рекламних цілях, формування сприятливого для персоналу та гостей мікроклімату, підвищення показників завантаження номерного фонду. Обґрунтовано, що еко-готелі – це перспективні готелі, які призначені підтримувати стан природного середовища, виховувати в суспільстві екологічну свідомість та відповідальність, а їхні постояльці можуть отримати здоровий відпочинок у гармонії з природою.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес, екологізація, інновації, еко-готелі, сталий розвиток, Україна.

Natalia PANKIV, Viktoriya BYK

Lviv Polytechnic National University

ECOLOGIZATION OF THE HOTEL AND RESTAURANT SECTOR, IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE

The paper examines the problems and prospects of greening as an innovative concept of hotel-restaurant development. The current state and trends in the development of greening of tourist infrastructure facilities in Ukraine and the world are analyzed. The criteria and legal principles of eco-hotels have been studied. The main causes and consequences of the negative impact of the hotel-restaurant sector on the environment have been established. The Ukrainian and world experience of existing eco-hotels are characterized, their problems are analyzed and recommendations are made for solving them and for the successful development of eco-hotels in Ukraine.

The main tasks that determine effective activity in the eco-hotel business are formulated, in particular: the selection of the most promising target segments of the eco-hotel market and the development of a strategy focused on them; development and formation of ecological style, its correct use in internal and external premises of hotels and restaurants; development of a clear and, in accordance with the requirements of the market, program for the positioning of the eco-hotel; informing consumers through advertising and mass media about the positioning indicators of the eco-hotel and restaurant; development of proposals for the reorientation and correction of a positive image of the eco-hotel and restaurant in the minds of consumers. It is substantiated that the reorientation of existing hotel enterprises to "environmental" ones can solve several multi-faceted and multi-level tasks at the same time: ensure resource savings at the enterprise level; improve economic indicators due to compliance with the current trend; promote the development of the tourist cluster and the formation of ecological infrastructure in the region; promote the ideas of a "green" way of life in society; to form the market of ecological products and services; improve the image of the region and the country.

Based on the results of the research, the following advantages of eco-hotels are highlighted: conservation of natural resources; reduction of water consumption; saving electricity; reduction of costs for energy resources; reduction of costs for materials undergoing secondary processing; attracting new customers due to a favorable environmental situation; positive positioning of the services market; additional opportunity to advertise the hotel; creating a reputation for the brand and the hotel as a socially responsible company. Positioning the hotel as an eco-hotel gives its owner a number of competitive advantages, among which the possibility of using this status for advertising purposes, creating a favorable microclimate for staff and guests, and

increasing occupancy rates should be highlighted. It is well-founded that eco-hotels are promising hotels that are designed to maintain the state of the natural environment, raise environmental awareness and responsibility in society, and their guests can enjoy a healthy vacation in harmony with nature.

Keywords: hotel and restaurant business, environmentalization, innovations, eco-hotels, sustainable development, Ukraine.

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

Існує безліч передумов розвитку екологічних напрямів у різних галузях економіки. Об'єктивна реальність сьогодення полягає в тому, що існує велика небезпека забруднення довкілля, що відповідно викликає необхідну реакцію запровадження екологічних стандартів у виробничу та господарську діяльність підприємств різних сфер економіки, привертання уваги громадськості до проблем екології, популяризацію здорового способу життя. У тому числі, це стосується роботи туристичних підприємств та, зокрема, готелів. Нині дедалі більше цінується екологічний товар чи еко-послуга. І туристичний бізнес не є винятком. На готельному ринку стають дедалі популярнішими еко-готелі, в яких можна відновити свої сили, поєднавшись із природою та помилуватися красою нашої планети. Еко-готелі – це підприємства гостинності, які виконують функції за принципом гармонії сусідства з природою, не забруднюючи довкілля. З кожним роком еко-готелі стають все більш популярними та відкриваються по всьому світу. Багато з них пропонують свої послуги вдалині від міста, в лісах, поблизу водойм, забезпечуючи своїм клієнтам екологічно чисте харчування, воду та оздоблення номерів з натуральних матеріалів. Також актуальність вивчення та розвитку еко-напрямку у готельному бізнесі обумовлена тим, що формування цілісного екологічного туристичного продукту неможливе без відповідної інфраструктури. Еко-готелі – це не тільки безвідходне виробництво та екологічно чисті продукти, але й місце, де можна із комфортом відпочити та усвідомити власну відповідальність перед світом.

Формулювання цілей статті

Отже, *метою* роботи є аналіз особливостей розвитку еко-готелів у міжнародному туризмі та в Україні. Для досягнення поставленої мети було сформульовано такі *завдання*: дослідити теоретичні засади формування готельного продукту – еко-готель; вивчити міжнародний та український досвід діяльності еко-готелів; вивчити критерії та нормативно-правові засади діяльності еко-готелів; проаналізувати особливості розвитку еко-готелів в Україні; розглянути діяльність існуючих еко-готелів в Україні, проаналізувати їх проблеми та запропонувати рекомендації щодо розвитку еко-готелів в Україні.

Об'єкт – готелі, орієнтовані на надання екологічних послуг у загальній структурі міжнародного еко-бізнесу у готельно-ресторанній сфері. *Предмет* дослідження – діяльність еко-готелів в готельно-ресторанній сфері в сучасний період в Україні.

Аналіз досліджень та публікацій

Сутність екологічних готелів розкривається переважно у зарубіжних публікаціях. Питання, пов'язані з проблемами функціонування, аналізом діяльності та сучасними тенденціями розвитку екологічних готельних підприємств досліджено у наукових працях таких авторів, як Алекс Канті, Пушка О.С., Тихонова Д.Ю., Орлова А.М., Печериця О.В., Меленчук О.В. та ін., а також у Програмі ООН із захисту навколишнього середовища, Міжнародних стандартах серії ISO 14000, законодавств України стосовно захисту сфери екології в Україні. Однак, у наведених публікаціях недостатньо висвітлені питання комплексного підходу щодо сучасного розвитку екологічного спрямування готельного господарства у світі. Недостатньо чітко розглядаються питання визначення самого терміну еко-готелів, а також їх особливостей функціонування.

Наукова новизна дослідження полягає у вирішенні завдання щодо розробки рекомендацій керівництву та персоналу готельного підприємства щодо вдосконалення роботи засобів розміщення з урахуванням екологічних факторів, а також підвищення конкурентоспроможності національної туристичної індустрії.

Практична значимість роботи полягає в тому, що її дослідження, результати та рекомендації можуть бути використані при розробці стратегії розвитку сфери готельної еко-індустрії в Україні, для більш повного використання потенціалу еко-готельного сервісу, як матеріально-технічної бази туризму та вдосконалення існуючих аналогічних закладів послуг гостинності, орієнтованих на екологічний продукт.

ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАГАЛЬНОГО СТАНУ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1. Екологізація як інноваційна концепція розвитку готельно-ресторанної сфери. Основні шляхи екологізації закладів туристичної інфраструктури

Охорона навколишнього середовища є обов'язковим напрямом діяльності всіх сфер бізнесу. На сьогодні, питання екологізації готельно-ресторанної сфери є дуже важливим, адже актуальною проблемою є сьогодні питання збереження довкілля, раціонального використання природних ресурсів; зростає попит споживача на еко-товари та послуги. Відповідно все більше починає розвиватися еко-туризм для

будівництва використовують еко-матеріали, в ресторанній сфері в меню з'являється все більше позицій з використанням еко-продуктів, в господарствах наявні технології ресурсозберігання, розвивається фермерське господарство, яке забезпечує продуктами власного виробництва [2].

Діяльність сфери послуг туристичних розміщень має істотний вплив на середовище. Діяльність готельно-ресторанного бізнесу часто супроводжується надмірним споживанням природних ресурсів (великої кількості води та енергії), забрудненням води через недосконалу систему очищення стоків, відсутністю енергоощадних систем опалення (сонячних колекторів, теплових насосів, рекуператорів тощо), використанням не екологічних продуктів, які провокують надмірну кількість відходів. Все це стало стимулом до появи готелів, що поєднують у собі турботу про навколишнє середовище та здоров'я громадян. Основна риса, що відрізняє готелі з префіксом «еко», полягає в тому, що вони розміщуються в природних зонах і функціонують за принципом збалансованого сусідства з природою, не засмічуючи довкілля продуктами життєдіяльності. Тим не менш, навіть у великих мегаполісах, є об'єкти готельного сервісу, що пропонують своїм гостям 100% чисту воду, харчування категорії «органік» і тільки натуральні матеріали обробки.

У розвинених країнах, переважно в Європі, готелі, які роблять внесок у збереження та підтримку захисту навколишнього середовища, зазвичай мають еко маркування – знак, за яким постояльці легко можуть зрозуміти, чи є готель екологічно орієнтованим чи ні [9]. На даний час чотирнадцять великих готельних мереж, починаючи з Маріотт, Хілтон, Старвуд і Хайатт, підтримують програму «Hotel Carbon Measurement Initiative», яка прагне зменшення обсягів викидів вуглекислого газу, що виробляються готелями. Не залишилася байдужою також готельна мережа «4 сезони», яка займається посадкою мільйонів дерев у 35 країнах світу, показуючи свою відданість екоініціативам.

Екологічний засіб розміщення – це місце проживання туристів, яке відповідає необхідним критеріям і прагне до: охорони природного та культурного середовища; мінімізації впливу на навколишнє середовище під час будівництва та експлуатації; використання альтернативних засобів отримання води та збільшення її економії; забезпечення збору стічних вод, їх очищення, а також обробку твердих відходів; дотримання вимог заощадження енергії та поєднання в собі сучасних альтернатив для більшої економії у її витраченні; пропозиції програм з освіти співробітників готельного комплексу та гостей, з питань навколишнього природного та культурного середовища. Цінова політика таких готелів є в середньому ціновому діапазоні, хоча вибір типів готельного розміщення величезний. Це можуть бути розкішні намети в кемпінгах як в Африці, або прості сільські будинки, наприклад ранчо та маєтків плантаторів у Венесуелі, або чайні будиночки в Непалі. Велика кількість еко-готелів являють собою хатини або будинки, які побудовані за технологією корінних племен. Велике поширення еко-готелі набули у країнах Океанії та Центральної Америки. Еко-готелі часто розташовуються у непрохідних джунглях, де присутність людини досі вважається рідкістю. Зручності в багатьох готелях є мінімальними: ліжко або гамак, стіл, пара стільців або крісел. Як правило, всі меблі в номерах еко готелів зроблені з місцевих природних матеріалів, з каменю або деревини. Серед додаткових послуг, які еко-готелі пропонують гостям – можливість пройти екологічну освіту. Клієнтам допомагають навчитися розпізнавати види місцевої флори та фауни, вчать способам зменшення негативного впливу на довкілля. Еко-готелі перебувають у тісному взаємозв'язку з розвитком етнографічного туризму, отже, у постояльців досить часто є можливість дізнатися щось про культуру та традиції різних народів. Харчування в екологічних готелях переважно схоже або повністю повторює місцеві традиції. Деякі еко-готелі пропонують і досить екстремальний спосіб відпустки, коли постояльцю необхідно самостійно добувати собі їжу.

У світі існує кілька незвичайних готелів, які були збудовані з використанням виключно вторинних матеріалів [8]. Для того, щоб присвоїти готельному підприємству статус «екологічний», він має пройти екологічну сертифікацію, яка проводиться незалежною організацією. Серед таких виокремлюють:

1. British Airways Holidays (BAH) – один з найбільших авіаперевізників і туроператорів в світі.
2. Certification for Sustainable Tourism (CST) – одна з провідних та найбільш успішних компаній в галузі впровадження практики екотуризму в західній півкулі.
3. Green Globe – британська компанія, активно пропагує і впроваджує екотуризм, працює в більш ніж 50 країнах, повноправний член туристської організації ООН і Всесвітньої ради з туризму і подорожей.
4. Компанія Green Key (Данія) розробляє програми сертифікації для готелів, хостелів, конгрес-центрів, будинків відпочинку.
5. Touristic Union International (TUI) – провідний туроператор Німеччини з більш ніж п'ятимільйонною клієнтською базою, одним з перших в країні почав пропагувати принципи екологічної відповідальності в туристській індустрії.

Метою концепції екологічного готелю є зменшення негативного впливу від надання послуг розміщення на навколишнє природне середовище та має важливе значення для підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Поняття екологічного готелю, за визначенням О.М. Данилової та І.В. Погинайко – це екологічно сертифіковане житло, яке покращує навколишнє середовище шляхом мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище, а також знаходиться в екологічно чистому районі. Крім того, екологічні об'єкти повинні дотримуватися суворих

«зелених» принципів, щоб їхні відвідувачі могли бути впевнені, що вони знаходяться в безпечному, не токсичному та енергоефективному приміщенні [5].

Екологізація готельно-ресторанної сфери спрямована на покращення екологічного стану природних комплексів, збереження та відновлення екосистем. Одним з основних шляхів екологізації готельно-ресторанного бізнесу є поінформованість споживачів щодо екологічної діяльності підприємства. Зокрема, про джерела енергії, які поділяють на два типи: традиційні та альтернативні. До першого належать корисні копалини (газ, нафта, вугілля), другий – все, альтернативне їм (сонце, вода, вітер). Ключова відмінність – це відновлюваність у природі. Традиційні джерела вичерпні, відповідно, рано чи пізно цей ресурс стане недоступним, альтернативні ж є нескінченними.

Важливою екологічною проблемою є споживання води, яка є обмеженим ресурсом (водопостачання, споживання води на кухні, при прибиранні, в сауні, басейні, в номерах), а також через те, що стічні води можуть загрожувати довкіллю. Для технічних потреб, наприклад, миття посуду, вода підлягає попередньому очищенню, а для приготування готових страв в готелях, ресторанах та кафе вода повинна піддаватися тонкому або осмотичному очищенню. Установка промислових фільтрів для води дозволяє задовольнити всі потреби готелів, кафе та ресторанів у чистій питній воді. В кінцевому підсумку, вона коштує значно дешевше, ніж доставлена в пластиковій тарі вода. Сучасні зливні бачки унітазів мають два режими: звичайний і економний, другий дозволяє заощадити за рік понад 5000 літрів води на сім'ю. Економний режим дозволяє зливати не повний бачок, а лише певну кількість води, поки кнопка натиснута [3].

Відходи теж мають значний вплив на навколишнє середовище і, на жаль, їх не можна повністю позбутися екологічним шляхом. Потрібно уникати пластикових матеріалів одноразового використання, натомість слід використовувати багаторазові тари. Обов'язковим етапом має бути сортування сміття, якщо використані прилади не функціонують (батареї, фен, використані лампи), їх слід здавати в спеціальні установи по утилізації, аби уникнути забруднення ґрунту.

Надмірне споживання електроенергії несе шкоду середовищу. Це стимулює пошук ефективних способів використання альтернативних джерел енергії, до яких належать: сонячна і геотермальна енергія, енергія вітру, газ із біомаси, муніципальні відходи, промислові відходи, морських хвиль і океану. В готелях та ресторанах слід використовувати LED-освітлення, воно споживає в рази менше електроенергії в порівнянні з іншими джерелами енергії [6]. А також підлягає повторній переробці, що не шкодить навколишньому середовищу. Освітлення з автоматичними датчиками ввімкнення/вимкнення на зовнішніх фасадах споруди, теж допомагає значно економити споживання електроенергії.

До альтернативних джерел енергії належать [1]:

1. Сонячна енергетика – перетворення сонячної радіації на теплову та електричну енергію, залежно від типу установки (сонячні електростанції та геліосистеми), вони є безпечними для навколишнього середовища та можуть використовуватись ще впродовж мільярдів років.

2. Вітрова енергетика – галузь, яка спеціалізується на використанні кінетичної енергії вітру для утворення будь-якого іншого типу енергії, необхідної для людства. Вітер є видозміненою формою сонячної енергії, тому також належить до альтернативної відновлювальної енергетики. Та вітроенергетика поступається сонячній як у ефективності, так у популярності серед населення. Все тому, що, здебільшого, вітрові ресурси знаходяться у віддалених від споживачів місцях.

3. Гідроенергетика – використання потенціальної та кінетичної енергії води з метою перетворення її в електричну. На сьогодні вона є найбільш освоєною серед інших нетрадиційних джерел.

4. Біопаливо – органічне паливо, що отримують із відходів рослин, тварин або сільського господарства чи промислового виробництва. Відновлюваний ресурс, який є абсолютно безпечним для навколишнього середовища. Сюди відносять продукти дерева оброблюваного виробництва, спиртові суміші, ефіри, біодизелі та різноманітні газові поєднання.

На сьогодні, готельно-ресторанні господарства з екологічною політикою користуються великим попитом серед туристів, в яких все більше зростає зацікавлення бути причетними до збереження природних ресурсів та їх ефективного використання. Це дає змогу збільшити прибуток і зацікавити нових споживачів власниками даного бізнесу. Ресурсозбереження також дає позитивний вплив на розвиток держави, яка в той час зберігає власні природні ресурси, вчить громадян використовувати альтернативні джерела та будує заводи з переробки й утилізації відходів, тим самим створюючи нові робочі місця й зберігає довкілля.

2. Сучасний стан та тенденції розвитку готельно-ресторанної сфери в Україні

Діяльність готельно-ресторанного бізнесу в Україні є перспективною, оскільки розвиток цієї галузі сприяє зростанню робочих місць, розвитку конкретного регіону й формування позитивного туристичного іміджу держави загалом. Провідні позиції в наданні готельних послуг займає європейський ринок. Сучасною тенденцією розвитку готельного господарства в Україні, й в усьому світі загалом – є орієнтація на екологічність [6]. Окрім того, постійний розвиток готельної справи сприяє поживленню усіх суспільно-економічних зв'язків, розвитку промисловості, торгівлі, науки, економіки, культури і спорту, піднімає рейтинг держави, її регіонів, мобільності людей, налагодженню міжособистісних контактів, обміну

досвідом. Сучасні готелі повинні постійно перебувати у пошуку раціональних управлінських рішень, удосконалювати управління якістю готельних послуг, аналізувати поточні проблеми обслуговування, задовольняти найрізноманітніші запити гостей, враховуючи те, що з кожним роком вимоги до якості послуг зростають [7].

В Україні не існує чіткої класифікації ресторанів та барів (хоча передбачена сертифікація за державними стандартами). Сертифікація на зірковість є добровільною, тому її проходять дуже мало ресторанів. Самі ж ресторатори ділять заклади ринку за ціновою ознакою: недорогі, середні та елітні. Щодо готелів застосовується звична класифікація 1*, 2*, 3*, 4*, 5*. Для підвищення рівня конкурентоздатності готелі та ресторани повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. До закладів розміщення туристів належать готелі, мотелі, кемпінги, ботелі, туристичні бази, пансіонати, ротелі, флотелі, бунгало та ін. За міжнародними рекомендаціями, заклади розміщення поділяють на три групи: готелі й аналогічні заклади розміщення; комерційні та соціальні заклади розміщення; спеціалізовані заклади розміщення [10].

Світове господарство налічує понад 120 готелів, відзначених сертифікацією програми Green Key, еко готелі України становлять майже 11% від загальної кількості таких готелів. Україна є на четвертому місці за кількістю "зелених" готелів світу (табл. 1).

Таблиця 1

**Підприємства готельного господарства України,
що пройшли екологічну сертифікацію "Green key" [2]**

Місце розташування	Кількість "зелених" готелів	Назва еко-готелю
м. Київ	3	Radisson Blu Hotel; Rus Accord Hotel; Баккара Арт-готель
Київська область	2	Maison Blanche (Безезівка) Еко дім: Maison Blanche (Mytnitsa) Еко дім
м. Львів	3	Reikartz Dworzec Lviv; Reikartz Medievale Lviv; Дністер Прем'єр Готель
м. Миколаїв	1	Reikartz Ривер Миколаїв
м. Запоріжжя	1	Reikartz Запорізький
м. Дніпро	1	Reikartz Дніпропетровськ
м. Харків	1	Reikartz Харків
Закарпатська обл.	1	Ковчег
Автономна Республіка Крим	2	Красотель-Левант; Готель Ореанда

Таким чином, як бачимо згідно даних табл. 1., в Україні знаком «Green Key» відзначені 15 готелів, серед яких вважаємо, вартує виділити 7, це: Radisson Blu Resort, 1 в Васильківському районі Київської області – Maison Blanche, с. Митниця та в м. Київ – Eco house Hotel Galera, Park Inn by Radisson Kyiv, Troyitska Radisson Blu Hotel, Radisson Blu Hotel Podil та InterContinental.

Незважаючи на поширення готелів, що отримали еко-знак Green Key, повністю екологічних готелів в Україні все ще немає. Як відомо, специфіка еко-готелю складається з кількох показників – економії води, світла, введення в готелі різних програм, що дають змогу знизити споживання енергії або вплинути на стан екології позитивним чином. Крім цього, дані програми має оцінити спеціальна організація або комісія експертів, яка виносить остаточне рішення, чи можна вважати заяву готелю про його екологічність відповідною до дійсності.

Загалом, екологізація підприємств готельного господарства має низку переваг:

1. Економія природних ресурсів (води, тепла, електроенергії, природного газу, тощо).
2. Попит таких готелів зі сторони споживачів, які є екологічно усвідомленими.
3. Конкурентоспроможність готельно-ресторанного бізнесу. Зараз еко-свідомість користується великим попитом, так як природні ресурси нашої планети є вичерпними і частина з них є не відновлювальними. Все більше і більше готелів долучаються до раціонального використання багатств нашої планети.

4. Збільшення прибутку підприємства. За рахунок використання альтернативних джерел енергії, готельна і ресторанна сфери допомагають рятувати Землю від техногенних катастроф, ще й додатково можуть збільшити свій дохід.

До (умовно) негативних переваг переходу на екологізацію для готельно-ресторанної сфери належать:

1. Відмова від дешевих аналогів у будівництві (натомість використовувати еко-матеріали), використання пластикового посуду одноразового використання (використовувати багаторазові тарни), відмова від агресивних хімікатів, які забруднюють воду та ґрунти (краще використовувати замітники побутової хімії, яка пройшла сертифікацію і не наносить шкоди довкіллю).

2. Зростання цін на ресторанний продукт (еко-продукти, які не несуть шкоди довкіллю, але є дорожчими по своїй собівартості) та готельний (вищі ціни на номери у зв'язку з переходом на «еко», готельне підприємство потребує капіталовкладень).

Порівнявши переваги і недоліки переходу підприємств на екологічний продукт, можна стверджувати, що при грамотному процесі екологізації готельно-ресторанної сфери можна заощадити кошти. Екологізація може відбуватися поступово, маленькими кроками – і це вже буде великий вклад у збереження ресурсів нашої планети.

Очевидно, що вплив діяльності закладів розміщення туристичної інфраструктури на довкілля має комплексний характер і проявляється як на локальному (в межах окремих дестинацій та туристичних центрів), так і на глобальному рівнях.

Усе різноманіття проявів такого впливу на локальному рівні можна зрештою звести до кількох основних наслідків, а саме: зміни первинних ландшафтів; зниження естетичної цінності ландшафту; надмірне використання природних ресурсів (земельних, водних, енергетичних); деградація ґрунтів; зміни кількісних та якісних показників водних об'єктів; забруднення атмосферного повітря внаслідок впливу на нього транспортної інфраструктури; забруднення довкілля побутовими відходами в межах туристичних дестинацій та вплив на живу природу (рослинний і тваринний світ).

На глобальному рівні діяльність закладів розміщення має безпосереднє відношення до таких екологічних проблем, як глобальні зміни клімату, руйнування озонового шару Землі, скорочення біорізноманіття та зникнення окремих видів тощо [4]. Досвід розвинених західних країн свідчить, що стратегії і механізми обмеження шкідливих наслідків діяльності закладів розміщення цілком досяжні й ефективні. Протягом останніх десятиріч у різних країнах розроблено програми, орієнтовані на гармонізацію відносин з природним середовищем. На практиці ці альтернативні напрями туристичної діяльності передбачають обмеження нового туристичного будівництва і ширше використання локальної нічліжної бази, передовсім житла місцевих мешканців, пропагування екологічних видів транспорту, а також підвищення екологічної свідомості туристів і місцевих жителів.

Загалом, у еко-готельній індустрії існує багато різних тенденцій, які зумовлені низкою факторів, зокрема: нові технології, зміни способу життя тощо. Саме, технології дозволяють вдосконалити та оптимізувати готельні послуги (голосове управління та голосовий пошук допомагають оптимізувати взаємодію з клієнтами; штучний інтелект – допомагає покращити персоналізацію та якість підтримки клієнтів тощо, а також слугують новітнім засобом підвищення екологічності роботи закладів даного типу). Сьогодні люди більше усвідомлюють зміни клімату та роль людської поведінки, і це призвело до збільшення попиту на екологічно чисті подорожі, екологічно чисте харчування та місцевий, а не міжнародний туризм, що є наслідком зміни способу життя.

На жаль, внаслідок пандемії Ковід-19, а тепер під впливом російсько-української війни, значна кількість готелів змінили свій підхід до надання послуг. Так, наразі акцентується увага на безпеці та гігієні, адже вони є фактором, на основі якого значна кількість клієнтів приймають рішення щодо бронювання, оскільки гості готелю прагнуть мінімізувати будь-які ризики, пов'язані з подорожами, особливо під час воєнних дій.

Також, протягом останніх років, значної популярності отримали безконтактні платежі, які є прикладом готельної технології, що набула популярності на тлі пандемії коронавірусу. Окрім переваг для здоров'я та безпеки, безконтактні платежі є зручними та дозволяють клієнтам здійснювати платежі набагато швидше.

Нині чат-боти є ще однією з головних тенденцій готельної індустрії, що визначає їхню цілодобову доступність. Використання даної технології дозволяє збільшити кількості прямих бронювань, надавати автоматизовану підтримку під час бронювання та взаємодіють із клієнтами різними мовами.

Варто відзначити, що технологічний прогрес, а саме «роботизація», дісталась й готельній індустрії. Наразі роботів застосовують, як консьєржів, прибиральників тощо. Також доцільно зосередити увагу, й на такому напрямі впровадження сучасних технологій, як віртуальна реальність, адже саме даний підхід дозволяє клієнтам максимально ознайомитись з готелем та прийняти рішення щодо бронювання.

Ситуація щодо розвитку еко-готельної індустрії в Україні, наразі, є невизначеною. Адже, на галузь, як у всьому світі, вплинула пандемія, фінансова криза, а також безпосередньо ведення бойових дій на території України. Так, за даними експертів, кількість готелів у східних регіонах значно скоротилась (частково закрились, не витримавши кризову ситуацію спричинено карантинними обмеженнями, частково зруйновані), а готелі інших регіонів, зокрема західних переформатовано під житло для вимушено переміщених осіб. Відтак, готельна індустрія України потребує переадресації та відбудови.

За таких умов проектування подальшої роботи еко-готелів має бути спрямовано, не лише на комфортабельність, але й бути безпечним, відповідно до норм викидів у навколишнє середовище, мати

відповідні місця розміщення клієнтів згідно екологічних норм і стандартів. Розвиток готельних мереж має сприяти появі найрізноманітніших сучасних форм послуг, які, своєю чергою, сприятимуть підвищенню ефективності управління готелями, а також припливу інвестицій в готельний бізнес, спрямованих з інших сфер господарської діяльності [13]. Окремі готельні тенденції можуть мати тимчасовий характер, а інші – стають постійними. Урахування всіх елементів, при проектуванні готелю та впровадженні нових готельних послуг, дозволить зайняти конкурентоспроможні позиції на ринку.

3. Визначення проблемного поля та рекомендації щодо їх рішень у розвитку еко-готелів у вітчизняній готельно-ресторанній сфері

Проектуючи подальшу роботу еко-готелів, чи розширюючи спектр послуг, необхідно визначити існуюче проблемне поле діяльності даних закладів сегменту екологічних послуг, розробити необхідні заходи і рекомендації щодо покращення діяльності еко-готелів у вітчизняній готельно-ресторанній сфері.

Нами пропонується впровадити в діяльність еко-готелів України, елементи екологічного менеджменту для більш якісного наближення даного засобу розміщення до еко-готелів:

1. Заміна звичайних ламп на енергозберігаючі дає можливість не лише зменшити обсяг енергії, що використовується, але і призводить до зниження рівня забруднення навколишнього середовища.
2. Вимкнення з розетки електроприладів дає можливість зберегти до 40 В електроенергії за 24 години, а це, у свою чергу, дуже сильно впливає на природне середовище, а ще це дозволяє зменшити навантаження на енергосистеми країни, які масово руйнує російська федерація!
3. Переробка скляних предметів. При переробці скла ступінь забруднення повітря знижується на 20%, а ступінь забруднення води зменшується ще вдвічі.
4. Експлуатація на території готельного підприємства машин із альтернативними моторами.

Окремою частиною в заощадженні ресурсів для готелів є використання води та газу. Зниження вживання води – дуже реалістичне завдання. Що стосується газу, то його вживання з розумною економією призводить до зниження його використання вдвічі. Також, як перспективний напрям, пропонуємо використання в межах роботи готелів сонячної енергії, та задовольняти власні потреби незначною кількістю води, яка після вживання очищатиметься і знову переходитиме до системи водопроводу. На даху готелів доцільно встановити сонячні панелі, які нагріватимуть воду. Додатково можливим є встановлення вітряків, за допомогою яких можливе вироблення електрики, необхідну для роботи готелю.

Також можна, як додатковий захід, запропонувати встановлення вікон з переробленого скла і меблів з перероблених матеріалів. При цьому необхідно використовувати лише натуральні компоненти. Усі побутові відходи необхідно сортувати та передавати на утилізацію. Харчові відходи передбачається переробляти на біологічне паливо. Загалом, вдосконалення своєї роботи готельним господарствам слід здійснювати з урахуванням усіх екологічних факторів навколишнього середовища.

Необхідно формувати культуру безвідходного виробництва та споживання заради захисту навколишнього середовища від забруднення небезпечними відходами, заощадження не поновлюваних ресурсів та відновлення краси природи через:

- переосмислення побутових звичок та виробничих процесів,
- створення товарів та послуг з безвідходним життєвим циклом,
- скорочення надмірного споживання,
- повторного та спільного використання товарів та ресурсів,
- вторинну переробку відходів.

Доцільно поставити спеціальні контейнери для різних видів відходів та домовитися з підприємством про їх вивезення та утилізацію. Все це дозволить наблизитись до звання екологічного готелю. Хоча не так важливо мати це маркування, як важливо почати оберігати навколишню середовище.

Для оцінки екологічної безпеки та екологічних ризиків у готелях виділяють такі фактори:

- керування відходами (роздільний збір сміття, переробка, багаторазове використання матеріалів);
- економія в споживанні електроенергії (відключення світла в номерах і приміщеннях, що не використовуються, включення по датчиках руху, ергономічні електроприлади і т. д.);
- раціональне водоспоживання;
- використання нетоксичних будівельних матеріалів під час зведення будівлі;
- мінімізація негативного впливу на довкілля за допомогою застосування спеціалізованої професійної побутової хімії для збирання.

Базисом робіт у сфері екологічної безпеки готельного сервісу має стати своєчасна та повна оцінка екологічних ризиків.

Основні економічні вигоди зменшення та відсутності впливу на довкілля визначаються перевагами та додатковими правами, пов'язаними з подібною діяльністю, у тому числі:

- здатність зацікавити спонсорів; поява додаткових ресурсів для отримання переваг та пільг при вкладеннях у екологічні заходи в межах роботи готелю;
- поява можливостей для залучення клієнтів та підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції та послуг;

- здатність зацікавити міжнародні організації та громадськість; членство у міжнародних екологічних спілках підприємців;
- додаткові підстави для зміцнення відносин з органами місцевої влади та державного екологічного законодавства, екологічною громадськістю;
- додаткові ресурси для розширення позицій підприємства на міжнародних товарних та економічних ринках;

Також пропонується проводити навчання персоналу, який незалежно від своїх обов'язків та посад має розуміти, за що виступає організація та підтримувати її.

Важливо, щоб працівники особисто відчували корпоративність, спільність справи, значимість абсолютної еко-місії підприємства сфери гостинності. Від екологічної самосвідомості кожного конкретного співробітника багато в чому залежить подальше еко-виховання кожного гостя, який проживав у готельному підприємстві.

Таким чином, основні завдання, що визначають ефективну діяльність в еко-готельному бізнесі, відповідно до виділеного нами проблемного поля їх діяльності, є:

- вибір найбільш перспективних цільових сегментів ринку еко-готелю та розробка орієнтованої на них стратегії;
- розробка та формування екологічного стилю, його правильне використання у внутрішніх та зовнішніх приміщеннях готелів та ресторанів;
- розробка чіткої та відповідної вимогам ринку програми позиціонування еко-готелю;
- інформування споживачів через рекламу та ЗМІ про показники позиціонування еко-готелю та ресторану;
- розробка пропозицій щодо формування та коригування позитивного іміджу еко-готелю та ресторану у свідомості споживачів.

Переорієнтація діючих готельних підприємств на екологічні може вирішувати кілька різнопланових та різнорівневих завдань одночасно:

- забезпечувати економію ресурсів на рівні підприємства;
- покращувати економічні показники за рахунок дотримання актуального тренду;
- сприяти розвитку туристичного кластера та формуванню екологічної інфраструктури в регіоні;
- просувати ідеї «зеленого» способу життя у суспільстві;
- формувати ринок екологічної продукції та послуг;
- підвищувати імідж регіону та країни.

Таким чином, існує попит на облік екологічних факторів у готельному сервісі, але є різниця в уявленнях про поняття колективних засобів розміщення екологічної спрямованості. Це, із відсутністю чітких нормативних документів у цій сфері, потребує вироблення відповідних рекомендацій щодо вдосконалення роботи таких еко-готельних підприємств, які орієнтуються у майбутньому на еко-послуги, з урахуванням екологічних факторів, а також необхідно чітко визначити значення понять засобів розміщення екологічного спрямування.

На основі екологічного менеджменту, нормативно-правових актів та серії стандартів ISO 1400 можна створити перелік рекомендацій для підприємств готельного сервісу. Якщо зараз організації реалізують екологічні програми на добровільній основі, то певний момент вимоги можуть посилитися, і тоді у вигідному становищі виявляться ті готелі, які свого часу вже почали реалізовувати екологічну політику. Інші ризикують втратити можливість займатися організацією проживання. Впроваджені ресурсозберігаючі технології в рамках проектів еко-готелів сприяють економії фінансових засобів підприємства, скорочення витрат на технічне обслуговування обладнання, підвищення привабливості серед потенційних клієнтів, розширення ринку збуту, залучення екологічно відповідальних клієнтів, збільшення прибутковості від завантаження номерного фонду.

За результатами аналізу можна виокремити такі переваги еко-готелів: збереження природних ресурсів; зниження водоспоживання; економія електроенергії; зниження витрат за енергоресурси; зниження витрат на матеріали, що зазнають вторинної переробки; залучення нових клієнтів за рахунок сприятливої екологічної ситуації; позитивне позиціонування ринку послуг; додаткова можливість реклами готелю; створення репутації для бренду та готелю як соціально-відповідальної компанії. Позиціонування готелю як еко-готель дає його власнику цілу низку конкурентних переваг, серед яких насамперед слід виділити можливість використання такого статусу в рекламних цілях, формування сприятливого для персоналу та гостей мікроклімату, підвищення показників завантаження номерного фонду.

У той же час організація та функціонування еко-готелів несе для їх засновників низку недоліків. Створення подібного типу готелів спричиняє додаткові витрати на етапі проектування та будівництва, оскільки впровадження ряду екологічних інновацій передбачає великі фінансові вкладення та збільшення термінів окупності проекту. Також відмова від деяких видів пропонованих послуг та товарів, матеріалів в обробці інтер'єрів може негативно позначитися на попиті серед певних груп клієнтів (наприклад, відсутність номерів для курців, обмеження напору води та ін.).

Таким чином, еко-готелі – це перспективні готелі, які призначені підтримувати стан природного середовища, виховувати в суспільстві екологічну свідомість та відповідальність, а їхні постояльці можуть отримати здоровий відпочинок у гармонії з природою. Досвід розвинених західних країн свідчить, що стратегії та механізми обмеження шкідливих наслідків діяльності підприємств сфери гостинності є цілком досяжними та ефективними. Враховуючи значний перелік переваг еко-готелів, можливість вирішення негативних тенденцій, що підтверджується значним світовим попитом на екологічні продукти та послуги, еко-сертифікація є перспективним інструментом підвищення туристичної привабливості. Екологічний сертифікат, отриманий установою, підкреслить повагу до гостя та підтвердить інвестиційну привабливість та соціальну відповідальність бізнесу.

Також, вважаємо доцільно буде розробити в рамках діяльності еко-готелів додаток мобільної реєстрації гостей, який дозволить користуватись перевагами методу входу без ключа, усуваючи необхідність чекати біля стійки реєстрації та отримувати фізичний ключ або ключ-картку. Натомість за допомогою мобільного додатку доступна безконтактна реєстрація, а готелі можуть надсилати користувачам унікальний код входу, який дозволить їм отримати доступ до помешкання та навіть до свого номера [11]. Перевагою даного підходу також є надсилання клієнтам рекламних повідомлень, що сприятиме збільшенню додаткових або перехресних продажів.

Ще, однією новацією у проектуванні подальшої роботи еко-готелів є використання підходу – розумні еко-готелі, які містять Інтернет речі (IoT), використовуючи розумні пристрої та системи для оптимізації повсякденної роботи готелю, підвищення ефективності та покращення досвіду гостей. Розумний еко-готель може використовувати системи опалення, вентиляції та кондиціонування повітря з підключенням до Інтернету, щоб точно налаштувати температуру та вентиляцію в кожній кімнаті для максимального комфорту та мінімальних витрат енергії що є однією з умов роботи закладів екологічної спрямованості [11].

Розумні еко-готелі також можуть дозволити гостям використовувати такі технології, як телефонні додатки або голосове керування, щоб легше керувати опаленням і охолодженням, освітленням і розважальними системами екологічної спрямованості. Оскільки все більше і більше людей використовують інтелектуальні технології у своїх домівках, розумні еко-готельні номери, будуть користуватись значним попитом. Проектування нових готелів, у сучасних умовах, має бути спрямоване на використання екологічних матеріалів, адже в Україні, як і в усьому розвиненому світі, значної популярності набирає «екологічна свідомість». Гості готелів, які зупиняються на відпочинок, усе частіше обирають готелі де екологічне планування є основною особливістю, а також вони є максимально енергоефективними. Проте, такий підхід є привабливим і для всієї індустрії гостинності, адже екологічні ініціативи часто означають зниження поточних витрат у довгостроковій перспективі. Як зазначалось раніше, останнім часом популярності у готельній індустрії набула віртуальна реальність. Проте, у проектуванні наступної роботи еко-готелю доцільно враховувати такий напрям, як доповнена реальність. Там, де віртуальна реальність замінює реальний світ аудіо- та візуальним входом для створення ефекту занурення, доповнена реальність просто додає віртуальні елементи до реального світу [12].

Еко-готелі можуть використовувати QR, щоб надавати інтерактивні карти та інформацію про такі послуги, як SPA, тренажерні зали, ресторани тощо. Еко-готелі також використовують QR-ігри, щоб зробити візити своїх гостей більш приємними та незабутніми. Отже, сучасний світ формує нові вимоги та виклики для бізнесу загалом, та еко-готельної індустрії, зокрема. Значної актуальності набувають питання впровадження сучасних технологій під час проектування подальшої роботи еко-готелів та розширення послуг, що пропонуються гостям закладів екологічної спрямованості.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, у статті обґрунтовано, що еко-готелі – це перспективні готелі, які призначені підтримувати стан природного середовища, виховувати в суспільстві екологічну свідомість та відповідальність, а їхні постояльці можуть отримати здоровий відпочинок у гармонії з природою. За результатами дослідження виокремлено такі переваги еко-готелів: збереження природних ресурсів; зниження водоспоживання; економія електроенергії; зниження витрат за енергоресурси; зниження витрат на матеріали, що зазнають вторинної переробки; залучення нових клієнтів за рахунок сприятливої екологічної ситуації; позитивне позиціонування ринку послуг; додаткова можливість реклами готелю; створення репутації для бренду та готелю як соціально-відповідальної компанії. Позиціонування готелю як еко-готель дає його власнику цілу низку конкурентних переваг, серед яких насамперед слід виділити можливість використання такого статусу в рекламних цілях, формування сприятливого для персоналу та гостей мікроклімату, підвищення показників завантаження номерного фонду.

Результати та рекомендації даної роботи можуть бути включені в розробку політики розвитку ринку готельного екологічного сервісу в Україні для більш повного використання можливостей та ресурсів готельної індустрії як матеріально-технічної бази туризму, а також при будівництві нового готельного еко-готелю та вдосконаленні вже існуючих готелів. Еко-готельна індустрія в сучасних умовах – це структурна складова економічної системи, що створює екологічний готельний продукт (послугу), який, у свою чергу, має високу споживчу цінність в сучасних умовах зростаючої потреби на екологічні послуги серед

споживачів. Основними стратегічними напрямками розвитку еко-готельної індустрії в макроекономічних умовах можуть бути: формування екологічних програм, спрямованих на розвиток туристично-рекреаційної сфери, орієнтованих на різні соціальні групи, що дозволяють підвищити завантаження готельного комплексу екологічної спрямованості; участь у проєктах екологічної спрямованості державного та місцевого значення тощо.

За результатами досліджень, сформульовано основні завдання, що визначають ефективну діяльність в еко-готельному бізнесі, зокрема: вибір найбільш перспективних цільових сегментів ринку еко-готелю та розробка орієнтованої на них стратегії; розробка та формування екологічного стилю, його правильне використання у внутрішніх та зовнішніх приміщеннях готелів та ресторанів; розробка чіткої та, відповідної до вимог ринку, програми позиціонування еко-готелю; інформування споживачів через рекламу та ЗМІ про показники позиціонування еко-готелю та ресторану; розробка пропозицій щодо формування та коригування позитивного іміджу еко-готелю та ресторану у свідомості споживачів. Обґрунтовано, що переорієнтація діючих готельних підприємств на «екологічні» може вирішувати кілька різнопланових та різнорівневих завдань одночасно: забезпечувати економію ресурсів на рівні підприємства; покращувати економічні показники за рахунок дотримання актуального тренду; сприяти розвитку туристичного кластера та формуванню екологічної інфраструктури в регіоні; просувати ідеї «зеленого» способу життя у суспільстві; формувати ринок екологічної продукції та послуг; підвищувати імідж регіону та країни.

Важливо відмітити, що готельна індустрія сьогодні потребує значного перезавантаження, в тому числі впровадження нових екологічних інновацій. Проєктування подальшої роботи екологічних закладів та удосконалення існуючих підходів, вимагає врахування новітніх технологій та змін настроїв та попиту клієнтів, швидкого реагування на суспільні виклики щодо екологізації суспільства а також адаптування їх до особливостей галузі загалом. Отже, сучасний світ формує нові вимоги та виклики для бізнесу загалом, та еко-готельної індустрії, зокрема. Значної актуальності набувають питання впровадження сучасних технологій під час проєктування подальшої роботи еко-готелів та розширення послуг, що пропонуються гостям закладів екологічної спрямованості.

Література

1. Альтернативні джерела енергії. СонцеДім – центр відновлювальної енергетики. URL: <https://soncedim.com.ua/blog/alternativni-dzherela-energiyi>
2. Головчан А.І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними. URL: file:///C:/Users/%D0%AE%D0%B7%D0%B5%D1%80/Downloads/nvntu_2012_22.3_15.pdf
3. Гошовський С.В., Рудько Г.І., Преснер Б.М. Екологічна безпека техно-природних геосистем у зв'язку з катастрофічним розвитком геологічних процесів. К. : ЗАТ «НІЧЛАВА», 2020. 624 с. URL: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FuaN_r57EFcJ:https://www.wunu.edu.ua/pdf/opp/program/uf/Bachelor/pravo/ekolohichna_bezpeka/work.pdf&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua
4. Екологія з основами екологічного туризму : навчальний посібник / укл. Паньків Н.Є., Бомба М.Я. Львів : Ліга-Прес, 2016. 318 с.
5. Качинський А.Б., Хміль Т.А. Екологічна безпека України: аналіз, оцінка та державна політика. К. : НІСД, 1997. 127 с. URL: <http://www.philosophy.univ.kiev.ua/uploads/editor/Files/Vykladachi/Hylko/%D0%A5%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D0%BE%20%D0%9C.%D0%86.%20%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0%20%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8.%20%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87.%20%D0%BF%D0%BE%D1%81..pdf>
6. Кучинська І.В. Туризм в умовах глобальної екологічної кризи: сучасні виклики і перспективи розвитку. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Стратегія розвитку туризму у 21 ст. у контексті вирішення глобальних проблем сучасності». Львів, 28.05.2019 р. Львів : ЛІЕТ, 2019. С. 291–301. URL: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pJWamIFBHf4J:https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/FViS-2012-2/055-65.pdf&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua>
7. Мартієнко А., Дишкантук О. Сутність гостинності як економічної категорії. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2017. № 2 (30). С. 72–78. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>
8. Мілінчук О.В. Переваги екологічної сертифікації готелів в Україні. Менеджмент в інноваційному розвитку економіки: проблеми та перспективи. С. 322–323. URL: <https://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/622/322.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. Пандемія COVID-19 та її наслідки для туризму в Україні. Видання НТОУ. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIALNIY-DIALOG-V-TURISTICHNIY-GALUZI-PRAKTIKA-YES-TA-UKRAYINSKI-REALIYI.pdf>

10. Стратегія сталого розвитку туризму : навчальний посібник. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2020. 257 с.
11. Hotel Industry: Everything You Need to Know About Hotels. URL: <https://www.revfine.com/hotel-industry/>
12. Leiper N. Tourism Management. 3d ed. Sidney: Pearson Education Australia, 2004. 326 p.
13. Sukach O., Kozlovska S., Sushko N. Modern management technologies in the hospitality industry. URL: <http://baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/1199/1238>)

References

1. Alternatyvni dzherela enerhii. SontseDim – tsentr vidnovliuvalnoi enerhetyky. URL: <https://soncedim.com.ua/blog/alternativni-dzherela-energiyi>
2. Holovchan A.I. Teoretyko-metodolohichni pidkhody do vyznachennia sutnosti turystychnykh destynatsii ta upravlinnia nymy. URL: file:///C:/Users/%D0%AE%D0%B7%D0%B5%D1%80/Downloads/nvntu_2012_22.3_15.pdf
3. Hoshovskiy S.V., Rudko H.I., Presner B.M. Ekolohichna bezpeka tekhnopryrodnykh heosystem u zviazku z katastrofichnym rozvytkom heolohichnykh protsesiv. K. : ZAT “NICH LAVA”, 2020. 624 s. URL: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FuaN_r57EFcJ:https://www.wunu.edu.ua/pdf/opp/program/uf/Bachelor/pravo/ekolohichna_bepeka/work.pdf&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua
4. Ekolohiia z osnovamy ekolohichnoho turizmu : navchalnyi posibnyk / ukl. Pankiv N.Ie., Bomba M.Ia. Lviv : Liha-Pres, 2016. 318 s.
5. Kachynskiy A.B., Khmil T.A. Ekolohichna bezpeka Ukrainy: analiz, otsinka ta derzhavna polityka. K. : NISD, 1997. 127 s. URL: <http://www.philosophy.univ.kiev.ua/uploads/editor/Files/Vykladachi/Hylko/%D0%A5%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D0%BE%20%D0%9C.%D0%86.%20%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0%20%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8.%20%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D1%87.%20%D0%BF%D0%BE%D1%81..pdf>
6. Kuchynska I.V. Turizm v umovakh hlobalnoi ekolohichnoi kryzy: suchasni vyklyky i perspektyvy rozvytku. Zbirnyk materialiv mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Stratehiia rozvytku turizmu u 21 st. u konteksti vyrishennia hlobalnykh problem suchasnosti». Lviv, 28.05.2019 r. Lviv : LIET, 2019. S. 291–301. URL: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pJWamIFBHf4J:https://web.znu.edu.ua/herald/issues/2012/FViS-2012-2/055-65.pdf&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua>
7. Martiienko A., Dyshkantiuk O. Sutnist hostynnosti yak ekonomichnoi katehorii. Ekonomika: realii chasu. Naukovyi zhurnal. 2017. № 2 (30). S. 72–78. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2017/No2/72.pdf>
8. Milinchuk O.V. Perevahy ekolohichnoi sertyfikatsii hoteliv v Ukraini. Menedzhment v innovatsiynomu rozvytku ekonomiky: problemy ta perspektyvy. S. 322–323. URL: <https://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/622/322.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. Pandemiia COVID-19 ta yii naslidky dlia turizmu v Ukraini. Vydannia NTOU. URL: <http://eap-csf.org.ua/wp-content/uploads/2020/12/COVID-19-TA-SOTSIALNIY-DIALOG-V-TURISTICHNIY-GALUZI-PRAKTIKA-YES-TA-UKRAYINSKI-REALIYI.pdf>
10. Stratehiia staloho rozvytku turizmu : navchalnyi posibnyk. Ivano-Frankivsk : IFNTUNH, 2020. 257 s.
11. Hotel Industry: Everything You Need to Know About Hotels. URL: <https://www.revfine.com/hotel-industry/>
12. Leiper N. Tourism Management. 3d ed. Sidney: Pearson Education Australia, 2004. 326 p.
13. Sukach O., Kozlovska S., Sushko N. Modern management technologies in the hospitality industry. URL: <http://baltijapublishing.lv/index.php/issue/article/view/1199/1238>)

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-24>

УДК 338.242

Катерина ШАПОВАЛОВА

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
e-mail: shapovalova.kateryna23@gmail.com

Поліна ШЕРЕМЕТА

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
e-mail: polinasheremetta@gmail.com

NFC ТЕХНОЛОГІЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ РОЗВИТКУ

У статті досліджено систему для проведення безконтактних платежів методами технології NFC. Розглянуто практику еквайрингу як методу торгівлі, що збільшує привабливість бізнесу для клієнта та спрощує процеси в торгівлі для власників та працівників. Визначено актуальність такої системи в Україні та перспективи її розвитку. Проаналізовано наявність на ринку таких систем, комбінації систем, що дозволяють отримати таку ж привабливість для бізнесу та клієнтів. Незважаючи на те, що такі системи приваблюють клієнтів до бізнесу, кількість сервісів, що можуть надавати відповідні послуги клієнту чи бізнесу, залишається незначною, а готових рішень, що об'єднують функціонал для клієнта і продавця одночасно, до сьогодні знайдено не було. Метою статті є подання етапів розробки систем безконтактних платежів, що передають дані між клієнтськими аплікаціями за допомогою технології NFC та сервера на базі мікросервісної архітектури. У статті представлено систему безконтактних платежів на основі технології NFC, її структуру та алгоритм роботи. Вказано, що принцип роботи полягає у отриманні та передачі даних від двох кінцевих клієнтів системи до однієї з платіжних систем в певному порядку, що дозволяє безпечно виконувати платіжні операції.

Ключові слова: Python, Kivy, еквайринг, мікросервіс.

Kateryna SHAPOVALOVA, Polina SHEREMETA

Oles Honchar Dnipro National University

NFC TECHNOLOGY AND ITS DEVELOPMENT PROSPECTS

The article examines a system for making contactless payments using NFC technology. The practice of acquiring as a trade method that increases the attractiveness of business for the client and simplifies trade processes for owners and employees is considered. The relevance of such a system in Ukraine and the prospects for its development have been determined. The presence on the market of such systems, combinations of systems that allow to obtain the same attractiveness for business and customers was analyzed.

Despite the fact that such systems attract customers to the business, the number of services that can provide relevant services to the customer or business remains insignificant, and ready-made solutions combining functionality for the customer and the seller at the same time have not been found to date. The purpose of the article is to present the stages of development of contactless payment systems that transfer data between client applications using NFC technology and a server based on microservice architecture.

The article presents a system of contactless payments based on NFC technology, its structure and algorithm of operation. It is indicated that the principle of operation consists in receiving and transmitting data from two end customers of the system to one of the payment systems in a certain order, which allows for safe payment transactions.

Keywords: Python, Kivy, acquiring, microservice.

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

Торгівля є найвідомішим процесом і двигуном соціального розвитку та розвитку людей у світі. По суті, це стимулює пошук рішень, які розширюють попит і збільшують пропозицію. Торгівля як процес існувала з давніх часів і протягом всієї історії використовувала найсучасніші методи обміну вартості. З точки зору налагодження зв'язків і обміну культурними звичаями, торгівля забезпечувала об'єднуючий рух для різних і раніше не пов'язаних народів навколо торгових шляхів.

Проте ця галузь, що спонукала розвиток упродовж тисячоліть існування людства, технологічно майже не змінювалась з часів першої промислової революції, окрім використання нових інструментів доставки у вигляді авто та залізниці, до самого двадцятого століття [1, с. 1-4].

Ще в 1800-х роках почалися дискусії про відмову від використання або принаймні альтернативи розрахункам готівкою. Сучасна ера кредитних карток почалася в 1949 році з появою кредитної картки ресторану Diners Club. Коли гості приходять до ресторану, вони можуть пред'явити цю картку замість готівки, і ресторан надасть копію рахунку в Diners Club, а Diners Club виставить гостю загальний рахунок наприкінці місяця. Сьогодні роздрібна торгівля переживає активну модернізацію, переходячи від готівкових до безготівкових способів оплати.

До недавнього часу завдання ідентифікації платіжних даних носили лише контактні банківські картки, проте зараз з'явилися технології, що дають змогу виконувати передачу цих даних безконтактно, використовуючи свій персональний смартфон, годинник чи навіть NFC-мітку, прикріплену до будь-якого зручного користувачеві об'єкту. Проте складність залучення та обслуговування підштовхує до пошуку нових альтернатив, щоб торгівля знову стала джерелом інновацій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Сьогодні використання систем безготівкових розрахунків стало звичайною практикою. Аналізуючи сценарій безготівкового придбання, ми отримуємо набір дій, які виконуються під час будь-якої безготівкової операції [2, с. 143-146]. Саме для цієї роботи необхідно розробити систему користування продавцем, тобто передачу даних від споживача, обробку та зберігання продавцем і передачу даних банку-еквайру.

Проте найбільший прорив у використанні безконтактних платежів стався завдяки виходу на український ринок Google Pay та Apple Pay як альтернативи безконтактним банківським картам. Вище зазначені додатки (Google Pay і Apple Pay) працюють подібно до безконтактних банківських карток, але отримання та збереження платіжних токенів вивільняється від завдань банку-емітента, який вводить ці дані безпосередньо в картку в смартфон або будь-яку іншу систему безконтактних платежів на підтримуваних пристроях. Для Google Pay користувач реєструє кредитну або дебетову картку в програмі Google Pay.

Система надсилає банку-емітенту цієї картки запит на присвоєння токена, який використовуватиметься замість доданої картки [2]. Його отримання означає, що картці «присвоєно токен», тобто з нею зв'язано унікальний ідентифікаційний номер. Google Pay шифрує цю картку з присвоєним токеном, щоб її можна було використовувати для оплати.

Банки, що обслуговують точки продажу, і банки-емітенти карток використовують доступну інформацію про клієнтів і їхню розшифровану платіжну інформацію для здійснення транзакцій. Процес здійснення безготівкової безконтактної оплати включає наступні етапи:

- Користувач отримує токен з картки. Користувач додає картку в Google Pay. Після цього платіжний токен зберігається на його мобільному пристрої, зашифрований одноразовим або багаторазовим ключем [3, с. 46-49].

- Продавець отримує токен. Коли користувач у магазині наближає свій пристрій до терміналу з увімкненим зв'язком малого радіуса дії (NFC), пристрій надсилає на термінал цей токен, дату закінчення терміну дії та криптограму через протокол NFC.

- Продавець обробляє платіж. На основі даних картки продавець обробляє платіж через банк, який обслуговує цю торгову точку.

- Обслуговуючий банк обробляє платіж. Банк, який обслуговує торгову точку, обробляє дані картки, отримані через NFC, з відповідною платіжною мережею.

- Постачальник маркерів перетворює маркер. Постачальник маркерів перевіряє пароль і перетворює маркер на фактичний номер картки користувача. Банк-емітент отримує інформацію про власника картки.

- Мережа надсилає банку-емітенту номер картки користувача, дату закінчення терміну дії й індикатор про те, що постачальник токенів виконав перевірку за її дорученням.

- Мережа отримує дозвіл на авторизацію. Банк-емітент картки виконує перевірку на рівні рахунку та перевірку повноважень і надсилає мережі дозвіл на авторизацію. Термінал повідомляє про отримання або помилку дозволу на авторизацію транзакції.

- Платіжна мережа через обслуговуючий банк надсилає дозвіл на авторизацію в точку продажу, а з неї – користувачеві. На платіжному терміналі користувач і касир бачать повідомлення про отримання або помилку дозволу на транзакцію.

Тобто, якщо взяти до уваги все сказане вище, ця система продовжує використовувати інфраструктуру банків у вигляді їхніх терміналів і допоміжного обладнання [3]. Продовжуючи пошук подібних рішень, можна зіткнутись із сервісом «Термінал у смартфоні» кооперації ПриватБанку й Visa [4, с. 17-22].

Рішення базується на платіжній технології Tap to Phone, яка перетворює сучасний смартфон або планшет, оснащений чіпом NFC, на повноцінний POS-термінал [6]. Нова послуга позбавляє суб'єктів господарювання необхідності використовувати банківські термінали під час продажу товарів чи послуг. В якості терміналів використовуються смартфони на базі ОС Android версії 8.0 і вище. «Термінал» не є заміною Google Pay або Apple Pay, оскільки він робить саме інші, паралельні функції, не відсилаючи дані про користувача, а їх отримуючи.

Проте, комбінація рішень від ПриватБанку та Google Pay не дозволить здійснити жодного взаємозв'язку для передачі додаткових даних про куплені товари чи послуги від однієї системи до іншої, що зумовлює певні складнощі та перспективу для систем, які будуть об'єднувати в собі функціонал обох систем.

Формулювання цілей статті

Мета цієї статті – виокремити NFC технологію та перспективи її розвитку.

Виклад основного матеріалу

В першу чергу, для розробки необхідно обрати мову програмування, на інструментах якої будуть реалізовуватись всі або частина системи (у випадку використання кількох мов – компоненти). Для системи безконтактних платежів необхідна підтримка однієї, або краще декількох технологій для кожної з задач, ця

мова повинна підтримувати ООП та мати можливість запуску на мобільних пристроях з ОС Android. Необхідно дозволити використовувати ресурси достатньо ефективно, щоб обробляти велику кількість запитів на сервер [5, с. 1199-1201].

Для виконання таких завдань було обрано неідеальне, але цілком задовільне рішення – мова Python [6, с. 248-251]. Він широко використовується при реалізації серверів, обробки та передачі звичайних і великих обсягів даних, підтримки більшості популярних баз даних. Його основними недоліками є, ймовірно, слабка підтримка роботи в ОС Android, слабка розробка основних бібліотек, що дозволяють працювати на цій ОС, а також обмежений і складний функціонал.

Наступним елементом для таких систем є база даних. База даних – абстракція над файловою системою ОС, яка значно спрощує зберігання, обробку та оновлення даних у розроблених програмах. На високому рівні програми зберігають дані та демонструють їх користувачеві в зручному вигляді. Однією з найрозвиненіших та таких, що найкраще підходять за своєю продуктивністю та масштабованістю, є база даних PostgreSQL. PostgreSQL – об'єктно-реляційна система керування базами даних з відкритим вихідним кодом [7, с. 1215-1259].

На відміну від інших проектів з відкритим кодом, таких як Apache, FreeBSD або MySQL, PostgreSQL не контролюється жодною компанією, і його розробка стала можливою завдяки багатьом людям, які хотіли використовувати цю СУБД і впроваджувати в неї останні розробки, а також співпраці з елементом, з яким найчастіше взаємодіє користувач, є сервіс графічного інтерфейсу.

Зручність та функціонал цього інтерфейсу буде вирішальним для користувача під час вибору між подібними системами [8, с. 159-164]. Оскільки Python сьогодні не є популярним рішенням для розробки на ОС Android, то й вибір бібліотек для цієї системи є не широким. Проте є одне рішення, що задовольняє більшість потреб банківської платіжної системи – бібліотека Kivy.

Ця бібліотека разом з деякими додатковими рішеннями дозволяє побудувати графічний інтерфейс для ОС Android, забезпечуючи високу продуктивність, оскільки всі ресурсомісткі процеси виконуються в коді C. Ця бібліотека забезпечує доступ до камери, буфера обміну, мікрофону та інших ресурсів смартфона. Оскільки вся банківська безконтактна платіжна система складається з певної кількості незалежних паралельних мікросервісів, необхідно підбирати систему віддаленого виклику процедури для певного зв'язку між ними.

Основними ресурсами для такої взаємодії сьогодні є REST API та gRPC. Для розробки цієї системи підходять як перша, так і друга система, проте нами була обрана друга через свою новизну, вищу ефективність та перспективність. Логічним кроком перед розробкою системи буде створення структурної схеми, оскільки проект передбачає взаємодію певної кількості самостійних елементів.

Головну роль відіграють додатки на ОС Android, що будуть передавати технологією NFC між собою дані про оплату та банківський модуль, що безпосередньо звертається до банківської системи для здійснення нею оплати. Модулі між собою можна умовно поділити на основні та допоміжні. До основних сервісів проекту належить сервіс обробки даних DMS, що переформатовує дані у зручну для зберігання або відправки банківській системі форму [8, с. 159-164].

При створенні елемента необхідно враховувати відступи країв з атрибутом `size_hint` і положення елемента в заданому наборі полів. Щоб запустити завершене вікно, виконайте метод `run` створеного вище класу `RegApp`, який успадковує батьківський клас `App`. Серверна частина системи розділена на чотири мікросервіси, які взаємодіють між собою за технологією gRPC. Використання цього методу вимагає створення протофайлу, який містить налаштування для передачі даних між службами.

Створивши для кожної взаємодії між сервісами такі конфігурації, отримуємо готове середовище для взаємодії сервісів. Для автоматичного запуску сервісів, необхідно використовувати контейнери Docker, та докерфайл, в якому зазначити правила розгортання та запуску тих чи інших аплікацій. Концептуально він складається з декількох етапів, а саме:

- 1) вибір базової платформи контейнера;
- 2) перенесення проектних файлів у контейнер;
- 3) обробка залежностей проекту;
- 4) запуск сервісу.

Сервіс DMS реалізовує опрацювання отриманих даних, їх підготовку, зберігання та передачу. Для виконання цього функціоналу необхідно створити механізми отримання даних від gRPC, обробки цих даних та методи запису й читання з бази даних. Отримання даних реалізовано класом `DataStub`, що у конструкторі отримує аргументом канал `grpc.Channel` для отримання даних. Для передачі даних необхідно реалізувати клас `DataServicer`, який під час ініціалізації `grpc` буде перезаписувати метод `Put`.

Також необхідно створити функцію `add_DataServicer_to_server`, яка буде повідомляти `grpc` про `DataServicer`. Для роботи з базою даних необхідно створити з'єднання з базою та отримати курсор, що дає прямий доступ для управління базою даних.

Для запуску всіх служб запускається оркестратор служб, який надсилає команди запуску іншим службам. Крім того, ця служба перевіряє, чи встановлено з'єднання з усіма службами, і перезапускає службу, якщо з'єднання немає. Для створення будь-якої служби потрібно зв'язатися з докер-клієнтом і

передати йому такі параметри, як ім'я, зображення, налаштування доступу до мережі, режим, обмеження та точки монтування в параметрах функції `dclient.services.create`. Однак в рамках цієї роботи не вдалося розробити сервіси для банківської справи через відсутність загальнодоступних API для доступу до платіжних і банківських систем.

Загальнопоширеним рішенням є вбудовані вікна оплати в вебсторінку або аплікацію, проте рішення `server-server`, що якраз і має на меті проведення платежу зі сторони розробника системи, і що дозволяє виконувати платежі автоматично, є жорстко контрольовані та потребують високого рівня сертифікації PCI DSS [8, с. 159-164].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку

Розроблено систему безконтактних платежів на основі технології NFC. Розглянуто методи та інструменти розробки мікросервісної архітектури для ОС Android та еквайрингу для реалізації системи безконтактних платежів на основі технології NFC. Розглянуті типові аналоги цієї системи, їхні комбінації, визначено їхні ключові особливості, недоліки та переваги.

Проаналізовано доцільність розробки технології. Проект реалізовано на мові програмування Python з використанням технології віддаленого виклику процедур Google gRPC та фреймворку Kivy Project для взаємодії з операційною системою Android. Виберіть базу даних PostgreSQL. Під час аналізу створюються структурні діаграми, діаграми баз даних і схеми системного алгоритму програмного продукту.

Література

1. Падмапрія Н., Таміларасі К., Каніможі П., Кумар Т. А., Раджмохан Р. та Адеола А. С. Безпечна торгова система з використанням алгоритму віртуальної машини високого рівня (HLVM). Обчислювальна техніка : міжнародна конференція 2022 р. з інтелектуальних технологій і систем для наступного покоління (ICSTSN), 2022. С. 1–4. DOI: 10.1109/ICSTSN53084.2022.9761326.
2. Zhonglin L., Minghua Z., Yin W. and Dong J. Banking Intelligence: Application of data warehouse in bank operations. 2008 IEEE International Conference on Service Operations and Logistics, and Informatics, 2008. С. 143–146. DOI: 10.1109/SOLI.2008.4686380.
3. Перрі Т. С. Електронний банкінг виходить на ринок. IEEE Spectrum. том. 25. № 2. С. 46–49, лютий 1988. DOI: 10.1109/6.4510.
4. Гад А. Ф. NumPyCNNAndroid: бібліотека для прямої реалізації згорткових нейронних мереж для пристроїв Android. 2019 Міжнародна конференція з інноваційних тенденцій у комп'ютерній інженерії (ITCE), 2019. С. 17–22. DOI: 10.1109/ITCE.2019.8646653.
5. Bushong V., Das D., Al Maruf A. and Cerny T. Using Static Analysis to Address Microservice Architecture Reconstruction. 2021 36th IEEE/ACM International Conference on Automated Software Engineering (ASE), 2021. P. 1199–1201. DOI: 10.1109/ASE51524.2021.9678749.
6. Кумар А. та Панда С. П. Опитування: як Python виступає в IT-світі. 2019 Міжнародна конференція з машинного навчання, великих даних, хмарних і паралельних обчислень (COMITCon), 2019. С. 248–251. DOI: 10.1109/COMITCon.2019.8862251.
7. Zhengdong X. and Tianming B. The implementation of flash-aware buffer replacement algorithms in PostgreSQL. 12th International Conference on Fuzzy Systems and Knowledge Discovery (FSKD), 2015. P. 1215–1219. DOI: 10.1109/FSKD.2015.7382115.
8. Aleksy M., Domis D., Sehestedt S. and Ulrich M. Utilizing Business Process Analysis and Feature Analysis in Software Product Assessment. IEEE 17th Conference on Business Informatics, 2015. P. 159–164. DOI: 10.1109/CBI.2015.22.

References

1. Padmapriya N., Tamilarasi K., Kanimozhi P., Kumar T. A., Rajmohan R., and Adeola A. S. A Secure Trading System Using High Level Virtual Machine (HLVM) Algorithm. 2022 International Conference on of intelligent technologies and systems for the next generation Computing technology (ICSTSN), 2022. P. 1–4. DOI: 10.1109/ICSTSN53084.2022.9761326.
2. Zhonglin L., Minghua Z., Yin W. and Dong J. Banking Intelligence: Application of data warehouse in bank operations. 2008 IEEE International Conference on Service Operations and Logistics, and Informatics, 2008. С. 143–146. DOI: 10.1109/SOLI.2008.4686380.
3. Perry T.S. "Electronic Banking Takes the Market," in IEEE Spectrum. volume. 25. No. 2. P. 46–49, February 1988. DOI: 10.1109/6.4510.
4. Gad A.F. NumPyCNNAndroid: a library for direct implementation of convolutional neural networks for Android devices. International Conference on Innovative Trends in Computer Engineering (ITCE), 2019. P. 17–22. DOI: 10.1109/ITCE.2019.8646653.
5. Bushong V., Das D., Al Maruf A. and Cerny T. Using Static Analysis to Address Microservice Architecture Reconstruction. 2021 36th IEEE/ACM International Conference on Automated Software Engineering (ASE), 2021. P. 1199–1201. DOI: 10.1109/ASE51524.2021.9678749.
6. Kumar A. and Panda S. P. Survey: How Python Performs in the IT World. International Conference on Machine Learning, Big Data, Cloud and Concurrent Computing (COMITCon), 2019. P. 248–251. DOI: 10.1109/COMITCon.2019.8862251.
7. Zhengdong X. and Tianming B. The implementation of flash-aware buffer replacement algorithms in PostgreSQL. 12th International Conference on Fuzzy Systems and Knowledge Discovery (FSKD), 2015. P. 1215–1219. DOI: 10.1109/FSKD.2015.7382115.
8. Aleksy M., Domis D., Sehestedt S. and Ulrich M. Utilizing Business Process Analysis and Feature Analysis in Software Product Assessment. IEEE 17th Conference on Business Informatics, 2015. P. 159–164. DOI: 10.1109/CBI.2015.22.

Наталя ГАВЛОВСЬКА

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-1084-2853>e-mail: nataligavlovska@gmail.com

Віталій СЕМЕНЧЕНКО

Хмельницький національний університет

Тарас ЯБЛОНСЬКИЙ

Хмельницький національний університет

Емма ГУМЕННА

Хмельницький національний університет

ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

У статті досліджено існуючі моделі управління змінами, зокрема: модель перетворень бізнесу К. Левіна, модель ADKAR Д. Хейатта, модель Маккінсі (McKinsey), модель 8 сил Дж. Коттера, теорія О, модель айсберг управління змінами В. Крюгера, модель переходу В. Бріджеса. Модель перетворень бізнесу К. Левіна – одна з найпопулярніших і найуспішніших моделей управління змінами, включає 3 етапи процесу змін, а саме: 1) розморожування, 2) зміни, 3) заморожування. Модель ADKAR – автор Д. Хейатт, включає 5 етапів, зокрема: 1) awareness (поінформованість) – усвідомлення необхідності змін; 2) desire (бажання) – бажання підтримувати та брати участь у змінах; 3) knowledge (знання) – знання як змінювати(ся); 4) ability (здатність) – здатність набувати нових навичок; 5) reinforcement (компенсація) – підтримка консолідації змін. Модель Маккінсі (McKinsey) 7-5 – містить сім взаємопов'язаних елементів: 1) загальні цінності, 2) навички, 3) персонал, 4) стиль, 5) стратегія, 6) структура, 7) системи. Модель 8 сил Дж. Коттера полягає у наступному: 1) створіть відчуття невідкладності, 2) побудуйте управлінську коаліцію, 3) сформууйте стратегічне бачення та ініціативи, 4) завербуйте армію добровольців, 5) активізуйте дії, усуваючи бар'єри, 6) генеруйте короткострокові перемоги, 7) підтримуйте досягнення, 8) інституалізуйте зміни. Теорії Е та О організаційних змін М. Бір та Н. Норія виокремлюють дві полярні концепції організаційного розвитку, кожна з яких визначає відповідну стратегію змін. Теорія Е виходить із фінансових цілей і орієнтується на їх ефективне досягнення, теорія О розглядає організацію як систему, що сама розвивається, і більшою мірою орієнтована на корпоративну культуру, цілі та мотиви співробітників організації. Модель айсберг управління змінами, яка запропонована В. Крюгером, дозволяє сформуувати типи реалізації змін на основі виду змін та стратегії, яку слід застосовувати. Модель переходу В. Бріджеса більше орієнтована на перехід, а не на зміну, і складається з 3 етапів: 1) закінчення, втрата та відпускання втраченого, 2) нейтральна зона, 3) новий початок. Зроблено відповідні висновки.

Ключові слова: зміна, управління змінами, модель, розвиток, опір змін.

Nataliia HAVLOVSKA, Vitaliy SEMENCHENKO,

Taras YABLONSKY, Emma HYMENNA

Khmelnitskyi National University

THEORETICAL BASIS OF CHANGE MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION

The article examines the existing models of change management, in particular: the model of business transformations by K. Levin, the ADKAR model by D. Hiatt, the McKinsey model, the 8 forces model by J. Kotter, theory E and theory O, the iceberg model of change management by V. Kruger, the transition model of V. Bridges. K. Levin's business transformation model is one of the most popular and successful change management models and includes 3 stages of the change process, namely: 1) (unfreezing, 2) changes, 3) freezing. ADKAR model - author D. Hayatt, includes 5 stages, in particular: 1) awareness - awareness of the need for changes; 2) desire - desire to support and participate in changes; 3) knowledge - knowledge of how to change; 4) ability - the ability to acquire new skills; 5) reinforcement (compensation) - support for the consolidation of changes.

The McKinsey 7-5 model contains seven interrelated elements: 1) common values, 2) skills, 3) personnel, 4) style, 5) strategy, 6) structure, 7) systems. J. Kotter's 8 forces model is following: 1) create a sense of urgency, 2) build a governing coalition, 3) create a strategic vision and initiatives, 4) recruit an army of volunteers, 5) activate action by removing barriers, 6) generate short-term victories, 7) sustain achievements, 8) institutionalize changes. E Theory and O Theory of organizational changes by Michael Berr and Nitin Nohria single out two polar concepts of organizational development, each of which defines a corresponding change strategy. E Theory starts from financial goals and focuses on their effective achievement, O Theory considers the organization as a self-developing system and is more focused on the corporate culture, goals and motives of the organization's employees. The iceberg model of change management, which was proposed by W. Krüger, allows you to form types of change implementation based on the type of changes and the strategy that should be applied. V. Bridges' model of transition is more focused on transition than on change and consists of 3 stages: 1) ending, loss and letting go of the lost, 2) neutral zone, 3) new beginning. Appropriate conclusions have been drawn.

Key words: change, change management, model, development, resistance to change.

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

Розвиток вітчизняних організацій ґрунтується на необхідності систематичного впровадження змін у операційні процеси та процеси управління. Це пов'язано із високою турбулентністю середовища функціонування вітчизняних організацій і потребою швидкої реакції на негативний вплив різної природи походження. Пандемія,

війна, енергетична криза – це все загострює необхідність у прийнятті швидких та правильних рішень, які дозволять нівелювати негативний вплив середовища функціонування організації. Західний підхід до побудови систем менеджменту довів свою ефективність та надійність, тому позитивні практики впровадження змін у діяльність організації обов'язково повинні бути враховані при удосконаленні їх діяльності та безпосередньо систем менеджменту [3–5]. При цьому завжди необхідно враховувати специфіку діяльності організації, які досліджуються, готовність менеджменту йти на зустріч у процесі надання та обробки інформації.

Аналіз досліджень та публікацій

На сьогодні значна кількість науковців досліджують процеси, що пов'язані зі змінами. До них можна віднести К. Левіна, Дж. Коттера, В. Крюгера, І. Адісеса, І. Ансоффа, Ю. Погорелова, С. Стеціва та інших.

Формулювання цілей статті

Основним завданням дослідження є розгляд основних моделей управління змінами.

Виклад основного матеріалу

Розвиток та зміни є невід'ємною складовою діяльності будь-якої організації. Зміни можуть бути спричинені як внутрішніми факторами, так і зовнішніми, незалежно від того чи є вони позитивними чи негативними. Саме завдяки постійним трансформаціям організації досягають ефективності, зростання ринкової вартості, тощо. Розвиток та зміни – невід'ємні складові будь-якої організації. Організації намагаються вижити за будь-яких умов та підвищити ефективність свого функціонування, тобто в конкретний момент часу зберегти баланс і бажання розвиватися. Будь-які зміни в організації потребують ретельного аналізу попереднього розвитку, існуючого стану та можливостей. Аналізують структуру організації, її цілі та завдання, систему управління, персонал, соціально-психологічну атмосферу. Розробка програми перетворень має передбачати цілу низку етапів: підготовку, збір інформації, визначення напрямів роботи та їх наслідки, організаційно-технічне та соціальне проектування, практичну реалізацію підготовчих змін. Історія процесів управління змінами сягає своїм корінням в 1960-і роки. З того часу з'явилося кілька моделей управління змінами. Розглянемо більш детально існуючі моделі реалізації змін в організації.

Модель перетворень бізнесу К. Левіна – одна з найпопулярніших і найуспішніших моделей управління змінами, створена в 1940-х роках К. Левіном, соціологом та фізиком. Його цікавило, які чинники чи сили впливають ситуацію в даний час, особливо на соціальні перетворення. Він прагнув визначити сили, які перешкоджали руху до мети, або здійснювати рух / зміни до необхідного розморожування. К. Левін вважається засновником концепції управління змінами. К. Левін виділив три етапи процесу змін (управління змінами) (рис. 1):

– «Розморожування» – на цій стадії менеджери допомагають своєму колективу або компанії подолати психологічні бар'єри, які спричинені неприйняттям змін. Слід не просто аналізувати будь-який супротив змін, а й переконувати команду (персонал організації) в їх необхідності. На цій стадії моделі змін К. Левіна основну увагу приділяється підготовці колективу до нововведень.

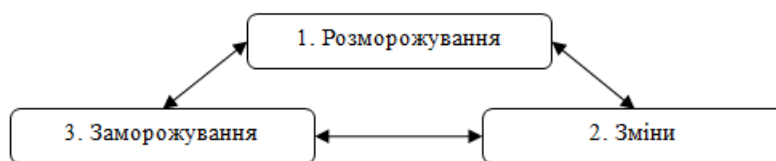


Рис. 1. Модель перетворень бізнесу К. Левіна [10]

– «Зміни» – на цій стадії здійснюється реалізація змін в організації. Впровадження змін, як правило, відбувається не одразу, оскільки неминуче доведеться усунути непередбачені перешкоди та поступово підключати всіх співробітників до нової системи. Там, де стадія розморожування була стресовою, стадія змін залишається стресовою, але вона просувається незалежно від підтримки та постійного спілкування. На цьому етапі чутки розвіюються, і кожен має право діяти.

– «Заморожування» – на даному етапі реалізуються заходи, спрямовані на зміцнення того, що було змінено. Співробітники повинні переконатися в ефективності нового, прийняти нові методи, підтримувати їх використання.

Модель ADKAR – автором цієї моделі є Д. Хейатт. Основою для цієї моделі послужили довгострокові дослідження, які Д. Хейатт та його команда провели у понад 900 організаціях, які переходили через зміни. Запропонована модель дозволяє з'ясувати причини невдач змін, ставлення персоналу до змін та рівень опору, а також, розробити план для розвитку співробітників. Більш детально сутність моделі ADKAR Д. Хейатта наведено на рисунку 2.

<i>Awareness</i> (поінформованість) – усвідомлення необхідності змін	а) бачення теперішнього стану б) як людина сприймає проблеми в) наявність чуток та неправдивої інформації г) суперечливість причин для змін
<i>Desire</i> (бажання) – бажання підтримувати та брати участь у змінах	а) природа зміни (що за зміну і як вона вплине на людину) б) контекст організації оточення, що буде змінюватися (як людина їх сприймає) в) індивідуальна ситуація кожної людини г) що мотивує людину (унікальні глибокі <u>мотиватори</u> кожної людини)
<i>Knowledge</i> (знання) – знання як змінювати(ся)	а) поточна база знань людини б) здатність кожної людини набувати нових знань в) ресурси, доступні для навчання та практики г) доступ та наявність необхідних знань
<i>Ability</i> (здатність) – здатність набувати нових навичок	а) психологічні блоки б) фізичні здібності в) інтелектуальні здібності г) час, необхідний для розвитку навичок д) наявність ресурсів для розвитку нових здібностей
<i>Reinforcement</i> (компенсація) – підтримка консолідації змін	а) ступінь підтримки, необхідний для кожної людини, якої б) торкнулася зміна в) зв'язок підтримки з прогресом та досягненнями г) відсутність негативних наслідків д) система створення механізму для підтримки зміни

Рис. 2. Сутність моделі ADKAR Д. Хейатта*

* побудовано за [8]

Модель 7-S Маккінсі (McKinsey) – модель організації містить сім взаємопов'язаних елементів (рис. 3): загальні цінності – основні цінності компанії, такі як її місія та принципи корпоративної культури; навички – основні здібності, можливості та компетенції персоналу організації; персонал – характеристики всіх ключових робочих ролей, включаючи демографію, мотивацію, навчання та винагороду; стиль – моделі поведінки всіх підрозділів, стиль управління та їх значення в процесі змін; стратегія – загальна мета організації та як вона прагне перевершити конкурентів; структура – структурний поділ роботи всередині організації та взаємодія між відділами; системи – певні процедури у розподілі ресурсів, вимірювання ефективності та винагороди.

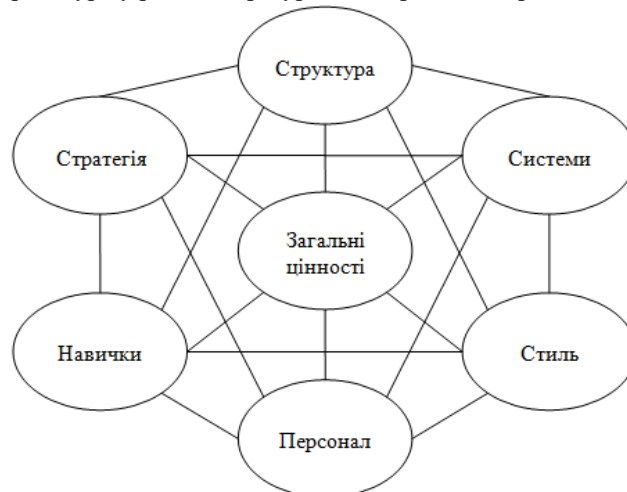


Рис. 3. Модель 7-S Маккінсі (McKinsey) [11]

По суті, модель зосереджена на семи основних елементах, якими повинні володіти всі організації для ефективної роботи. Організації можуть поглядати на ці елементи, щоб побачити, де необхідні реформи, або забезпечити взаємне посилення кожного елемента для підтримки якості роботи. Прагнення змінити один з елементів моделі, вплине на інші.

Модель 8 сил запропонована Дж. Коттером, і складається з 8 етапів (рис. 4). Ця модель не стільки фокусується безпосередньо на змінах, скільки на тому, щоб звернути увагу на людей, які повинні будуть змінитися, і яких найбільш торкнуться реформи. Проте тут використовується методологія «згори донизу».

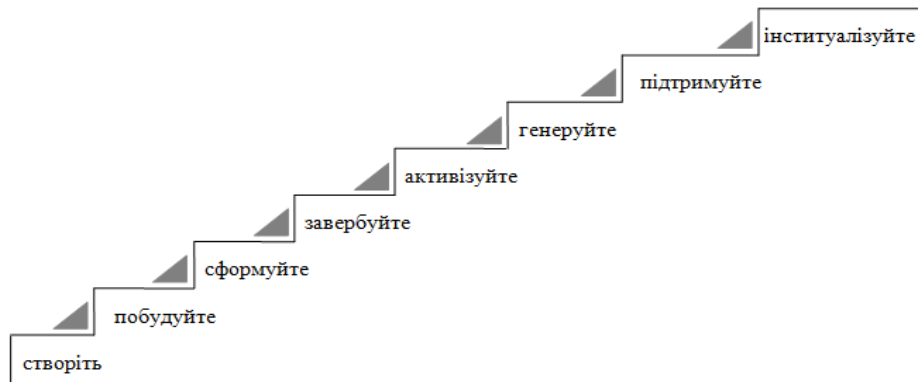


Рис. 4. Модель 8 сил Дж. Коттера [2]

Сутність етапів моделі Дж. Коттера полягає у наступному:

- створить відчуття невідкладності – допоможіть іншим зрозуміти, чому необхідні зміни за допомогою «сміливої, надихаючої заяви про можливість»;
- побудуйте управлінську коаліцію – залучіть ключових гравців, зокрема зацікавлених осіб та лідерів;
- сформуйте стратегічне бачення та ініціативи – визначте передбачувані зміни;
- завербуйте армію добровольців – залучіть у процес решту і змусьте здійснити необхідні зміни;
- активізуйте дії, усуваючи бар'єри – виявляйте та усувайте бар'єри, які, інакше, будуть перешкодою на шляху до свободи та ефективних змін;
- генеруйте короткострокові перемоги – відстежуйте прогрес та заряджайте енергією учасників через відзначення навіть невеликих успіхів;
- підтримуйте досягнення – після початкових успіхів продовжуйте наполягати на ініціативі змін, поки ваших цілей не буде досягнуто;
- інституалізуйте зміни – виявіть нові форми поведінки, які позитивно проявили себе та продовжуйте їх підтримувати, щоб вони зміцнювали силу перетворень та старі звички не з'являлися.

Теорії Е та О організаційних змін М. Бір та Н. Норія виокремлюють дві полярні концепції організаційного розвитку, кожна з яких визначає відповідну стратегію змін. Авторами цих концепцій, що називають Теорія Е та Теорія О, є відомі дослідники, професори Гарвардської школи бізнесу Майкл Бір та Нітін Норія. Теорія Е виходить із фінансових цілей і орієнтується на їх ефективне досягнення, теорія О розглядає організацію як систему, що само розвивається, і більшою мірою орієнтована на корпоративну культуру, цілі та мотиви співробітників організації. Порівняльну характеристику Теорії Е і Теорії О представлено у таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика Теорії Е і Теорії О [6]

Характеристика	Теорія Е	Теорія О	Об'єднані теорії Е та О
Ціль змін	Максимізувати акціонерну вартість	Розвивати організаційні здібності	Чітко охоплюють парадокс між економічною цінністю та організаційною спроможністю
Лідерство	Керувати змінами «згори вниз»	Заохочувати участь «знизу вверх»	Встановити напрямок зверху та залучити людей знизу
Об'єкт змін	Підкреслити структуру та системи	Формувати корпоративну культуру: поведінку та ставлення працівників	Зосередитися одночасно на жорсткому (структурі та системі) та м'якому (корпоративній культурі)
Планування змін	Планувати та розробляти програми	Експериментувати та розвиватися	План на спонтанність
Мотивація змін	Мотивувати за допомогою матеріального заохочення	Мотивувати через відданість – використовувати оплату як справедливий обмін	Використання стимулів для посилення змін, але не для їх стимулювання
Участь консультантів	Консультанти аналізують проблеми та формують рішення	Консультанти підтримують керівництво у формуванні власних рішень	Консультанти – це експертні ресурси, які надають співробітникам можливості

Прихильники теорії О більшою мірою орієнтовані на навчання та розвиток співробітників, зміну корпоративної культури та здійснення змін «знизу вгору». Прихильники Теорії Е вважають, що лідерство «згори донизу» є розумним підходом до управління змінами, коли фірма стикається з проблемами, здатними призвести до краху. Вони використовують військову метафору, – «тільки генерали мають спільний погляд на поле бою» [7, с. 99]. У 1990-і роки Теорія Е стала домінуючою моделлю організаційних змін США. Потім вона почала проникати в управлінську практику у Європі. У чистому вигляді Теорія О, заснована на м'яких методах проведення змін, і менш поширена, ніж Теорія Е, заснована на жорстких методах, особливо у США. Фірми, які застосовують Теорію О, часто мають сильні довгострокові психологічні контракти зі своїми службовцями. Можна сміливо сказати, що Теорія О більше відповідає філософії японських компаній.

Модель айсберг управління змінами – ця модель запропонована В. Крюгером, на його думку, більшість менеджерів при проведенні змін схильні зосереджуватися тільки на бар'єрах, таких як вартість, якість і час, і не приділяти належної уваги сильнішим перешкодам, таким як сприйняття, переконання, вплив і політики. Ця модель дозволяє сформулювати типи реалізації змін на основі виду змін та стратегії, яку слід застосовувати. Модель айсберг управління змінами наведено на рисунку 5.

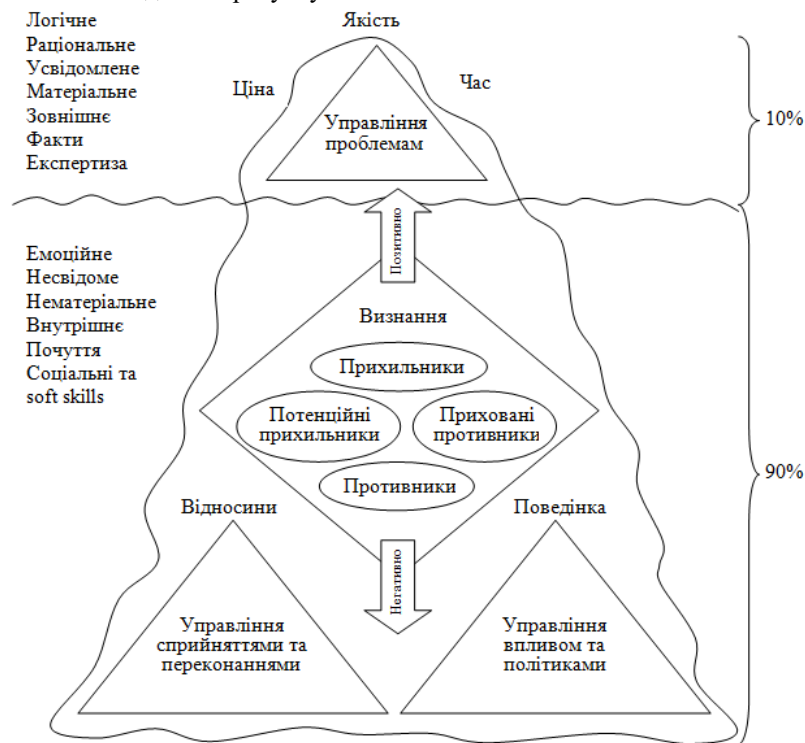


Рис. 5. Модель айсберг управління змінами В. Крюгера [9]

Перш ніж управляти змінами, важливо уявити, як це вплине на співробітників. При визначенні їх типології варто враховувати поведінку, що залежить від управління владними та політичними повноваженнями, так і ставлення співробітників, на яке впливає управління сприйняттями та переконаннями. В. Крюгер виділяє чотири різні категорії: прихильники – ті, хто підтримує зміни; потенційні прихильники – ті, хто загалом позитивно ставляться до змін, але ще повністю не переконані у їх потребі; противники – відкрито виступають проти змін; приховані противники – демонструють підтримку змін, але насправді проти них.

Модель переходу В. Бріджеса – ця модель орієнтована на перехід, а не на зміну. Як зазначає В. Бріджес, при переході ми відпускаємо минуле і сприймаємо нові способи поведінки та мислення. Запланована зміна – це зазвичай переїзд офісу, або встановлення нового обладнання, або реструктуризація. Перехід повільніший, ніж заплановані зміни, тому що він складніший. Зміни ситуативні, їх можна розрахувати, перехід – психологічний процес, ним керувати складніше. Візуально модель переходу В. Бріджеса представлено на рисунку 6, і вона складається з трьох етапів: закінчення, втрата та відпускання втраченого; нейтральна зона; новий початок.

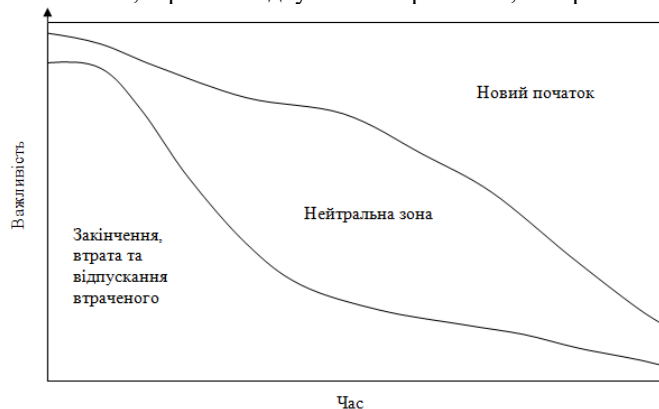


Рис. 6. Модель переходу В. Бріджеса [1]

Працівники організації або члени команди опиняються на першому етапі, коли керівництво або керівник проекту вперше повідомляє про зміни. Цей етап часто характеризується опором чи емоційним потрясінням, оскільки працівники змушені розлучитися з тим, до чого вони звикли. На другому етапі моделі переходу В.

Бриджеса працівники, що переживають зміни, часто відчують почуття невпевненості, заплутаності і бувають нетерплячі. Працівники також можуть відчувати значне робоче навантаження у міру того, як звикають до нових способів роботи, систем, технологій, тому керівництво має докласти максимум зусиль для ефективного управління колективом на даному етапі. Головне завдання цього етапу – подолання хаосу. Останній етап моделі переходу В. Бриджеса – це час прийняття та енергії. Працівники організації вже почали приймати ініціативу щодо необхідності змін. Вони починають навчатися і виявляти інтерес до набуття нових навичок, необхідних для успішної роботи у змінених обставинах. Крім цього, вони починають бачити перші результати та досягнення своєї роботи та зусиль.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Організаційні зміни сприяють трансформації організації та її переходу на якісно новий рівень, однак зміни не завжди позитивно впливають на організацію. Кожна організація завжди прагне до рівноваги. Коли є рівновага, персоналу легше адаптуватися. Зміни потребують нового регулювання для переходу на вищий рівень менеджменту та новий базис рівноваги. У статті детально представлено основні моделі управління змінами: ADKAR Д. Хейатта, модель К. Левіна, модель Маккінсі, модель Дж. Коттера, модель айсберга В. Крюгера, такі моделі передбачають обов'язковий елемент – подолання опору змінам, який дозволяє впроваджувати зміни з меншими витратами і вищим рівнем оперативності, що в сучасних умовах є надважливим.

Література

1. Bridges W. *Managing Transitions: Making the Most of Change* / W. Bridges. – Boston : Da Capo Lifelong Books, 2009. – 192 p.
2. Kotter J. P. *A Force For Change: How Leadership Differs from Management* / J. P. Kotter. – New York: Free Press, 1990. – 192 p.
3. Рудніченко Є.М. Особливості і зміст розвитку організацій з позиції прийняття ефективних управлінських рішень / Є.М. Рудніченко, Н.І. Гавловська, С.А. Омелянчук, І.В. Лісовський, С.Й. Ядуха // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2020. – № 3. – С. 130–134.
4. Притис В.І. Інституціональне середовище формування системи безпекоорієнтованого управління промисловими підприємствами в умовах глобалізаційних змін / В.І. Притис, Н.І. Гавловська, Є.М. Рудніченко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2018. – № 6. Т. 1. – С. 230–232.
5. Рудніченко Є. М. Цифрова економіка та її вплив на розвиток організації / Є.М. Рудніченко, Н.І. Гавловська, С.А. Суходоля, І.В. Лісовський, С.Й. Ядуха // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2020. – № 4. – С. 172–176.
6. Beer M., Nohria N. *Cracking the Code of Change*. Harvard Business Review. 2014. June 10. URL: <http://www.companyrestructure.com.au/pdf/Cracking%20the%20code%20of%20change.pdf> (date of application: 24.11.2022).
7. Conger J. *Effective Change Begins at the Top*. In: Beer, M. and Nohria, N. (eds) *Breaking the Code of Change*. Boston: Harvard Business School Press, 2000. P. 99–112.
8. Hiatt J. M. *ADKAR: Model for Change in Business, Government and our Community: How to Implement Successful Change in our Personal Lives and Professional Careers*. Colorado : Prosci Research, 2006. 148 p.
9. Krüger W. *Implementation: The Core Task of Change Management/* CEMS Business Review. 1996. №1. P. 77–96.
10. Lewin K. *Field Theory in Social Science: Selected Theoretical Papers*. Edited by Dorwin Cartwright. New York: Harper & Row, 1951. 346 p.
11. Peters T. J., Waterman R. H. *In Search of Excellence: Lessons from America's Best Run Companies*. New York: Harper & Row, 1982. 360 c.

References

1. Bridges W. *Managing Transitions: Making the Most of Change* / W. Bridges. – Boston : Da Capo Lifelong Books, 2009. – 192 p.
2. Kotter J. P. *A Force For Change: How Leadership Differs from Management* / J. P. Kotter. – New York: Free Press, 1990. – 192 p.
3. Rudnichenko Ye.M. *Osoblyvosti i zmist rozvytku orhanizatsii z pozytsii pryiniattia efektyvnykh upravlynskykh rishen* / Ye.M. Rudnichenko, N.I. Havlovska, S.A. Omelianchuk, I.V. Lisovskiy, S.I. Yadukha // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. – 2020. – № 3. – S. 130–134.
4. Prytys V.I. *Instytutsionalne seredovyshe formuvannia systemy bezpekoorientovanoho upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy v umovakh hlobalizatsiinykh zmin* / V.I. Prytys, N.I. Havlovska, Ye.M. Rudnichenko // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. – 2018. – № 6. Т. 1. – S. 230–232.
5. Rudnichenko Ye. M. *Tsyfrova ekonomika ta yii vplyv na rozvytok orhanizatsii* / Ye.M. Rudnichenko, N.I. Havlovska, S.A. Sukhodolia, I.V. Lisovskiy, S.I. Yadukha // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. – 2020. – № 4. – S. 172–176.
6. Beer M., Nohria N. *Cracking the Code of Change*. Harvard Business Review. 2014. June 10. URL: <http://www.companyrestructure.com.au/pdf/Cracking%20the%20code%20of%20change.pdf> (date of application: 24.11.2022).
7. Conger J. *Effective Change Begins at the Top*. In: Beer, M. and Nohria, N. (eds) *Breaking the Code of Change*. Boston: Harvard Business School Press, 2000. P. 99–112.
8. Hiatt J. M. *ADKAR: Model for Change in Business, Government and our Community: How to Implement Successful Change in our Personal Lives and Professional Careers*. Colorado : Prosci Research, 2006. 148 p.
9. Krüger W. *Implementation: The Core Task of Change Management/* CEMS Business Review. 1996. №1. P. 77–96.
10. Lewin K. *Field Theory in Social Science: Selected Theoretical Papers*. Edited by Dorwin Cartwright. New York: Harper & Row, 1951. 346 p.
11. Peters T. J., Waterman R. H. *In Search of Excellence: Lessons from Americas Best Run Companies*. New York: Harper & Row, 1982. 360 s.

Valentyna LUKIANOVA

Khmelnyskiy National University

<https://orcid.org/0000-0003-0036-3138>e-mail: lukianovav@khnmu.edu.ua**Tetiana HOLOVACH**

Khmelnyskiy National University

<https://orcid.org/0000-0003-3681-2185>e-mail: golovachtv@khnmu.edu.ua**Iryna ZAKRYZHEVSKA**

Khmelnyskiy National University

<https://orcid.org/0000-0003-0918-9949>e-mail: zakryzhevskai@khnmu.edu.ua

THEORETICAL PRINCIPLES OF THE FORMATION OF THE ECONOMIC STRATEGY OF THE ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF STRATEGIC MANAGEMENT

The article examines scientific developments in the field of strategic management. Conscious strategic management allows the management of the enterprise to respond constructively to changes in its economic activity, to identify new opportunities and negative trends; evaluate alternative prospects for development in the future. The classification of scientific schools of strategy formation, which are based on different ideas about the determinants of strategic management, is presented.

Each enterprise has its own configuration of initial strategic processes. Scientists have developed a wide range of enterprise management strategies. Enterprise management strategies are characterized by a constant focus on development, the desire to predict the future, and the direction to increase the efficiency of the enterprise. The article justifies the necessity of using a system of strategies. Theoretical approaches to development methodology, formation of a system of strategies for achieving enterprise goals are considered.

It has been established that the economic strategy plays the most important role in combining individual elements of the general strategy of the enterprise. It is the main prerequisite for maintaining a high level of efficiency of the enterprise and its competitiveness. The process of forming an economic strategy includes interrelated stages: assessment of the current financial state of the enterprise and existing economic strategy; formation of a set of possible economic strategies; direct selection of an economic strategy using a comparative analysis based on certain principles and criteria. When forming an economic strategy, it is necessary to take into account the organizational and production features of the enterprise, in particular, the industry, goals, potential and resource opportunities, etc. The strategy must be adjusted taking into account the influence of external and internal environmental factors.

Keywords: strategy; strategic management; classification of strategies; system of strategies; formation of strategies; economic strategy.

Валентина ЛУК'ЯНОВА, Тетяна ГОЛОВАЧ, Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА

Хмельницький національний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті розглядаються наукові напрацювання у сфері стратегічного управління. Усвідомлене стратегічне управління дозволяє керівництву підприємства конструктивно реагувати на зміни у його господарській діяльності, виявляти нові можливості та негативні тенденції; оцінювати альтернативні перспективи розвитку у майбутньому. Наведено класифікацію наукових шкіл формування стратегій, які базуються на різних уявленнях про детермінанти стратегічного управління.

Кожне підприємство має свою конфігурацію вихідних стратегічних процесів. Науковцями розроблено широкий спектр стратегій управління підприємством. Стратегіям управління підприємством притаманна постійна орієнтація на розвиток, прагнення передбачити майбутнє, спрямування на підвищення ефективності діяльності підприємства. У статті обґрунтовується необхідність застосування системи стратегій. Розглянуто теоретичні підходи до методології розробки, формування системи стратегій для досягнення цілей підприємства.

Встановлено, що найвагомішу роль в об'єднанні окремих елементів загальної стратегії підприємства відіграє економічна стратегія. Вона є головною передумовою підтримання високого рівня ефективності діяльності підприємства та його конкурентоспроможності. Процес формування економічної стратегії охоплює взаємопов'язані етапи: оцінку поточного фінансового стану підприємства та існуючої економічної стратегії; формування набору можливих економічних стратегій; безпосередній вибір економічної стратегії за допомогою порівняльного аналізу на основі певних принципів та критеріїв. Під час формування економічної стратегії потрібно враховувати організаційно-виробничі особливості діяльності підприємства, зокрема галузь, цілі, потенційні та ресурсні можливості тощо. Стратегію потрібно коригувати з урахування дії впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Ключові слова: стратегія; стратегічне управління; класифікація стратегій; система стратегій; формування стратегій; економічна стратегія.

Statement of the problem in a general form and its connection with important scientific tasks

The development of the business sector in Ukraine is a source of economic growth. Currently, the economy of Ukraine functions in the conditions of resistance to Russian aggression, is under the influence of large-scale and negative changes. This leads to significant uncertainty, a large number of destabilizing challenges, threats and restrictions in the activities of domestic enterprises. This is determined by the high variability of the modern environment and makes it necessary to manage business from the point of view of predicting and evaluating its future possible states. Issues of strategic management of enterprise development come to the fore.

There are tasks of ensuring effective achievement of strategic goals, development of appropriate recommendations when forming a strategy for managing the economic development of the enterprise, taking into account changing market conditions.

It is quite obvious that, given the instability of the business environment, an incorrectly formed strategy of economic development leads to a decrease in the efficiency of the functioning of business entities in the long term. In this context, the need to deepen research within the framework of strategic management as a holistic process of development, implementation and appropriate adjustment of strategies is significantly actualized. This, in turn, provides an opportunity for enterprises to adapt to changes in the external environment, will ensure internal coordination of actions, will allow them to get out of a crisis state, and will determine their economic growth.

Analysis of recent research and publications

Theoretical and practical issues of strategic management of the enterprise are devoted to the works of famous foreign and domestic scientists, including I. Ansoff, J. Lempel, D. Norton, R. Kaplan, M. Porter, A. Thompson, A. Strickland, O. Vihanskyi, V. Katkalo, D. Lviv, R. Miles, D. Miller, P. Senge, K. Snow, A. Strickland, A. Thompson, G. Hamel, Y. Hentze, K. Hofer, I. Vakhovych, L. Emelianenko, B. Koretskyi, N. Kuharska, D. Stechenko, Z. Shershnyova and others. In particular, such scientists as: S. Garkavenko, A. Gradov, S. Skobkin, M. Makarenko, O. Makhalina and others made a significant contribution to the study of issues of forming the economic strategy of the enterprise.

Highlighting previously unresolved parts of the general problem, to which the article is devoted

Under the conditions of uncertainty and turbulence of economic processes, the field of scientific research increasingly shows interest in the problems of strategic management and shows the need for further study of issues of formation, selection and evaluation of strategic alternatives from the point of view of their economic efficiency. The relevance and practical significance of the problem determined the choice of the research goal.

Formulation of the goals of the article

The purpose of the article is to study the conceptual foundations of strategic management, the study of existing conceptual approaches to the formation and evaluation of the enterprise strategy system, the justification of the need for the formation of an economic strategy of the enterprise under the conditions of strengthening transformational processes in the production and economic activity of Ukrainian enterprises.

Presenting main material

The essence of strategic management is the preparation of available resources for a timely response and rapid adaptation to unpredictable changes in the environment.

The first scientific studies in the field of strategic management appeared in the second half of the 20th century. The first were: in 1962 the treatise "Strategy and Structure" by A. Chandler in 1965 - the collective textbook of the Harvard Business School "Business Policy", the author of the analytical text for which is K. Andrews, and the book "Corporate Strategy" by I. Ansoff. In the future, scientific schools of strategy formation based on different ideas about the determinants of strategic management were distinguished. The Canadian professor H. Mintzberg singled out ten such main schools, namely:

- 1) school of design: building a strategy is the process of understanding it. The basis of the strategy formation process is design;
- 2) planning school: strategy development should be based on the use of forecasts of the future state of the external environment and scenarios predicting the possible development of the organization. The basis of the strategy formation process is formalization;
- 3) school of positioning: the main focus is on the choice of strategic positions of the organization in the market and on the content of the strategy (prospects of differentiation or diversification of activities, etc.), and not on the process of its construction. At the heart of the strategy formation process is analytics;
- 4) school of knowledge or cognitive school: creating a strategy is the achievement of an understanding of the role, tasks and functions of the organization, which occurs with the help of mental models (or causal maps) formed in the minds of experienced managers. The basis of the strategy formation process is mental models;
- 5) business school: strategy formation is a "visionary project" of a strong leader. The main emphasis is not on building the strategy itself, but on preventing possible negative situations. The basis of the strategy formation process is a strategic vision;

6) school of learning: the idea of constant development of the strategies themselves is supported. It is believed that the strategy is formed in the process of collective learning;

7) school of power (political school): creation of a strategy is a manifestation of the struggle of managers for their influence using available power (or political) methods. Power and political tools are the basis of the strategy formation process;

8) school of organizational culture: special attention is focused on the "collective dimension" of the process of strategy formation, that is, on such an aspect of it as cooperation. The backbone of the strategy formation process is ideology and shared beliefs;

9) school of the external environment: the basis of the strategy formation process is the reaction to external factors: the organization either reacts to external forces, or collapse awaits it;

10) school of configuration (episodicity): the forms of strategies are very diverse, but each in its own time and according to the situation. Strategy development is a component of the process of transformation of the management object [1, 2].

Modern strategic management is the key to the formation of new development guidelines and a corresponding set of strategic measures; consistency of tasks and methods of activity with the goals of the enterprise's development; active search for sources of strategic opportunities through observation, collection of organizational knowledge, experience and leading world practices. In response to the challenges of the 21st century, scientific management forms new theories of strategic management. Among them, the concept of dynamic company capabilities, resource, intellectual potential, and network concept can be singled out.

Note that there are a large number of different approaches to the development methodology, the formation of a system of strategies to achieve effective results of the enterprises (Fig. 1) [3]. In each of these approaches, different views on the successful functioning of the enterprise are distinguished.

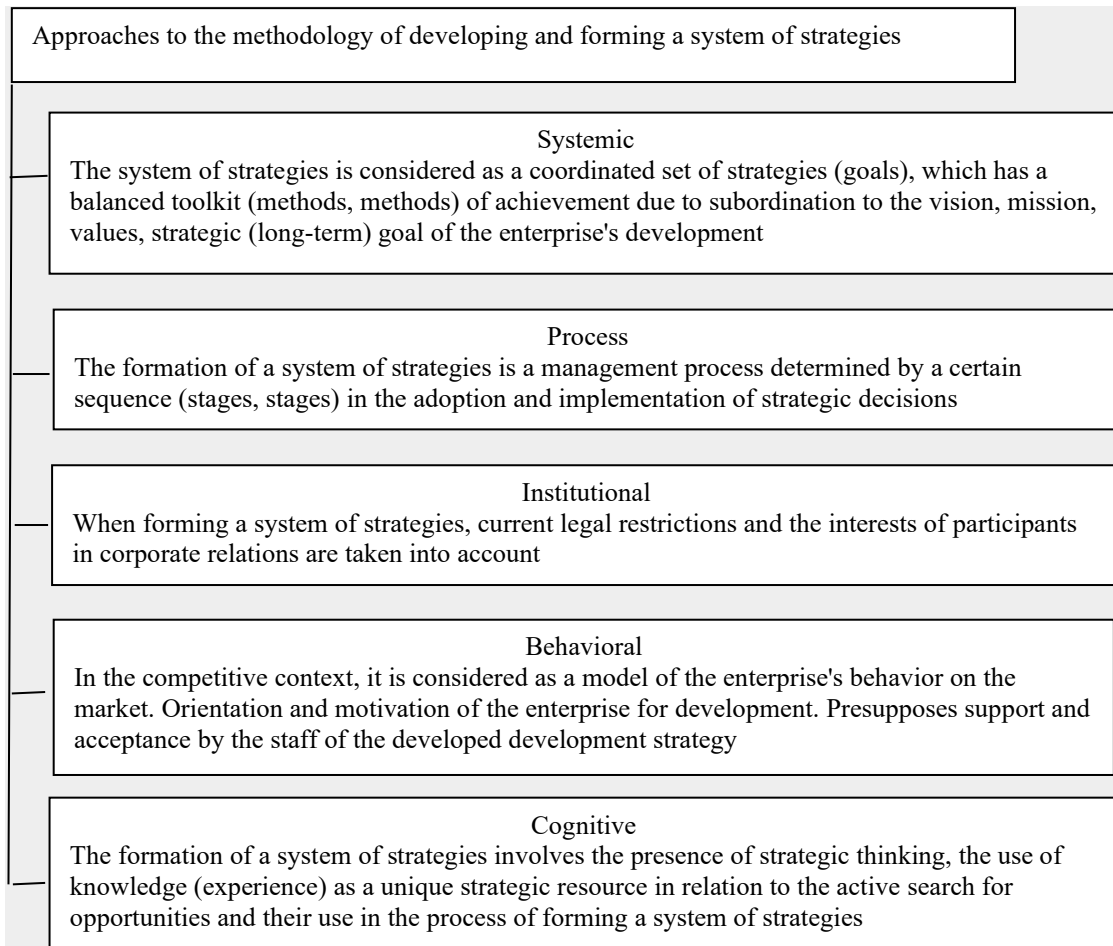


Fig. 1. Theoretical approaches to the formation of a system of enterprise strategies

Source: built by the authors based on [3]

In accordance with the strategic goals of the enterprise, any of the mentioned approaches or a combination of several of them can be chosen. In modern conditions, the main task of managers is to choose a methodology that would best correspond to the individual characteristics of the enterprise's activity and be mutually consistent with its general management system [4].

Enterprise management strategies are characterized by a constant focus on development, the desire to predict the future, and the direction to increase the efficiency of the enterprise.

Scientists have developed a wide range of enterprise management strategies. The generalized classification of the latter is presented in Table 1. When developing a strategy in practice, numerous restrictions and changes in business conduct, as well as the factor of uncertainty and possible unpredictability of strategy implementation in the future must be taken into account. Note that changes in business conduct can be transitional and transformational. Transitional changes are gradual, less complex and usually involve changing only part of the business or processes, and are quickly implemented. Transformational changes are fundamental, very complex, can affect many aspects of a business, and require a lot of time and resources.

Table 1

Generalized classification of enterprise management strategies

Classification of strategies	Types of strategies (signs)
1 According to the size of the enterprise	strategy of a small enterprise, strategy of a medium-sized enterprise, strategy of a large enterprise
2 By the level of business globalization	narrow specialization strategy, market position diversification strategy, market penetration strategy, market development strategy, product development strategy, diversification strategy
3 According to the development cycle of the enterprise	growth strategy, initial strategy, penetration strategy, growth acceleration strategy, transition period strategy, diversification strategy, foreign economic activity strategy, stabilization strategy, survival strategy
4 By stages of the business life cycle	growth strategy, retention strategy, reduction strategy by competitive position in the market, leader strategy, challenger strategy, follower strategy, newcomer strategy
5 By the method of achieving competitive advantages	minimum cost strategy, differentiation strategy, concentration strategy
6 By hierarchy in the management system	corporate strategy, business strategy, functional strategy, operational strategy
7 By direction	activity strategy; strategy for growth of the company's potential; strategy for satisfying needs; strategy of scientific and technical development; activity conversion strategy; strategy of competition on the goods market; the strategy of competition and cooperation in the production of new products and the introduction of new technologies
8 According to the functional criterion	marketing strategy, production strategy, financial strategy, organizational strategy, social strategy, personnel strategy, research and development strategy
9 By product life cycle stage	growth strategy, maturity strategy, decline strategy by direction of investment or disinvestment , growth strategy (investment), stabilization strategy (holding market share), reduction strategy (disinvestment)

Compiled by the authors according to the source [5]

Under these conditions, it is necessary to apply a system of strategies, which can be characterized as a hierarchy of strategic goals that determine the qualitative direction of the enterprise's development, aimed at consolidating its positions, satisfying consumers and moving in changing conditions (Fig. 2).

And the hierarchy of strategic goals allows the enterprise to adapt to changes in the external and internal environments, creates conditions for intensive rational self-development of the enterprise and allows to create the most important advantages in its functioning.

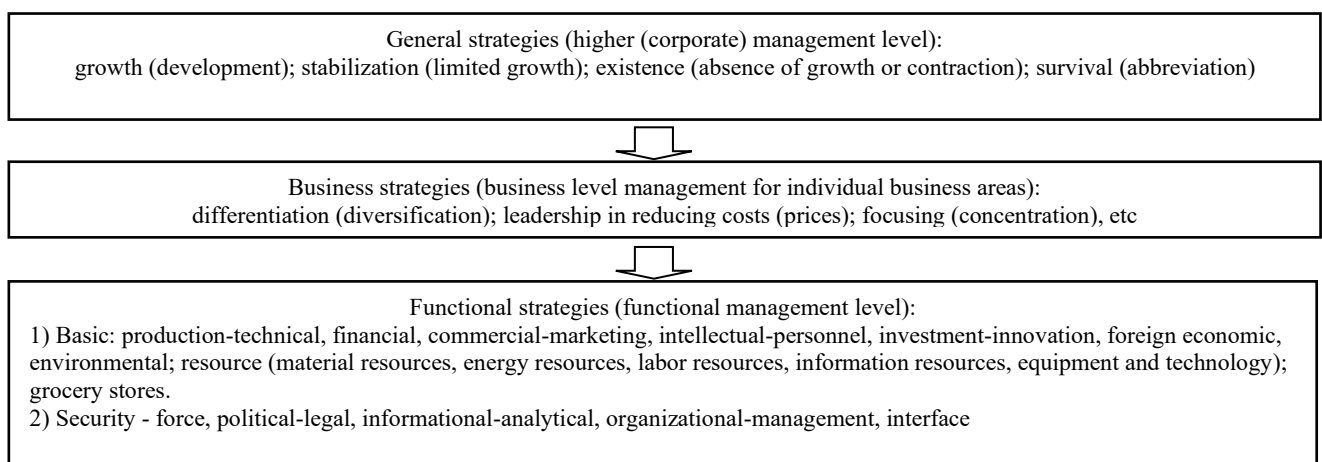


Fig. 2. Hierarchy of strategies by management levels

Source: built by the authors based on [6, 7]

The general strategy of the enterprise covers all areas of the enterprise's activities, provides for the establishment and consolidation of the long-term competitive position of the enterprise on the market. It forms unified goals for further development, distributes goals in the main areas, defines lower-level strategies. Business strategies (business strategies) are universal. They provide competitive advantages and are the basis for the

formation of functional strategies of the enterprise. Functional strategies can be presented as basic strategies and support strategies [8].

There is a close relationship between individual functional strategies of the enterprise. The economic strategy plays the most important role in combining individual elements of the general strategy of the enterprise. It is formed by the highest level of management in accordance with the most important business programs for five or more years, subject to dynamic changes in the external environment. The economic strategy consists of separate elements focused on the following spheres of activity:

1) external: product strategy, pricing strategy, strategy of interaction with the markets of production resources, strategy of the company's behavior on the securities markets, strategy of reducing transaction costs, strategy of foreign economic activities, etc.;

2) internal: the strategy of reducing production costs, the strategy of investment and innovation activities, the strategy of stimulating personnel and preventing insolvency, etc.

Formation of an enterprise's economic strategy is an integrated process of analysis, evaluation, adjustment, decision-making and its implementation. This process includes the following interrelated stages:

1) assessment of the current financial condition of the enterprise and the existing economic strategy, assessment of actions related to the implementation of the previously adopted economic strategy, analysis of accumulated problems, reduction / addition or conceptual revision of the current economic strategy. Determination of the system of goals with the selection of the general goal, conducting a preliminary strategic analysis with the construction of a system of tactical and strategic indicators;

2) formation of a set of possible economic strategies; structuring of strategies: identification of goals, means and indicators, determination of structural components using a classification model of economic strategy; preliminary assessment of each economic strategy based on the integral criterion of economic profit, order portfolio security, liquidity and risk;

3) direct choice of economic strategy using comparative analysis based on certain principles and criteria [9].

Therefore, the economic strategy of the enterprise is the main prerequisite for maintaining a high level of efficiency of the enterprise and its competitiveness.

Conscious strategic management allows the management of the enterprise to respond in a timely and constructive manner to changes in its economic activity, to identify new opportunities and negative trends; evaluate alternative prospects for development in the future.

Conclusions from this study and prospects for further research in this direction

Strategic management is the key to the formation of new guidelines for the development of business structures; consistency of tasks and methods of activity with the goals of the company's development. It is impossible without an active search for new strategic directions with the help of observation, analysis, application of leading global practices.

Enterprise management strategies are characterized by a focus on increasing the efficiency of business entities. Economic strategy is one of the main components of strategic management. When forming it, it is necessary to take into account the organizational and production features of the enterprise, in particular, the industry, goals, potential and resource opportunities, etc. Adjustments should be made taking into account the influence of external and internal environmental factors. An effectively formed economic strategy allows the enterprise to achieve its goals and objectives, to ensure sustainable economic development.

In its activities, the enterprise must use modern, new approaches to the formation and implementation of an economic strategy for successful operations. These questions are the prospects for further research.

References

1. Shevchenko L. S. Ctratehiia orhanizatsii v umovakh obmezhen, nevyznachenosti ta neperedbachuvanosti. *Ekonomichna teoriia ta pravo*. 2020. № 3 (42). S. 8–27. DOI: 10.31359/2411-5584-2020-42-3-8.
2. Baliuk Yu. S. Suchasni stratehii eksportno-importnoi diialnosti promyslovykh pidpryemstv ta yikh obgruntuvannia. *Biznes Inform*. 2022. № 5. C. 100–107. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-5-100-107>
3. Chepeliuk M. I. Metodolohichni pidkhid do formuvannia systemy stratehii pidpryemstva. *Biznes Inform*. 2022. № 7. C. 228–233. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-7-228-233>
4. Shramenko O.V., Zhylyna H.F., Zadorozhna S.M. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. 2019. № 67. S. 105–114. URL: <https://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2306/1/Shramenko.pdf>
5. Brych V., Halys N., Borysiak O. Stratehiia upravlinnia pidpryemstvom z vyrobnytstva biopalyva : monohrafiia / V. Brych, N. Halys, O. Borysiak. – Ternopil : VPTs «Ekonomichna dumka TNEU», 2020. – 224 s.
6. Smerichevskyi S. F., Arefieva O. V., Piletska S. T. Formuvannia stratehichnykh rishen pry upravlinni zminy na pidpryemstvi. *Biznes Inform*. 2022. № 6. C. 108–117. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-6-108-117>
7. Batchenko L.V., Honchar L.O., Hul Ye.A. Osoblyvosti ekonomichnoho stratehuvannia pidpryemstv u sferi hostynnosti. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2022. Vypusk 45. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-86>
8. Khrystenko L. M., Chorna O. Yu., Suprun Yu.P. Kontseptualni aspekty stratehii ekonomichnoi bezpeky yak kliuchovoho elementu stratehichnoho upravlinnia ahrokhodinhamy u tsaryni zabezpechennia svitovoi prodovolchoi bezpeky. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*. 2022. Vypusk 42. S. 135–145. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-42-24>
9. Smachylo I.I. Formuvannia ekonomichnoi stratehii pidpryemstva v suchasnykh umovakh. *Molodyi vchenyi*. 2017. № 12 (52). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/12/173.pdf>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-27>

УДК 658.1

Тетяна КУКЛІНОВА

Одеський національний економічний університет
<https://orcid.org/0000-0002-1370-2883>
e-mail: tanya2013001@gmail.com

ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

У статті досліджуються діяльність малих підприємств під час воєнного часу. Розглянуті аспекти їх функціонування під час воєнної агресії в умовах невизначеності. Виявлено специфіку та особливості їх релокації. Виявлено специфіку та особливості їх проблем на основі детального аналізу процесу їх функціонування. Досліджено їх функціонування з огляду на логістичні процеси. Наведено необхідність стимулювання малих підприємств в Україні. Сформульовано рекомендації щодо по їх підтримки та відновлення у повоєнний час.

Ключові слова: стимулювання, державна підтримка, війна, малі підприємства, проблеми малих підприємств, воєнні умови, управління.

Тетяна KUKLINOVA
Odessa National Economic University

REGARDING THE FUNCTIONS OF SMALL ENTERPRISES DURING THE MARTIAL STATE

The paper presents the results of study of the functioning of small enterprises in the context the martial state.

The study shows the importance of small enterprises in Ukraine. The work deals with the key aspects of small enterprises functioning during the martial state. The specificity of small enterprises in the context the martial state analyzed in Ukraine. The article shows the activities of small enterprises during wartime. Considered aspects of their functioning during military aggression in conditions of uncertainty. The specifics and peculiarities of their relocation have been revealed in the work. The specifics and features of their problems have been revealed on the basis of a detailed analysis of the process of their functioning. Their functioning was studied with regard to logistic processes in a paper. Main problems of small enterprises are defined in a study. The necessity of stimulating small enterprises in Ukraine is indicated. The results also showed the importance of logistic processes during wartime for enterprises in Ukraine. The main features of small enterprises in Ukraine have been revealed during the martial state. The paper deals with problems of the stimulation of small enterprises in the context the martial's state. Recommendations for their support and restoration in the post-war period have been formulated in a paper. The purpose of the article is to characterize the current state and trends in the functioning of small enterprises during wartime and to develop recommendations for their support and restoration. The article substantiates the need to find tools for their support and restoration, both during a full-scale invasion and in the post-war period. Problems of foreign economic activity of small enterprises has been shown in the presented work.

Keywords: stimulation, state support, war, small enterprises, problems of small enterprises, war conditions, management

Постановка проблеми у загальному вигляді,

її зв'язок з важливими науковими чи практичними результатами

Малі підприємства у ринковій економіці визначають темпи економічного зростання. Воєнний стан в країні породжує нові потреби, які потрібно задовольнити. Розвиток міжнародного співробітництва, нових технологій, знань надає нові можливості для підтримки малих підприємств у повоєнний час. Зазначена проблема потребує дослідження в умовах воєнного стану, що підтверджує актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Розвиток малих підприємств набув актуальності під час незалежності нашої країни. Значний внесок у дослідження даної теми зробили такі українські вчені, як А.І. Бутенко, З.С. Варналій, В.М. Гриньова, О.В. Кужель та багато інших. Велика увага в економічній літературі приділяється розробці регіональних програм підтримки підприємництва. Разом з тим необхідно відзначити, що необхідно шукати інструменти їх підтримки та відновлення як під час повномасштабного вторгнення, так і у повоєнний час.

Формування цілей статті

Метою статті є характеристика сучасного стану та тенденції функціонування малих підприємств у воєнний час та розробка рекомендацій з їх підтримки та відновлення.

Виклад основного матеріалу дослідження

В умовах повномасштабного вторгнення змінилися виклики перед українськими підприємствами, які змушені були припинити свою діяльність, перевозити офіси та виробництва з гарячих точок в інші регіони країни та за кордон. У суб'єктів підприємництва значно знизилася кількість замовлень, запаси, випуск продукції. В перші тижні повномасштабної війни Україна втратила майже всі джерела отримання

нафтопродуктів, вітчизняні НПЗ та нафтобази були зруйновані, а постачання з Росії та Білорусі припинено. Істотно зросла ціна на паливо, що істотно вплинуло на собівартість продукції, робіт та послуг.

Україна почала приймати гуманітарну допомогу з інших країн, були закриті кордони України з Росією та Білоруссю, багато вантажів застрягли в портах Чорного моря, авіаперевезення було припинено, більшість вантажоперевезень країною було переорієнтовано на дорожній та залізничний транспорт. В умовах війни багато підприємств зіткнулися з тим, що зруйнувалися традиційні ланцюжки поставок сировини та комплектуючих, а також збуту готової продукції. Підприємцям довелося оперативно вибудувати та налагоджувати нові. Збільшилося навантаження на залізницю, пункти прикордонного контролю, пропускна спроможність яких не розрахована на такі обсяги.

Підкреслюється, що малий бізнес в Україні зазнав в останні місяці колосальних втрат: 15 % підприємств у зв'язку з війною втратили понад 100 тис. дол. США, 28 % – від 10 до 50 тис. дол. США, 40 % – до 10 тис. дол. США. При цьому у кожного п'ятого втрати сталися безпосередньо внаслідок бойових дій. Водночас тільки 6 % змогли пройти перші два місяці війни без втрат [1, с. 32].

Погодимось з думкою, що релокація є досить складним процесом, який має велику кількість обмежень у т.ч. і через фізичну складність переміщення більшості промислових виробництв. Проте за сьогоденних умов релокація бізнесу виступає одним з дієвих інструментів соціально-економічного оздоровлення регіонів України та збереження технологій [2, с. 136]. Але, незважаючи на державну підтримку [3], невирішеними залишаються наступні проблеми малих підприємств:

- непрогнозованість розвитку ситуації в Україні;
- фінансові проблеми;
- недостатня кількість платоспроможних клієнтів в Україні.
- відсутність грантових програм, оголошених урядом;
- перешкоди з боку регуляторних/фіскальних органів;
- зростання цін на сировину та матеріали;
- руйнування виробничих потужностей та інфраструктури;
- проблема перебоїв з електро-, водо- чи теплопостачанням;
- проблеми з наймом кваліфікованого персоналу та брак його через мобілізацію;
- затримка з логістикою на кордоні;
- кіберінциденти;
- зростання транспортних витрат.

В умовах тотального блекауту більшість підприємств встановили додаткові джерела електроенергії, а кожне друге підприємство змінило графік роботи. Через відключення електроенергії підприємства втратили багато загального обсягу робочого часу за місяць. Перебої в енергопостачанні суттєво вплинули на найбільш енергоємні галузі (металургію, хімічну промисловість та машинобудування). Також відключення електроенергії призвели до уповільнення відновлення низки напрямків харчової промисловості (молоко- та м'ясопереробки). Низький попит на житло, збільшення виробничих витрат та перебої з електроенергією стримують будівельні роботи та виробництво будматеріалів. Так, зазначається, що негативний вплив на бізнес відрізняється залежно від географічного розташування самого бізнесу. В тимчасово окупованих регіонах та прифронтових зареєстровано приблизно 50% компаній, які відповідають приблизно за 45% ВВП України [4, с. 183].

На думку Грищенко І. М. та Ковтун Т. Ю., є досить важливим наразі скасування імпорتنих в'їзних мит на певні товари, що дозволить українським підприємствам зекономити на сплаті митних платежів та використати ці кошти для підтримки своїх людей та економіки в цілому [5, с. 29]. Одним із інструментів подолання негативного впливу війни для українського бізнесу є розвиток експорту. Президентом та урядом України прийнято рішення, яке підтримано Європейською комісією – під час воєнного стану в Україні прибрати на один рік всі мита та квоти на український експорт. Так, у січні 2023 р. експорт товарів в Одеської області становив 208,0 млн дол. США, імпорт – 203,6 млн дол. Порівняно з січнем 2022 р. експорт збільшився на 22,9% (38,8 млн дол.), імпорт – на 5,0% (9,7 млн дол.). Позитивне сальдо склало 4,4 млн дол. (у січні 2022 р. сальдо негативне – 24,7 млн дол. США) [6]. Але головні перешкоди, що заважають малому бізнесу розвивати експортний напрямок: відсутність знань, досвіду та кадрів; невідповідність продукції/послуг вимогам зовнішніх ринків; складнощі з пошуком замовлень, відсутність знань у міжнародному маркетингу та продажах.

Малі підприємства виконують в економіці ряд важливих та специфічних функцій. На наш погляд, ці специфічні функції можна виділити з соціальної, економічної та технічної значущості. Малі підприємства обмежують монополізм великих підприємств, усувають диспропорції на товарних ринках шляхом швидкого реагування на зміни кон'юнктури ринку, насичення споживчого ринку товарами та послугами. Гнучкість малих підприємств проявляється в його орієнтації на місцеві ринки та індивідуальний споживчий попит. Малі підприємства пристосовуються до кон'юнктури ринку, швидко реагують на потреби суспільства, що постійно змінюються. Успішне функціонування малих підприємств створює сприятливі умови для оздоровлення економіки: розвивається конкуренція; створюються додаткові робочі місця, підвищується

експортний потенціал; краще використовуються місцеві сировинні ресурси. Велике значення має здатність малих підприємств розширювати сферу прикладання праці, створювати нові можливості не тільки для працевлаштування, але, перш за все, для розширення підприємницької діяльності населення, розгортання його творчих сил і використання вільних виробничих потужностей. Малі підприємства відіграють важливу соціальну роль, забезпечуючи самозайнятність населення, добре соціальне середовище, формує життєво необхідний рівень доходів, сприяє прояву ініціативи й заповзятливості працівників, активізує процеси стартового нагромадження капіталів для подальшого розвитку, що має велике значення як у воєнний, так і повоєнний час. Отже, підтримка малих підприємств – одна з основних передумов економічного та соціального відродження України, Одеського регіону зокрема у повоєнний час.

Висновки та перспективи подальшого розвитку цього напрямку

В умовах війни особливо важливим стає страхування військових ризиків та спрощення нормативних вимог до малих підприємств. Треба шукати нові засоби взаємодії з клієнтами, проводити якісну аналітику для розуміння зростання та перспективи, виявлення закономірностей, цільової аудиторії, оцінки ефективності. Також треба дбати про безпеку, фінансову стабільність, ментальне здоров'я працівників, що дозволить їм виконувати роботу якісно та постійно шукати нові продуктивні рішення, підкорювати нові галузі чи ринки. У кризовий момент транспорт і логістика стали ключовими факторами, які підтримують економіку України, незважаючи на руйнування, людські втрати та збої в ланцюжку поставок, боротьбу з корупцією. Також важливим є доступ до кредитних ресурсів та їх здешевлення, реалізація податкової та судової реформи.

Література

1. П'ятницька Г.Т., Григоренко О.М., Черв'як О.П. Проблеми фінансового менеджменту малих підприємств України у довоєнний та воєнний час. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку. 2022. С. 32–35.
2. Захарова О.В. Релокація підприємств як інструмент відновлення економіки України. Економіка підприємства: теорія і практика : збірник матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, Київ, КНЕУ, 12-13 жовтня 2022 р. С. 134–136.
3. Кривов'язюк І. Державна підтримка розвитку підприємництва в Україні під час дії воєнного стану. Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного, нормативно-правового потенціалу України та її регіонів : матеріали ІІ Міжнародної науково-практичної конференції ГО «ІЕЕЕД», (01 червня 2022 року). Луцьк : Друкарня «Волиньполіграф». С. 138–139.
4. Тимошук В., Ціх Г.В. Проблеми малого та середнього бізнесу в Україні у воєнний час. Збірник тез доповідей ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Трансформація бізнесу для сталого майбутнього: дослідження, діджиталізація та інновації». 2022. С. 183–184.
5. Грищенко І.М., Ковтун Т.Ю. Державна підтримка бізнесу у воєнний час. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування. Том 33 (72) № 2. 2022. С. 29–36.
6. Офіційний сайт Головного управління статистики в Одеській області : офіційний сайт. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua>.

References

1. Piatnytska H.T., Hryhorenko O.M., Cherviak O.P. Problemy finansovoho menedzhmentu malykh pidpriemstv Ukrainy u dovoiennoi ta voiennoi chas. Imperatyvy ekonomichnoho zrostantia v konteksti realizatsii hlobalnykh tsilei staloho rozvytku. 2022. S. 32–35.
2. Zakharova O.V. Relokatsiia pidpriemstv yak instrument vidnovlennia ekonomiky Ukrainy. Ekonomika pidpriemstva: teoriia i praktyka : zbirnyk materialiv IX Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi konferentsii, Kyiv, KNEU, 12-13 zhovtnia 2022 r. S. 134–136.
3. Kryvoviazuk I. Derzhavna pidtrymka rozvytku pidpriemnytstva v Ukraini pid chas dii voiennoho stanu. Problemy ratsionalnoho vykorystannia sotsialno-ekonomichnoho, ekoloho-enerhetychnoho, normatyvno-pravovoho potentsialu Ukrainy ta yii rehioniv : materialy II Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi konferentsii HO «IEEED», (01 chervnia 2022 roku). Lutsk : Drukarnia «Volynpolihraf». S. 138–139.
4. Tymoshchuk V., Tsikh H.V. Problemy maloho ta serednoho biznesu v Ukraini u voiennoi chas. Zbirnyk tez dopovidei II Mizhnarodnoi nauково-praktychnoi konferentsii «Transformatsiia biznesu dla staloho maibutnoho: doslidzhennia, didzhitalizatsiia ta innovatsii». 2022. S. 183–184.
5. Hryshchenko I.M., Kovtun T.Iu. Derzhavna pidtrymka biznesu u voiennoi chas. Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriia: Publichne upravlinnia ta administruvannia. Tom 33 (72) № 2. 2022. S. 29–36.
6. Ofitsiinyi cait Holovnoho upravlinnia statystyky v Odeskii oblasti : ofitsiinyi sait. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua>.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-28>

УДК 338.4

Дмитро МАЗУР
Київський університет ринкових відносин
Олександр МАЗУР
Київський університет ринкових відносин
Галина МАЗУР
Київський університет ринкових відносин
Антоніна КОВБІЙ
Київський університет ринкових відносин

ФІНАНСОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИРІШЕННЯ ОСНОВНИХ ПРОБЛЕМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито розвиток теоретичних положень та удосконалення методичних підходів до аналізу і прогнозування фінансового стану компанії із розкриттям основних проблем, які розв'язуються за допомогою фінансового моделювання.

У статті проаналізовано використання інструментів фінансового моделювання і прогнозування, що дає можливість ефективного аналізу складних і невизначених ситуацій, які пов'язані з прийняттям стратегічних рішень, є інструментом фінансистів, який дозволяє розглядати велику кількість варіантів за сценарієм як прожити без втрати вкладених засобів.

Розкрито актуальність фінансового моделювання, коли скорочується доступність і зростає вартість зовнішнього фінансування, збільшуються ризики втрати ліквідності і стійкості бізнесу, і найважливішою умовою для його розвитку стає зростання операційної ефективності.

Фінансова модель проектів компанії дозволяє імітувати грошові потоки планової діяльності і оцінити майбутній фінансовий стан компанії, показує, звідки братимуться і на що витратимуться фінансові ресурси компанії, виступає основою для аналізу ризиків і побудовою системи ризик-менеджмент компанії, забезпечує безперервну аналітичну роботу, істотно економить час, дозволяючи уникнути розгляду неприйнятних варіантів і швидко ухвалити рішення про припинення неперспективних інвестиційних проектів.

Фінансове моделювання представляється особливо ефективним для оцінки інвестиційних проектів, оцінки і управління ризиками, прогнозування грошових потоків і динаміки фінансового стану компанії, проведення фінансових розрахунків бізнес-плану, визначення оптимальних варіантів фінансування, постановка регулярного бізнес-планування, моделювання і оцінка різних сценаріїв подальшого розвитку бізнесу, зокрема злиття і поглинання.

Ключові слова: фінансове моделювання, операційна ефективність, інвестиційні проекти, оптимальні варіанти фінансування, неперспективні інвестиційні проекти, фінансові ресурси, фінансовий стан.

Dmytro MAZUR, Alexander MAZUR,
Galina MAZUR, Antonina COWBY
Kyiv University of Market Relations

FINANCIAL MODELLING AS A TOOL FOR SOLVING THE MAIN PROBLEMS OF THE ENTERPRISE

The article describes the development of theoretical provisions and the improvement of methodological approaches to the analysis and forecasting of the financial state of the company with the disclosure of the main problems that are solved with the help of financial modelling. The article analyzes the use of financial modelling and forecasting tools, which makes it possible to effectively analyze complex and uncertain situations related to strategic decision-making, is a tool for financiers that allows considering a large number of options according to the scenario of how to live without losing invested funds.

The relevance of financial modelling is revealed when the availability and cost of external financing decreases, the risks of loss of liquidity and business stability increase, and the most important condition for its development is the increase in operational efficiency. The financial model of the company's projects allows you to simulate cash flows of planned activities and assess the company's future financial condition, shows where the company's financial resources will come from and what they will be spent on, serves as the basis for risk analysis and the construction of the company's risk management system, ensures continuous analytical work, significantly saves time, allowing to avoid consideration of unacceptable options and to quickly make a decision to terminate unpromising investment projects.

Keywords: financial modelling, operational efficiency, investment projects, optimal financing options, unpromising investment projects, financial resources, financial condition.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Необхідність оцінки та прогнозування фінансового стану викликана збитковістю та неплатоспроможністю значної кількості підприємств, незадовільною структурою їх капіталу. Реальне відображення фінансового стану підприємства ускладнюється недосконалими методичними підходами до його оцінки. Ці проблеми є актуальними для підприємств України незалежно від їх організаційно-правових форм та форм власності.

Фінансовий стан – це важлива характеристика підприємства, яка відображає результати господарської діяльності та визначає його фінансову спроможність. Результати аналізу фінансового стану дозволяють формувати відповідну фінансову політику та розробляти заходи, направлені на підвищення ефективності використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання.

Прогнозування ж фінансового стану підприємства є інструментом усунення невизначеності, яка виникає внаслідок прийняття управлінських рішень щодо мобілізації та розміщення фінансових ресурсів; дозволяє обґрунтувати доцільність фінансування та підвищити рівень ефективності управління активами підприємства; дає змогу виявити здатність підприємства до сталого функціонування у майбутньому періоді. Отже, вирішення питань, пов'язаних з удосконаленням існуючих та розробкою нових методичних підходів до аналізу і прогнозування фінансового стану підприємства, набуває особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Теоретичні та практичні аспекти аналізу і прогнозування фінансового стану підприємства глибоко досліджені у працях вітчизняних вчених: Л. Будник, І. Голяш, Н.Я. Кравчук, Я. Колісник, О.Ю. Мелих, О.В. Піскунова, В.П. Кукоба, М. Білик, І. Бланка, Є. Бойко, В. Забродського, В. Савчука, В. Сопко, О. Терещенка; та зарубіжних фахівців: Е. Альтмана, В. Артеменка, І. Балабанова, А. Белікова М. Белендера, Т. Берднікової, Л. Бернстайна, У. Бівера, С. Бріхгема, В. Хорна, Г. Давидової, О. Зайцевої, Г. Кадикова, А. Ковальової, В. Ковальова, А. Кудінової та інших.

Виділення невирішених раніше частки загальної проблеми

Проте багато положень праць вказаних дослідників носять суперечливий та дискусійний характер. Зокрема, дослідження прогнозних оцінок фінансового стану підприємств України зосереджено лише на прогнозуванні ймовірності банкрутства та бухгалтерського балансу підприємства. До цього часу не визначено об'єкт та напрями прогнозування фінансового стану, відсутні методичні підходи, які визначають послідовність прогнозування.

Формування цілей статті.

Метою статті є розвиток теоретичних положень та удосконалення методичних підходів до аналізу і прогнозування фінансового стану підприємства із розкриттям основних проблем, які розв'язуються за допомогою фінансового моделювання

Виклад основного матеріалу

В економічній літературі немає однозначного визначення поняття «фінансовий стан підприємства». У процесі дослідження було виявлено, що більшість авторів звужують це поняття, досліджуючи окремі його елементи: фінансову стійкість, ліквідність, платоспроможність. Нами доведено, що такий підхід призводить до викривлення змісту поняття «фінансовий стан». Запропоновано розглядати фінансовий стан підприємства як систему, що включає взаємопов'язані між собою елементи (рис. 1) [1, с.70].



Рис. 1. Фінансовий стан як система взаємопов'язаних елементів

Фінансовому стану підприємства притаманні внутрішні протиріччя, пов'язані з найбільш ефективним розміщенням власних і позикових фінансових ресурсів для отримання максимального прибутку. Так, для забезпечення певного рівня фінансової незалежності підприємству необхідно мати достатній обсяг власного капіталу, за рахунок якого фінансуються необоротні та частина оборотних активів, що призводить до скорочення платоспроможності та зменшення рівня ліквідності. Збільшити рівень ліквідності можна шляхом

вкладення фінансових ресурсів у абсолютно ліквідні активи, що негативно впливає на ефективність використання капіталу. В свою чергу, збільшити рівень прибутковості підприємства дозволяє здійснення капітальних інвестицій за рахунок позикового капіталу, але залучення останнього негативно позначається на рівні фінансової незалежності. Таким чином, за існування низки протиріч та протилежностей, що мають місце, відбувається перехід підприємства з одного типу фінансового стану до іншого.

Фінансовий стан безпосередньо залежить від рівня доходу і прибутку підприємства, структури капіталу та активів. Ці фактори визначають рівень фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності та ефективності використання капіталу. Зовнішні ж фактори прямо не впливають на фінансовий стан підприємства, але від них залежить внутрішнє середовище його функціонування [2, с.42].

Між групами фінансових показників, які характеризують фінансовий стан підприємства, існує взаємозв'язок і взаємозалежність. Показники фінансової стійкості характеризують структуру капіталу та залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування та мають зв'язок з оборотністю кредиторської заборгованості, а на розмір власного капіталу впливає обсяг прибутку, отриманого у звітному періоді. Показники платоспроможності, що відображають здатність підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання, пов'язані з оборотністю оборотних коштів та кредиторської заборгованості. Така залежність вказаних груп фінансових показників та їх різне співвідношення виключає однозначну характеристику фінансового стану підприємства.

Фінансове моделювання і прогнозування дає можливість ефективного аналізу складних і невизначених ситуацій, пов'язаних з прийняттям стратегічних рішень, є інструментом фінансистів, який дозволяє розглядати велику кількість варіантів за сценарієм «що буде, якщо?» і прожити їх без втрати вкладених засобів. Прогнозування дозволяє одержати сценарій розвитку на основі аналізу поточної ситуації (ми знаємо, як зараз зростає прибуток, і маємо можливість визначити, як вона буде збільшуватися через півроку, якщо нічого не зміниться). Моделювання дозволяє вносити зміни і визначати можливі наслідки: «що буде, якщо я зроблю так», або «що буде, якщо відбудеться така-то подія» [3, с.59].

Фінансове моделювання особливо актуальне тепер, коли скорочується доступність і зростає вартість зовнішнього фінансування, збільшуються ризики втрати ліквідності і стійкості бізнесу, і найважливішою умовою для його розвитку стає зростання операційної ефективності.

Фінансова модель проектів компанії забезпечує єдине рішення таких задач: дозволяє імітувати грошові потоки планованої діяльності і оцінити майбутній фінансовий стан компанії; показує, звідки братимуться і на що витратимуться фінансові ресурси компанії; виступає основою для аналізу ризиків і побудовою системи ризик-менеджменту компанії; забезпечує безперервну аналітичну роботу, дозволяючи оперативно корегувати і вести перерахунок можливих варіантів проекту, сценаріїв розвитку бізнесу; істотно економить час, дозволяючи уникнути розгляду неприйнятних варіантів і швидко ухвалити рішення про припинення неперспективних інвестиційних проектів.

Особливо ефективним представляється фінансове моделювання для вирішення трудомістких задач, що припускають наявність великого практичного досвіду і якісної методичної основи, а саме: оцінка інвестиційних проектів, формування і перегляд інвестиційної програми; оцінка і управління ризиками; прогнозування грошових потоків і динаміки фінансового стану компанії; проведення фінансових розрахунків бізнес-плану; визначення оптимальних варіантів фінансування, його об'ємів і структури; постановка регулярного бізнес-планування і процесу ухвалення інвестиційних рішень; моделювання і оцінка різних сценаріїв подальшого розвитку бізнесу, зокрема злиття і поглинання [4, с.80].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, під прогнозуванням фінансового стану підприємства слід розуміти розробку системи науково обґрунтованих імовірнісних припущень про базові і альтернативні структурні зміни в активах та пасивах підприємства, обумовлених використанням капіталу.

В даний час в економічній літературі немає однозначного визначення поняття «фінансовий стан підприємства». Дослідивши існуючі точки зору, їх переваги та недоліки, запропоновано розглядати фінансовий стан, як складну систему, що включає взаємопов'язані елементи (ефективність використання капіталу, ліквідність та платоспроможність, фінансова стійкість), які залежать від внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства.

Дослідження сутності економічного прогнозування дозволило виокремити та визначити поняття «прогнозування фінансового стану підприємства». Це поняття розуміється як розробка системи науково-обґрунтованих імовірнісних припущень про базові й альтернативні структурні зміни в активах та пасивах підприємства, обумовлених використанням капіталу.

Вибір фінансової моделі — це вибір шляху розвитку економічного об'єкта, встановлення певної системи економічних інтересів, які лежать в основі забезпечення впливу на темпи і пропорції цього розвитку. Вибір моделі фінансових відносин залежить від багатьох чинників. Це і рівень розвитку суспільства, і характер та масштаби діяльності держави, її втручання в економіку, і тип здійснюваної нею соціальної політики, і характер міжнародної діяльності та воєнної доктрини, це й історичні традиції народу, рівень розвитку культури тощо.

Література

1. Будник Л. Теоретико-методологічні основи розвитку стратегічного аналізу / Л. Будник, І. Голяш // Галицький економічний вісник. – 2007. – № 1 (12). – С. 139–144.
2. Кравчук Н. Я. Фінансова безпека : навч.-метод. посібн. / Н. Я. Кравчук, О. Я. Колісник, О. Ю. Мелих. – Тернопіль : Вектор, 2018. – 277 с.
3. Піскунова О.В. Моделювання управлінських рішень щодо розвитку малого підприємництва : монографія / О.В. Піскунова. – К. : КНЕУ, 2018. – 334 с.
4. Кукоба В.П. Організаційне проектування підприємства : навч. посібник / В.П. Кукоба. – К. : КНЕУ, 2009. – 420 с.
5. Фінансове моделювання : опорний консп. лекц. – Тернопіль : ТНЕУ, 2019. – 82 с.
6. Фінансовий аналіз : опорний консп. лекц. – Тернопіль : ТНЕУ, 2018. – 69 с.
7. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч.-метод. компл. – Тернопіль : ТНЕУ, 2019. – 320 с.
8. Аналіз господарської діяльності : навч.-метод. компл. – Тернопіль : ТНЕУ, 2018. – 101 с.

References

1. Budnyk L. Teoretyko-metodolohichni osnovy rozvytku stratehichnoho analizu / L. Budnyk, I. Holiash // Halytskyi ekonomichnyi visnyk. – 2007. – № 1 (12). – S. 139–144.
2. Kravchuk N. Ya. Finansova bezpeka : navch.-metod. posibn. / N. Ya. Kravchuk, O. Ya. Kolisnyk, O. Yu. Melykh. – Ternopil : Vektor, 2018. – 277 s.
3. Piskunova O.V. Modeliuvannia upravlinskykh rishen shchodo rozvytku maloho pidpriemnytstva : monohrafiia / O.V. Piskunova. – K. : KNEU, 2018. – 334 s.
4. Kukoba V.P. Orhanizatsiine proektuvannia pidpriemstva : navch. posibnyk / V.P. Kukoba. – K. : KNEU, 2009. – 420 s.
5. Finansove modeliuvannia : oporny konsp. lekts. – Ternopil : TNEU, 2019. – 82 s.
6. Finansovyi analiz : oporny konsp. lekts. – Ternopil : TNEU, 2018. – 69 s.
7. Finansova diialnist subiektiv hospodariuvannia : navch.-metod. kompl. – Ternopil : TNEU, 2019. – 320 s.
8. Analiz hospodarskoi diialnosti : navch.-metod. kompl. – Ternopil : TNEU, 2018. – 101 s.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-29>

УДК 332.834.5

Марія ЗЕЛЕНАХмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-9969-2427>
e-mail: mariaverde4@ukr.net**Олена МАНТУР-ЧУБАТА**Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-1449-7172>
e-mail: alenkachubataya@ukr.net**Анастасія ДАНИЛКОВА**Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-6936-8933>
e-mail: anastasiadanilkova@gmail.com**Євгенія ШЕЛЕСТ**Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-1048-6214>
e-mail: shelestye@gmail.com**Вікторія ПЕТРИЧАК**Хмельницький національний університет
e-mail: petrychak.viktoria97@gmail.com

ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ПОБУДОВИ СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТУ У БІЗНЕС-КОМПАНІЇ

У статті визначено сутність соціального пакету, його структури, підходів до формування та значення для посилення мотивації працівників. Обґрунтовано теоретико-методологічні засади організаційно-економічного механізму визначення інтегрованого підходу до побудови соціального пакету та розроблено науково-прикладні рекомендації запровадження дієвого інструменту мотивації працівників. Визначено соціальний пакет як сукупність фінансових, матеріальних та нематеріальних благ, які підвищують рівень життя і надаються підприємством працівнику, крім основної заробітної плати, з метою заохочення до трудової діяльності. Виділено чотири етапи формування соціального пакету, які приходили на зміну один одному. Визначено підходи у сучасній літературі до визначення терміну «соціальний пакет». Критичний аналіз підходів до визначення сутності та складових соціального пакету дозволив виокремити спільність позицій щодо до складу соціального пакету, а саме: він повинен включати як базові соціальні гарантії, передбачені законодавством про працю та соціальне забезпечення (базова складова), так і додаткові матеріальні блага, надання яких здійснюється роботодавцем за власною ініціативою (мотиваційна). Виділено складові соціального пакету: обов'язковий, конкурентний та компенсаційний. Спроектовано найбільш доцільний підхід до формування соціального пакету.

Ключові слова: соціальний пакет, мотивація праці, промислове підприємство, системи оплати праці, бізнес, бізнес-середовище.

Mariya ZELENА, Olena MANTUR-CHUBATA,
Anastasiya DANILKOVA, Ievgeniia SHELEST, Viktoria PETRYCHAK
Khmelnyskyi National University

INTEGRATED APPROACH AS A METHODOLOGICAL BASIS BUILDING A SOCIAL PACKAGE IN A BUSINESS COMPANY

The article defines the essence of the social package, its structure, approaches to its formation and importance for strengthening the motivation of employees. The theoretical and methodological foundations of the organizational and economic mechanism for determining the integrated approach to building a social package were substantiated, and scientific and applied recommendations for the introduction of an effective employee motivation tool were developed. The social package is defined as a set of financial, material and non-material benefits that raise the standard of living and are provided by the enterprise to the employee in addition to the basic salary in order to encourage labor activity. Four stages of the formation of the social package are distinguished, which replaced each other. Approaches to the definition of the term "social package" in modern literature are defined. A critical analysis of approaches to determining the essence and components of the social package made it possible to single out the commonality of positions regarding the composition of the social package, namely: it should include both the basic social guarantees provided for by the legislation on labor and social security (basic component) and additional material benefits, providing which are carried out by the employer on his own initiative (motivational). The components of the social package are highlighted: mandatory, competitive and compensatory. The most expedient approach to the formation of a social package has been designed.

Key words: social package, labor motivation, industrial enterprise, labor payment systems, business, business environment.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Пошук шляхів щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємств в умовах обмеженості ресурсів ставить на порядок денний питання ефективності діяльності персоналу. Це, у свою чергу, актуалізує проблему мотивації праці найманих працівників. Важливим елементом трудової сфери, який сприяє регулюванню відносин і визначає ступінь їх розвиненості, збалансованості та перспективності з точки зору управління персоналом і забезпечення його ефективної діяльності, виступають нормативно-правові документи договірної регулювання системи соціально-трудова відносин. В сучасних умовах господарювання, і особливо на невеликих підприємствах, перевага віддається регулюванню індивідуальних трудових відносин через надання соціального пакета як інструменту мотивації праці персоналу шляхом гарантування роботодавцем працівнику благ у вигляді пільг, компенсацій, привілеїв і соціальних гарантій додатково до законодавчих норм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Окремі аспекти щодо визначення сутності соціального пакета, його структури, підходів до формування та значення для посилення мотивації працівників бізнес-компаній, висвітлені в працях зарубіжних та вітчизняних вчених і практиків: М. Ведернікова, Є. Вінокурова, А. Колота, І. Маслово, А. Левченка, Ю. Талишева, Н. Горобець, О. Древаль, І. Новак, С. Цимбалюк, М. Петрушенко, В. Орлова, Р. Фрімен, Є. Чернова, М. Скрипнікова. Чимало публікацій можна прочитати в мережі Інтернет.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Не зважаючи на посилення інтересу і науковців, і практиків до терміну «соціальний пакет», його природа та сутність, мотиваційний потенціал, співвідношення з іншими категоріями, що характеризують винагороди та блага, залишаються малодослідженими. Понятійний апарат щодо різних винагород і благ, котрі отримує найманий працівник у результаті виконання певної трудової функції на підприємстві, неконкретний і суперечливий. Більшість праць і публікацій, зокрема електронних ресурсів, присвячених питанням соціального пакета, мають еkleктичний, поверховий характер.

Формулювання цілей статті

Метою статті є обґрунтування теоретико-методологічних засад організаційно-економічного механізму визначення інтегрованого підходу до побудови соціального пакету бізнес-компанії та розроблення науково-прикладних рекомендацій запровадження дієвого інструменту мотивації працівників.

Виклад основного матеріалу.

В основу побудови моделі побудови соціального пакету бізнес-компанії нами обрано інтегративний підхід. Поняття інтеграції широко вживане. Воно використовується як у конкретних науках, так і в наукознавстві, філософії науки. Саме широта його використання зумовлює ті труднощі, які виникають у застосуванні цього поняття при аналізі тенденцій розвитку певної галузі людського знання. Проведені дослідження є теоретико-методологічним підґрунтям для обґрунтування положень і ідей побудови соціального пакету бізнес-компанії на основі інтегративного підходу. При цьому інтеграція може мати різні форми: предметно-образну, понятійну, світоглядну, концептуальну тощо. До головних способів інтеграції відносяться: уніфікація, універсалізація, категоріальний синтез, екстраполяція, узагальнення, моделювання, систематизація. Інтеграційні процеси дають можливість отримати нові результати в рамках тих самих компонентів, забезпечують сумісність наук і знань із різних систем завдяки загальній методології, універсальним логічним прийомам сучасного мислення, сприяють виробленню єдиних методів дослідження та подоланню розрізненості знань [1, с. 252].

В умовах ринкової економіки соціальний пакет для найманого працівника з набору пільг і певних привілеїв перетворився в діючий інструмент мотивації персоналу. А для потенційного кандидата на вакантну посаду – в одну з базових вимог до роботодавця. Сьогодні для ефективних підприємств соціальний пакет є одним з критеріїв успішності та стабільності, а також показником високого рівня корпоративної культури [2].

В останній час поняття соціального пакету все більш активно використовується у регулюванні соціально-трудова відносин на національному ринку праці. В сучасній економіці ще велика кількість організацій, підприємств та установ розглядають соціальний пакет лише як вимушену статтю витрат, яка є необхідною в умовах боротьби за кваліфіковані кадри на ринку праці. Але нині, система соціальних пільг і гарантій, що надаються роботодавцем понад установлені чинним законодавством дозволяє вирішити ряд існуючих проблем, що пов'язані із залученням і утриманням кваліфікованих фахівців. У цих умовах як ніколи актуальним стає соціальний пакет, що формується відповідно до потреб працівників та цілей роботодавців, з урахуванням принципів конкурентоспроможності на ринку праці [3, с. 61]. Зрозуміло, що здобувачі на посаду віддають перевагу більш високій заробітній платі ніж соціальному пакету. Розмір заробітної плати є одним з головних питань на співбесідах щодо працевлаштування [4, с. 249]. У сучасному

світі пріоритети не змінилися, але зацікавленість складовими соціального пакету на підприємстві зростає. Тим більше, що кожна організація прагне запропонувати різноманітні пільги, бонуси та компенсації, що відповідно, є досить конкуруючим фактором. Поняття системи соціальних пільг та гарантій виникло в 1970-х роках у великих американських корпораціях. Саме тоді з'явилась необхідність залучення та утримання кваліфікованого персоналу, а також сформувалися нові вимоги щодо соціальної відповідальності бізнесу. Виділяють чотири етапи формування соціального пакету, які приходили на зміну один одному (таблиця 1) [5, с. 125].

Таблиця 1

Етапи формування соціального пакету

Період	Характеристика
1970-і роки	Набула широкої популярності та використовується і нині так звана «система кафетерію», що виникла в США. Вона представляла собою бальну оцінку кожного з видів матеріальних благ та виходячи з існуючої суми балів співробітник самостійно визначався з необхідним набором.
80-і роки	Запроваджені програми орієнтовані на родини працівників, тобто підтримка здоров'я та розвитку духовних якостей
1990-і роки	З'явилися програми «зручного місця роботи», які спрямовані на забезпечення максимальної кількості послуг на робочому місці.
Початок 20-го століття	Виникли програми «довічного супроводу», в яких роботодавець виділяє фіксовану суму коштів, яку співробітник використовує залежно від особистих потреб, котрі переважають у певний період життя

Нині існують різні погляди вчених щодо визначення «соціального пакету». Розглянемо деякі з них (таблиця 2).

Таблиця 2

Підходи у сучасній літературі до визначення терміну «соціального пакету»

Вчений	Погляд на визначення соціального пакету
О. Ткаченко	Забезпечення працівників певними благами у вигляді компенсацій, пільг, привілеїв і соціальних гарантій, що понад заробітну плату
І. Новак	Відносить його до елементів заробітної плати, що належить до додаткової заробітної плати й інших виплат (заохочувальних й компенсаційних).
Е. Вінокурова	Розглядає як систему пільг і компенсацій матеріального і нематеріального характеру, що надає підприємство працівникам як одну зі складових заробітної плати або бонусів до неї.
С.А. Цимбалюк	Соціальний пакет – це ті блага, які роботодавець надає працівникам та які не входять до фонду оплати праці.
М. Зарічкова	Соціальний пакет – це набір додаткових послуг, пільг, компенсацій, заохочень та соціальних гарантій, які не відносяться до основної заробітної плати, оплату яких бере на себе роботодавець і є дієвим інструментом мотивації персоналу
В. Орлова І. Камінська	Стверджують, що соціальний пакет є складовою компенсаційного пакета, що не пов'язана з результатами праці визначеного працівника і виконує тільки стимулюючу функцію, коли компенсаційний пакет виконує інші дві: відтворюючу та мотивуючу функції.
К. Мельникова	Соціальний пакет – це інструмент мотивації, у вигляді винагороди, що надає роботодавець своїм працівникам у відповідності до положень законодавства, а також задля стимулювання трудової активності персоналу до більш ефективної праці.

Отже, доцільним є визначити соціальний пакет як сукупність фінансових, матеріальних та нематеріальних благ, які підвищують рівень життя і надаються підприємством працівнику крім основної заробітної плати з метою заохочення до трудової діяльності [6].

Надання соціального пакету працівникам регулюється не так жорстко, як питання оплати праці. Це пов'язано з варіативністю складу соціального пакету та добровільним характером його запровадження на підприємствах. Згідно з Законом України «Про оплату праці», матеріальні блага, що входять до соціального пакету, можуть розглядатися як елементи заробітної плати, які відносяться до додаткової заробітної плати та інших заохочувальних та компенсаційних виплат [6].

Запровадження соціального пакету може бути ініційоване трудовим колективом підприємства, в тому числі в межах колективного договору – відповідно до 245 Кодексу законів про працю України, працівникам дозволено вносити пропозиції щодо «поліпшення роботи підприємства, а також з питань соціально-культурного і побутового обслуговування», а право встановлювати додаткові, порівняно із законодавством, трудові та соціально-побутові пільги для співробітників підприємства передбачено. 9 Кодексу законів про працю України [7, с. 165].

Крім того, нормативне регулювання функціонування соціального пакету на підприємстві регулюється і Господарським кодексом України, відповідно до 69 якого, «підприємство вільне самостійно встановлювати для своїх працівників додаткові пільги» [8, с. 41].

Перелік та порядок надання працівникам благ здійснює керівництво, яке виділяє кошти на потреби на підставі наказу. Запровадження соціального пакету здійснюється через механізм договірного регулювання праці. Перелік матеріальних благ, що входять до соціального пакету, порядок та умови

надання їм працівнику можуть бути передбачені безпосередньо в трудовому, а також у колективному договорі та відповідних локальних нормативних актах організації.

Досліджуючи природу соціального пакета, треба взяти до уваги наступне [9]:

По-перше, соціальний пакет є складовою компенсаційного пакета.

По-друге, соціальний пакет формують винагороди (виплати, заохочення, блага, гарантії, компенсації тощо) соціального характеру, що вирізняє їх від інших складових компенсаційного пакета.

По-третє, за своїм функціональним призначенням складові соціального пакета можуть різнитися [10]:

- компенсувати витрати, пов'язані з виконанням посадових обов'язків та функцій: оплата транспортних витрат, мобільного зв'язку тощо;

- сприяти підтриманню та поліпшенню здоров'я та працездатності працівників: медичне страхування, матеріальна допомога на оздоровлення, оплата харчування, путівок на лікування, абонементів у групи здоров'я тощо;

- заохочувати до професійного зростання: оплата навчання, передплата на газети та журнали.

По-четверте, соціальний пакет є однією з основних характеристик, що формує бренд роботодавця та його привабливість на ринку праці, виплати та винагороди, що формують соціальний пакет, мають створювати конкурентні переваги бізнес-компанії на ринку праці.

По-п'яте, відсутній тісний зв'язок між винагородами та заохоченнями, що формують соціальний пакет, та кількістю і якістю праці. Фактично соціальний пакет отримують працівники лише за те, що вони є співробітниками певної бізнес-компанії, членами однієї команди, носіями корпоративної культури.

Надання працівникам соціальних виплат і заохочень дає змогу роботодавцю досягати таких цілей [11]:

- сформувати позитивний імідж і бренд роботодавця на ринку праці;

- залучити і закріпити компетентних працівників;

- поліпшити результати праці за рахунок посилення мотивації працівників та зменшення кількості захворювань;

- поліпшити якість трудового життя, матеріальний добробут найманих працівників і членів їхніх родин;

- підвищити якісні параметри людського капіталу;

- зміцнити лояльність працівників до бізнес-компанії, знизити плинність;

- оптимізувати витрати на соціальне забезпечення працівників, отримати податкові пільги, зменшити непередбачувані фінансові витрати;

- поліпшити соціально-психологічний клімат;

- зменшити кількість конфліктів, судових позовів, тощо.

Треба також зазначити, що відсутня єдність з-поміж вчених і практиків щодо структури та переліку виплат, котрі формують соціальний пакет. Одні автори вважають, що соціальний пакет складається лише з винагород добровільного (необов'язкового) характеру [12]. Інші автори до соціального пакета відносять, окрім останніх, також виплати і блага, передбачені законодавством [13, с. 113].

З-поміж основних складових соціального пакета окремі вчені та практики виокремлюють такі пункти, як виплата у повному розмірі належної працівникові заробітної плати, офіційна заробітна плата (відсутність виплат у конвертах), надання соціальних гарантій, передбачених колективним договором, угодою, оплата лікарняних, надання відпустки, передбаченої законодавством, тощо [14].

Очевидно, що такі складові соціального пакета могли з'явитися лише в умовах низького рівня розвитку соціально-трудових відносин, низької соціальної відповідальності бізнесу, в країні, де порушення трудового законодавства вважається нормою, а дотримання його основних положень — конкурентною перевагою. На нашу думку, роботодавці, котрі роблять акцент на подібних складових соціального пакета, взагалі ризикують своєю репутацією (брендом) роботодавця [15, с. 75].

На наш погляд, акцентувати увагу на тому, що до соціального пакета належать виплати обов'язкового (передбачені законодавством) та добровільного характеру чи, лише добровільного, не варто. Питання щодо включення до соціального пакета норм і гарантій, передбачених законодавством, взагалі не має обговорюватися, а тим паче розглядатися як конкурентна перевага. Передбачені законодавством виплати (приміром, оплата відпустки або грошова компенсація у разі її невикористання, оплата днів тимчасової непрацездатності тощо) роботодавець має здійснювати обов'язково [16, с. 228].

З огляду на це, треба зазначити, що компенсаційний пакет є сукупністю усіх виплат, винагород, благ і послуг, які роботодавець надає працівникові за використання його робочої сили (компетенцій) відповідно до норм чинного законодавства, положень корпоративної політики, умов колективного та трудового договору [9]. Як ми вже зазначали, соціальний пакет є складовою компенсаційного (якщо останній розглядати в широкому розумінні), тому обов'язкові виплати, що мають соціальний характер, з огляду на своє (соціальне) призначення належать до соціального пакета. Якщо стверджувати, що такі виплати не належать до соціального пакета, то тоді до якої частини компенсаційного пакета вони будуть належати?

Оскільки кожен роботодавець їх має здійснювати, а тому й включати до соціального пакета, то вони не можуть розглядатися як конкурентна перевага, що вирізняє роботодавця з-поміж інших, і має сприяти залученню й утриманню на підприємстві компетентних фахівців.

Треба взяти до уваги також підхід, згідно з яким соціальний пакет включає заробітну плату та додаткові соціальні пільги та гарантії [15]. Такий підхід, на нашу думку, взагалі суперечить природі соціального пакета з огляду на вище викладені нами положення й швидше характеризує структуру компенсаційного пакета чи трудових доходів найманих працівників.

Критичний аналіз підходів до визначення сутності та складових соціального пакета дозволив виокремити спільність позицій щодо до складу соціального пакета, а саме: він повинен включати як базові соціальні гарантії, передбачені законодавством про працю та соціальне забезпечення (базова складова), так і додаткові матеріальні блага, надання яких здійснюється роботодавцем за власною ініціативою (мотиваційна). При цьому різні автори по-різному визначають структурні елементи базової частини. Так, на думку І.Новак, яка у структурі соціального пакета пропонує виділяти базовий та мотиваційний (який, у свою чергу, поділяється на конкурентний та компенсаційний) пакети, до базового соціального пакета включаються зобов'язання роботодавця щодо: забезпечення необхідних для виконання роботи умов праці, передбачених законодавством, колективним договором і угодою сторін; загальнообов'язкового державного соціального страхування; виплати у повному розмірі належної працівнику заробітної плати; надання соціальних пільг і гарантії, передбачених колективним договором, угодою [9]. Мотиваційну складову автор в узагальненому вигляді подає як зобов'язання роботодавця щодо: забезпечення здоров'я; розвитку корпоративної культури, навчання, підвищення кваліфікації; відпочинку та розваг; мотивації праці (конкурентний пакет) та відшкодування особистих витрат, пов'язаних із роботою: на мобільний зв'язок, транспорт, оренду або придбання житла в іншому місті. (компенсаційний пакет) [11]. Не можна не погодитися з автором такого підходу щодо визначення сутності мотиваційної складової, проте вона подається дещо обмежено. Окрім того, суперечливим є визначення категорії «компенсаційний пакет», оскільки, наприклад, компенсації за несприятливі умови праці гарантуються чинним законодавством, і тому вони є складовою базового пакета.

Іншої думки щодо компенсаційного пакета дотримується С. Цимбалюк, виділяючи у структурі компенсаційного пакета його соціальну складову [7]. Згідно з таким підходом частина виплат і заохочень, які формують компенсаційний пакет, відноситься до фонду заробітної плати: матеріальна допомога, що має систематичний характер, надана всім або більшості працівників, оплата або дотації на харчування, оплата за утримання дітей працівників у дошкільних закладах, путівок на лікування, відпочинок та екскурсії, проїзних квитків тощо. Такі гарантії та компенсації роботодавець надає своїм працівникам за власною ініціативою. Крім названих виплат, на думку автора, компенсаційний пакет має містити інші матеріальні винагороди, що не належать до фонду заробітної плати: медичне і пенсійне страхування; оплата путівок на санаторно-курортне лікування та оздоровлення за рахунок коштів фонду державного соціального страхування; оплата навчання; позики, видані працівникам для поліпшення житлових умов; оплата послуг з лікування працівників; матеріальна допомога разового характеру тощо [7]. Однак не можна підтримати авторську ідею щодо назви пакета «компенсаційний», оскільки під компенсацією в трудовому праві прийнято вважати «відшкодування» (хоча в інших сферах цей термін використовується в розумінні захисного механізму, наявності певних вигод натомість відомих поступок).

Інший підхід до сутності соціального пакета пропонують В. Орлова та І. Камінська. На їхню думку, соціальний пакет є частиною компенсаційного пакета, яка не пов'язана безпосередньо з результатами праці конкретного працівника і виконує лише стимулюючу функцію, в той час як компенсаційний пакет виконує як відтворюючу, так і мотивуючу функції [8].

Зміст соціального пакету може містити безліч послуг, пільг та компенсацій. Як правило, у соціальному пакеті виділяють три складові, а саме (таблиця 3) [9].

Таблиця 3

Складові соціального пакету

Складові	Характеристика
Обов'язковий соціальний пакет	Це заходи, що передбачені трудовим законодавством – загальнообов'язкове державне соціальне страхування; виплата працівнику належної заробітної плати, щорічна оплачувана відпустка, оплата листків тимчасової непрацездатності, відрахування в соціальні фонди, обов'язкове медичне страхування тощо
Конкурентний соціальний пакет	Те, що роботодавець додає до зарплати співробітника за власним бажанням – пільгове чи безкоштовне харчування, добровільне медичне страхування, оплата спортивних заходів, надання корпоративного автомобіля, пільгові путівки
Компенсаційний соціальний пакет	Це повернення працівнику особистих витрат, які він затрачає в процесі виконання своїх трудових обов'язків – оплата мобільного зв'язку, компенсація бензину й амортизації при використанні особистого автомобіля, часткове чи повне повернення витрат на навчання

Соціальний пакет має бути максимально універсальним та водночас враховувати індивідуальні потреби працівника. Завдання роботодавця – розробити таку систему, яка надасть можливість запровадити

єдиний стандарт підходу до соціального пакета, підвищити рівень послуг, які надаються працівнику, та разом з цим створити умови для оптимізації витрат компанії на соціальні цілі. При цьому однією з основних умов ефективності управління соціальним пакетом є відповідність загальним стратегічним цілям компанії, її корпоративній культурі та політиці управління персоналом.

Проведені дослідження щодо змістовного наповнення соціального пакета показують, що його структура не залишається постійною. Вона є динамічною і залежить від пріоритетів бізнес-компанії та його стратегічних і поточних завдань. Під час кризи головними чинниками, від яких залежить політика роботодавця в галузі соціального пакета, є: економічне становище бізнес-компанії, яке обумовлює здатність платити; стратегія, яка впливає на культуру бізнес-компанії та цілі надання соціального пакета; функції, що виконує соціальний пакет, які обумовлюють досягнення цілей при запровадженні соціального пакета. Значною мірою наповненість соціального пакета визначають потреби щодо залучення і утримання кваліфікованого персоналу, стимулювання більшої продуктивності праці, оптимізація витрат на персонал. Серед цих трьох функцій соціального пакета неоднозначною є функція мотивації (думки HR-менеджерів стосовно мотивуючого ефекту функції різняться через значні відмінності структури соціальних пакетів і їх наповнення). Значна диференціація гарантійних зобов'язань, що включаються до соціального пакета, їх якісних характеристик і рівня обумовлюють потребу в обґрунтуванні підходів до його формування та сутнісного наповнення [8].

Розробляти соціальний пакет потрібно також з урахуванням соціальної складової компенсаційного пакета, яку пропонують інші роботодавці працівникам відповідних професійних груп. Інформацію про поширені соціальні виплати та блага, які пропонують роботодавці найманим працівникам в різних сферах бізнесу, можна отримати з оглядів заробітних плат, публікацій у професійних виданнях та Інтернеті, рекламних оголошень про вакансії, що розміщуються в різних ЗМІ та на сайтах з працевлаштування тощо [10].

Під час проектування соціального пакета необхідно обрати найбільш доцільний підхід до його формування. Розрізняють такі основні підходи до формування соціального пакета [11].

1. Установлення однакового набору соціальних виплат і заохочень усім працівникам бізнес-компанії. Цей підхід прийнятний для малих підприємств. На таких підприємствах усі функції з управління персоналом виконують перші керівники. Основні зусилля зосереджено на виживанні в умовах високої конкуренції, отриманні максимального результату в короткостроковому періоді. В управлінні персоналом акцентується увага на командній роботі, створенні атмосфери довіри та взаємодопомоги. На таких підприємствах варто підкреслювати рівноправність усіх членів команди, тому недоцільно виділяти статус окремих посадових осіб. У зв'язку з цим усім працівникам бізнес-компанії потрібно надавати однакові соціальні заохочення. Наприклад, оплата транспортних витрат, медичне страхування тощо [12].

2. Установлення соціальних виплат і заохочень відповідно до ієрархічної структури бізнес-компанії. Така диференціація соціальних виплат підкреслюватиме статус, заслуги та досягнення вищих посадових осіб, сприятиме підвищенню їхньої мотивації та лояльності. Це також сприятиме посиленню мотивації керівників середнього і нижчого рівнів управління, професіоналів і фахівців. Для цього на підприємстві має бути розроблена ефективна система посадового просування, забезпечені рівні можливості для підвищення у посаді всіх працівників залежно від їхньої компетентності, результатів праці та стажу роботи на підприємстві.

3. Установлення соціальних виплат і заохочень відповідно до грейдів. За такого підходу що вищий грейд, до якого належить посада чи робоче місце, то більший набір виплат і заохочень пропонується працівникам. Цей підхід актуальний для середніх підприємств, особливо якщо на підприємстві обмежені можливості для кар'єрного зростання. Такий підхід дає змогу надавати працівникам, які досягли високих результатів, набір виплат і заохочень, установлений для вищих грейдів [13].

4. Формування соціальних виплат і заохочень за принципом «кафетерію». За цим підходом складається кілька пакетів (наборів) соціальних виплат на однакову суму, але з різним наповненням. Працівникам надається можливість обрати той пакет, який максимально б відповідав їхнім потребам та інтересам. Такий підхід до формування соціального пакета може використовуватись у поєднанні з другим або третім підходами. Для відповідних категорій чи грейдів може бути запропоновано кілька соціальних пакетів [14, с. 60].

5. Формування соціальних виплат і заохочень за принципом «шведського столу». За цим підходом працівникам надається право на певну суму грошей або балів обрати виплати та заохочення із запропонованого переліку. Кожне заохочення має грошовий еквівалент або оцінене в балах. Для працівників різних категорій чи грейдів може встановлюватися різна сума.

6. Монетаризація (грошова компенсація). За цим підходом окремі витрати соціального характеру компенсуються працівникам грошима, приміром, витрати на харчування чи мобільний зв'язок. За такого підходу працівники можуть їх використовувати на власний розсуд. Багато працівників може віддати перевагу такому підходу. Разом з тим фахівці з управління персоналом не рекомендують поширювати монетаризацію на всі соціальні блага й заохочення. Це пов'язано з тим, що грошові виплати не мотивуватимуть так, як соціальні блага й заохочення. Працівники не відчуватимуть, що роботодавець дійсно

підключається про їхнє здоров'я, гідні умови праці та життя. Крім того витрати на корпоративні програми, наприклад, на медичне страхування, страхування від нещасних випадків, набагато менші, ніж витрати за індивідуальними програмами [15].

На формування та наповнення соціального пакету впливає велика кількість факторів. Одні фактори полегшують процес формування та роблять соціальний пакет змістовним та мотивуючим, інші, навпаки, зменшують його та роблять не адекватним до сучасних реалій життя. В першу чергу, треба пам'ятати, що наповнення соціального пакету залежить від економічної ситуації в країні: чим вона краща, тим більше пропозицій надає підприємство у соціальному пакеті [16, 17].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, використання інтегративного підходу при побудові соціального пакету для бізнес-компанії доцільним і дасть можливість інтегрувати та використати усі описані підходи на якісно новому рівні. Інтегративний підхід дозволить зробити процес підготовки більш змістовним з меншими затратами часу. Інтегративний підхід будемо використовувати як основний при побудові соціального пакету бізнес-компанії і як найбільш дієвий підхід при його формуванні. Таким чином, соціальний пакет (його компоненти та величина) є елементом заробітної плати, потужним «мотиваційним інструментом, який інтегрує методи матеріального і нематеріального стимулювання праці, системою заходів, що дає можливість не лише задовольнити потреби працівників», забезпечити реалізацію ними власних конституційних прав у сфері праці, «а й безпосередньо вплинути на виробничий процес», ступінь залучення працівника, індивідуальну та організаційну ефективність, а відтак тривалість і успішність трудових відносин між працівником та роботодавцем. Використання роботодавцями соціального пакета має позитивне значення для внутрішньої стабільності та зовнішньої привабливості компанії як роботодавця, сприяє формуванню в Україні сучасного, конкурентного ринку праці, створенню й розвитку засад корпоративної культури в суспільстві, підвищенню конкурентоспроможності національної робочої сили.

Література

1. Гриненко А. М. Соціальний пакет як інструмент мотивації та соціальної захищеності працівників підприємства. Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. Випуск XVI, № 4. Київ. 2017. С. 252-262.
2. Bäck A., Ståhl C., von Thiele Schwarz U. Walking the tightrope: perspectives on local politicians' role in implementing a national social care policy on evidence-based practice. *Int J Ment Health Syst.* 2016. 10. 75.
3. Song C., Park K.M., Kim Y. Socio-cultural factors explaining technologybased entrepreneurial activity: Direct and indirect role of social security. *Technology in Society.* 2020. 61. p. 101246.
4. Vedernikov M., Zelena M., Volianska-Savchuk L., Litinska V., Boiko J. Management of the Social Package Structure at Industrial Enterprises on the Basis of Cluster Analysis. *TEM Journal.* 2020. 1(9). p. 249-260.
5. Цимбалюк С. Механізм формування компенсаційної політики: теоретико-методологічні аспекти. *Економічний аналіз.* 2013. № 12 (4). С. 123-128.
6. Vedernikov M., Sandyga I., Volianska-Savchuk L., Chernushkina O., Zelena M. and Koshonko O. 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.
7. Зелена М. І. Формування компенсаційного пакету як інструменту мотивації персоналу на промислових підприємствах : дис. ... к-та. екон. наук : 08.00.07. Хмельницький, 2019. 241 с.
8. Войнаренко М.П., Гребінська С.І. Аналіз впливу мотивуючих факторів на результати діяльності машинобудівних підприємств. *Вісник економічної науки України.* 2012. № 1 (21). С. 41-44.
9. Layder D. Social sciences, social reality and the false division between theory and method: some implications for social research. *SN Soc Sci.* 2021. Vol. 1, Iss. 47, (2021).
10. Yang J., Tang Z., Yuan Q., Xu, B. The economic and social benefits of the government-backed credit guarantee fund under the condition of an economic downturn. *Technological Forecasting and Social Change.* 2021. Vol. 166. p. 120632.
11. Ведерніков М., Волянська-Савчук Л., Зелена, М. (2022). ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК ЗМІЦНЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ. Стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств : монографія / за загальною редакцією Р.В. Грінченко. Одеса : ФОП Бондаренко. 2022. 599 с.
12. Salun M., Palyanychka Y. Features and principles of monitoring of industrial enterprise competitiveness. *Economics of Development.* 2018. 17(3). p. 74-82.
13. Ведерніков М., Базалійська Н., Волянська-Савчук Л. (2022). ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ПЕРЕДАЧІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА НА HR-АУТСОРСІНГ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ ПЕРСОНАЛ-ТЕХНОЛОГІЇ. *Innovation and Sustainability,* (2), 112–122. <https://doi.org/10.31649/ins.2022.2.112.122>
14. Мельникова К. В. Соціальний пакет як інструмент матеріальної мотивації. *Економіка та*

управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. 2014. 1(25) січень- березень. С. 53–62.

15. Наципаєва Е. А. Підвищення ефективності системи нематеріального стимулювання організації за рахунок розробки гнучкого соціального пакета. Вісник Саратовського державного соціально-економічного університету. 2017. № 3. С. 74–76

16. McKiernan K. Social Security reform in the presence of informality. Review of Economic Dynamics. 2021. Vol. 40. p. 228-251.

17. Mykhailo Vedernikov, Helena Koshonko, Lesia Volianska-Savchuk, Maria Zelena, Natalia Bazaliyska, Oksana Chernushkina (2020). Assessment of Information and Communication Support of Production Systems in the Conditions of Digital Transformation of the National Economy. 2020 IEEE International Conference on Problems of Infocommunications Science and Technology, PIC S and T 2020 - Proceedings, 2021, pp. 77–82, 9468099. DOI: 10.1109/PICST51311.2020.9468099

References

1. Hrynenko A. M. Sotsialnyi paket yak instrument motyvatsii ta sotsialnoi zakhyshchenosti pratsivnykiv pidpriemstva. Problemy ratsionalnoho vykorystannia sotsialno-ekonomichnoho ta pryrodno-resursnoho potentsialu rehionu: finansova polityka ta investytsii. Vypusk XVI, № 4. Kyiv. 2017. S. 252-262.

2. Bäck A., Ståhl C., von Thiele Schwarz U. Walking the tightrope: perspectives on local politicians role in implementing a national social care policy on evidence-based practice. Int J Ment Health Syst. 2016. 10. 75.

3. Song C., Park K.M., Kim Y. Socio-cultural factors explaining technologybased entrepreneurial activity: Direct and indirect role of social security. Technology in Society. 2020. 61. p. 101246.

4. Vedernikov M., Zelena M., Volianska-Savchuk L., Litinska V., Boiko J. Management of the Social Package Structure at Industrial Enterprises on the Basis of Cluster Analysis. TEM Journal. 2020. 1(9). p. 249-260.

5. Tsybaliuk S. Mekhanizm formuvannia kompensatsiinoi polityky: teoretyko-metodolohichni aspekty. Ekonomichnyi analiz. 2013. №. 12 (4). S. 123-128.

6. Vedernikov M., Sandyga I., Volianska-Savchuk L., Chernushkina O., Zelena M. and Koshonko O. 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.

7. Zelena M. I. Formuvannia kompensatsiinoho paketu yak instrumentu motyvatsii personalu na promyslovykh pidpriemstvakh : dys. ... k-ta. ekon. nauk : 08.00.07. Khmelnitskyi, 2019. 241 s.

8. Voinarenko M.P., Hrebinska S.I. Analiz vplyvu motyvuiuchykh faktoriv na rezultaty diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv. Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy. 2012. № 1 (21). S. 41-44.

9. Layder D. Social sciences, social reality and the false division between theory and method: some implications for social research. SN Soc Sci. 2021. Vol. 1, Iss. 47, (2021).

10. Yang J., Tang Z., Yuan Q., Xu, B. The economic and social benefits of the government-backed credit guarantee fund under the condition of an economic downturn. Technological Forecasting and Social Change. 2021. Vol. 166. p. 120632.

11. Vedernikov M., Volianska-Savchuk L., Zelena, M. (2022). PIDVYShchENNIa MOTYVATsII PERSONALU YaK CHYNNYK ZMITsNENNIa KONKURENTOSPROMOZhNOSTI VITChYZNIaNYKh PIDPRYIeMSTV. Stratehichni napriamky pidvyshchennia konkurentospromozhnosti vitchyznianykh pidpriemstv : monohrafiia / za zahalnoiu redaktsiieiu R.V. Hrinchenko. Odesa : FOP Bondarenko. 2022. 599 s.

12. Salun M., Palyanychka Y. Features and principles of monitoring of industrial enterprise competitiveness. Economics of Development. 2018. 17(3). p. 74-82.

13. Vedernikov M., Bazaliiska N., Volianska-Savchuk L. (2022). OBGRUNTUVANNIa DOTsILNOSTI PEREDACHi BIZNES-PROTsESU UPRAVLINNIa PERSONALOM PIDPRYIeMSTVA NA HR-AUTSORSYNH YaK INNOVATsIINOI PERSONAL-TEKHNOLOHII. Innovation and Sustainability, (2), 112–122. <https://doi.org/10.31649/ins.2022.2.112.122>

14. Melnykova K. V. Sotsialnyi paket yak instrument materialnoi motyvatsii. Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky : zb. nauk. prats. 2014. 1(25) sichen- berezen. S. 53–62.

15. Natsypaieva E. A. Pidvyshchennia efektyvnosti systemy nematerialnoho stymuliuвання orhanizatsii za rakhunok rozrobky hnuchkoho sotsialnoho paketa. Visnyk Saratovskoho derzhavnogo sotsialno-ekonomichnoho universytetu. 2017. № 3. S. 74–76

16. McKiernan K. Social Security reform in the presence of informality. Review of Economic Dynamics. 2021. Vol. 40. p. 228-251.

17. Mykhailo Vedernikov, Helena Koshonko, Lesia Volianska-Savchuk, Maria Zelena, Natalia Bazaliyska, Oksana Chernushkina (2020). Assessment of Information and Communication Support of Production Systems in the Conditions of Digital Transformation of the National Economy. 2020 IEEE International Conference on Problems of Infocommunications Science and Technology, PIC S and T 2020 - Proceedings, 2021, pp. 77–82, 9468099. DOI: 10.1109/PICST51311.2020.9468099.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-30>

УДК: 338.4:352.078.5+316.47

Ольга ГАГАЛЮК

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
e-mail: gagaliuk.olya@gmail.com

АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ТА ЕКОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД В УКРАЇНІ

У статті розглянуто результати аналізу соціально-культурної та екологічної складових, визначено основні особливості даних складових сталого розвитку досліджуваних промислових підприємств в сукупності. Здійснено дослідження основних показників, котрі визначають та відображають соціокультурну складову реалізації гермінативного розвитку промислових підприємств Тернопільщини. Висвітлено негативну динаміку зниження частки прибутку орієнтованої на соціальні потреби як працівників промислових підприємств, так і громади, яку вони представляють. Відмічено зростання показника продуктивності праці на усіх досліджуваних підприємствах. Дослідивши соціально-культурну та екологічну складові слід зауважити, що основними загрозами в подальшому можуть стати зростання рівня інфляції, зниження розміру заробітної плати працівникам промислового підприємства, знищення соціокультурної інфраструктури та забруднення екології через військове вторгнення РФ в Україну. В цілому, негативні тенденції вимагають реалізації концепції стратегування дій, акцентованих на посилення основних складових гермінативного розвитку даних промислових підприємств.

Ключові слова: гермінативний розвиток; промислове підприємство; соціокультурна складова; екологічна складова; функціонування; сталий розвиток; працівник.

Olha HAHALIUK

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

ANALYSIS OF SOCIO-CULTURAL AND ENVIRONMENTAL ASPECTS OF THE FUNCTIONING OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF UNITED TERRITORIAL COMMUNITIES IN UKRAINE

The article examines the results of the analysis of socio-cultural and ecological components, defines the main features of these components of sustainable development of the studied industrial enterprises as a whole. A study of the main indicators that determine and reflect the socio-cultural component of the implementation of the germinal development of industrial enterprises of the Ternopil Region was carried out. The negative dynamics of the decrease in the share of profit oriented towards the social needs of both the workers of industrial enterprises and the community they represent are highlighted. An increase in labor productivity was noted at all the investigated enterprises. An analysis of the ecological component was carried out. The criteria that must be used when developing a strategy for the sustainable development of an industrial enterprise are described, and this will allow preserving the environment for future generations, and will not worsen the environmental conditions around the enterprise itself. It was determined that the basis of the current germinative development of industrial enterprises should be the protection and rational treatment of the environment. It was emphasized that it is necessary to solve the most painful problems, namely: pollution of air, water, and soil. The world experience of industrial entrepreneurship, which offers the basis of ways in the field of solid household waste management, is described. Having studied the socio-cultural and ecological components, it should be noted that the main threats in the future may be: an increase in the level of inflation, a decrease in wages for employees of an industrial enterprise, the destruction of socio-cultural infrastructure and environmental pollution due to the military invasion of the Russian Federation in Ukraine. In general, negative trends require the implementation of the concept of strategizing actions focused on strengthening the main components of the German development of these industrial enterprises.

Key words: germinative development; industrial enterprise; sociocultural component; ecological component; functioning; Sustainability; employee.

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

Соціально-культурна складова сталого розвитку має важливе значення і повинна бути орієнтована на людину і спрямована на збереження стабільності соціальних і культурних систем, у тому числі, на скорочення числа руйнівних конфліктів між людьми [1]. Соціально-культурна компонента сталого розвитку на промисловому підприємстві охоплює весь спектр прав працівника, як індивідуальних, так і колективних, включаючи питання корпоративного управління, а також більш широке коло проблем підтримки стабільності соціальних і культурних систем, примноження гуманітарних цінностей сучасного суспільства. У відповідності до базової ідеї сталого розвитку, соціокультурна компонента виходить із принципу «міжпоколінської справедливості» – визнання того, що майбутні покоління повинні мати, як мінімум, рівний з нинішнім поколінням доступ до соціальних та культурних ресурсів, зручний та постійний доступ до них. Крім того, вважається, що всередині сучасного покоління також повинен бути забезпечений рівномірний доступ до соціокультурних ресурсів. Тому важливим аспектом соціальної стабільності є справедливий розподіл благ [2].

Про підвищення рівня соціокультурної складової сталого розвитку промислового підприємства засвідчують наступні чинники: зростання кількості працівників, зростання рівня оплати праці, збільшення частини прибутку підприємства, котра виділяється на соціальні заходи, зростання відсотку працівників, котрі пройшли курси підвищення кваліфікації, зростання продуктивності праці працівників зайнятих виробничо-господарською діяльністю даного підприємства. Поряд із цим, крім фінансового важливим є моральне задоволення, що визначає культурну сферу – відвідування працівниками підприємства культурних установ та організацій (театру, філармонії, музеїв, бібліотек, центрів народної творчості, циркових закладів, науково-дослідних та методичних організацій), а також моральне заохочення праці найкращих працівників (грамоти та відзнаки, просування по кар'єрній драбині, збільшення календарних днів відпустки та інше).

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Серед дослідників, котрі займалися аналізом соціально-культурних та екологічних аспектів функціонування промислових підприємств, можна виділити наступних: Телешевська С.М. [1], Дегтярьова О.О. [1], Зайцева Л.О. [2], Осітнянко Д.О. [3], Примак Т.Ю [3], Ліпич Л.Г. [4], Глубицька Т.В. [4], Прокопишин О.С. [11], Столярчук А.В. [11], Чупа В.М. [12], Карпаш О.М. [12], Яворський А.В. [12], Купчак В.Р. [13], Павлова О.М. [13], Лагодієнко В.В. [13], Грисяк Ю.С. [14], Лабута А.В. [14] та ін.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз соціально-культурних та екологічних аспектів функціонування промислових підприємств в умовах об'єднаних територіальних громад в Україні.

Виклад основного матеріалу

Підвищення соціокультурної компоненти гермінативного розвитку промислового підприємства безпосередньо впливає на результати його діяльності, адже саме від задоволеності працівників, їх матеріального рівня та морального стану залежить продуктивність праці, розмір виготовленої та реалізованої продукції, можливості генерувати та впроваджувати інноваційні ідеї, реалізовувати стратегічні програми розвитку підприємства.

Здійснено дослідження основних показників, котрі визначають та відображають соціокультурну складову реалізації гермінативного розвитку промислових підприємств Тернопільщини (таблиця 1).

Необхідно відмітити важливість соціокультурної компоненти в контексті сталого розвитку як промислових підприємств, так і розвитку територій, на яких вони функціонують. Як свідчить практика, мотивація персоналу, зокрема матеріальне та моральне задоволення працівників є важливою складовою функціонування та розвитку промислового підприємства, орієнтацією на інноваційне спрямування, а також забезпечення розвитку громади, яку становлять працівники підприємства. Здійснюючи дослідження соціокультурної складової діяльності промислових підприємств Тернопільської області в контексті забезпечення сталого розвитку необхідно відзначити наступне:

- Незначне та поступове зростання рівня оплати праці, зокрема середньорічний приріст оплати праці на підприємстві ПрАТ «ТерА» становив 12,91% за весь досліджуваний період, ТОВ «СЕ Борднетце» - 6,02%, ПрАТ «Тернопільський молокозавод» - 16,84%, ТОВ «ОСП Корпорація Ватра» - 13,68%. Зростання показника обумовлено середньорічним приростом оплати праці по всій країні (індексація оплати праці), а також зростання рівня додаткових виплат працівникам промислових підприємств для забезпечення мотивації праці на підприємстві. Поряд із цим, темп приросту показника оплати праці недостатній для покриття усіх чинників впливу на розмір оплати праці.

- Необхідно констатувати негативну динаміку зниження частки прибутку орієнтованої на соціальні потреби як працівників промислових підприємств, так і громади яку вони представляють (зокрема на підприємствах ПрАТ «Тернопільський молокозавод» та ТОВ «ОСП «Корпорація Ватра»). Частина прибутку йде на виплати працівникам за результатами праці, організацію культурних заходів, моральну мотивацію праці, а також покриття нерегламентованих витрат працівників підприємства.

- Усі підприємства дбають про зростання кваліфікації персоналу, зокрема виділяються кошти на проходження курсів та заходів підвищення кваліфікації, як управлінського так і виробничого персоналу. Зокрема, у 2021 році на ПрАТ «ТерА» здійснило підвищення кваліфікації 12,88% працівників, ТОВ «СЕ «Борднетце» - 7,18%, ПрАТ «Тернопільський молокозавод» - 7,18%, ТОВ «ОСП «Корпорація Ватра» - 6,9%. Зростання кваліфікації персоналу впливає на продуктивність праці та фінансові результати діяльності промислового підприємства.

- Необхідно відмітити зростання показника продуктивності праці на усіх досліджуваних підприємствах (рис. 1). На зростання рівня продуктивності праці досліджуваних промислових підприємств значний вплив мало зростання обсягів виробництва та реалізації продукції, зменшення кількості працівників, оптимізація використання виробничих ресурсів. Поряд із цим, темп приросту показника продуктивності праці знижується на підприємствах ТОВ «СЕ «Борднетце» та ТОВ «ОСП «Корпорація Ватра».

- культурна компонента на зазначених підприємствах не досить розвинута, лише у ТОВ «СЕ «Борднетце» (за результатами опитування працівників) була традиція відвідувати культурні заходи. Поряд із цим, практично у всіх підприємствах використовуються заходи морального стимулювання для мотивації працівників покращення трудової діяльності та збільшення їх працездатності.

Таблиця 1

Соціокультурна складова діяльності промислових підприємств Тернопільської області в контексті забезпечення сталого розвитку

Показник	Роки					Відхилення (±)				
	2017	2018	2019	2020	2021	2018 / 2017	2019 / 2018	2020 / 2019	2021 / 2020	2021 / 2017
ПрАТ «ТерА»										
1. Темп зростання кількості працівників підприємства, %	0	0	0	-17,37	3,82	0	0	-17,37	21,19	3,82
2. Темп приросту оплати праці, %	12,15	15,09	10,93	2,86	23,53	2,94	-4,16	-8,07	20,67	11,38
3. Частка прибутку спрямована на соціальні заходи, %	0	0	0	12,1	10,58	0	0	12,10	-1,52	10,58
4. Відсоток працівників, які пройшли курси підвищення кваліфікації, %	17,89	18,42	13,68	15,29	12,88	0,53	-4,74	1,60	-2,40	-5,01
5. Коефіцієнт зростання продуктивності праці	0,117	-0,089	-0,136	0,253	0,805	-20,63	-4,65	38,89	55,15	68,76
Коллективне відвідування культурних заходів (опитування працівників)	-	-	-	-	-					
Реалізація морального стимулювання (опитування працівників)	+	-	+	+	-					
ТОВ «СЕ «Борднетце»										
1. Темп зростання кількості працівників підприємства, %	1,77	-3,75	1,15	1,48	-1,44	-5,52	4,90	0,33	-2,92	-3,21
2. Темп приросту оплати праці, %	4,89	6,07	6,01	1,42	11,69	1,18	-0,06	-4,59	10,27	6,80
3. Частка прибутку спрямована на соціальні заходи, %	18,99	10,72	0	0	27,54	-8,27	-10,72	0	27,54	8,55
4. Відсоток працівників, які пройшли курси підвищення кваліфікації, %	6,70	7,68	7,70	7,33	7,18	0,99	0,02	-0,36	-0,16	0,48
5. Коефіцієнт зростання продуктивності праці	-0,107	0,136	0,191	-0,015	-0,111	24,35	5,43	-20,56	-9,60	-0,38
Коллективне відвідування культурних заходів (опитування працівників)	+	-	-	+	-					
Реалізація морального стимулювання (опитування працівників)	+	+	+	-	-					
ПрАТ «Тернопільський молокозавод»										
1. Темп зростання кількості працівників підприємства, %	5,92	4,22	4,33	-9,64	-6,07	-1,70	0,11	-13,97	3,56	-11,99
2. Темп приросту оплати праці, %	19,77	24,64	43,83	-5,50	1,43	4,87	19,19	-49,33	6,93	-18,34
3. Частка прибутку спрямована на соціальні заходи, %	7,54	5,68	0	2,04	0	-1,86	-5,68	2,04	-2,04	-7,54
4. Відсоток працівників, які пройшли курси підвищення кваліфікації, %	6,70	7,68	7,70	7,33	7,18	0,99	0,02	-0,36	-0,16	0,48
5. Коефіцієнт зростання продуктивності праці	0,193	0,083	-0,023	0,257	0,244	-11,00	-10,56	28,00	-1,35	5,08
Коллективне відвідування культурних заходів (опитування працівників)	-	-	-	-	-					
Реалізація морального стимулювання (опитування працівників)	+	+	-	+	+					
ТОВ «ОСІП «Корпорація Ватра»										
1. Темп зростання кількості працівників підприємства, %	7,11	5,94	-6,41	-8,99	-1,18	-1,17	-12,36	-2,58	7,82	-8,29
2. Темп приросту оплати праці, %	12,95	16,95	15,94	23,32	-0,76	4,00	-1,01	7,38	-24,08	-13,71
3. Частка прибутку спрямована на соціальні заходи, %	1,33	2,56	1,71	2,05	1,13	1,23	-0,85	0,34	-0,92	-0,20
4. Відсоток працівників, які пройшли курси підвищення кваліфікації, %	3,82	5,81	4,71	2,82	6,90	1,99	-1,10	-1,89	4,08	3,08
5. Коефіцієнт зростання продуктивності праці	0,233	0,323	0,197	0,213	-0,156	8,96	-12,57	1,61	-36,95	-38,94
Коллективне відвідування культурних заходів (опитування працівників)	-	-	-	-	-					
Реалізація морального стимулювання (опитування працівників)	-	-	+	-	-					

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності та звіту із праці (форма №1-ПВ) промислових підприємств ПрАТ «ТерА», ТОВ «СЕ «Борднетце», ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ТОВ «ОСІП «Корпорація Ватра»

На підприємстві ПрАТ «ТерА» необхідно відзначити зниження кількості працівників, а й відповідно і зниження розміру оплати праці, при цьому середній темп зниження кількості працівників становив 19,75%, відповідно на початок досліджуваного періоду (у 2017 році) кількість працівників становила 1316 чоловік та знижується до рівня 495 осіб у 2021 році. Зниження кількості працівників обумовлено зниженням результатів фінансово-господарської діяльності підприємства. Також результатом цього стало зниження частки прибутку, яка орієнтована на соціальні заходи, відповідний показник знижується із 9,76% у 2017 році

до рівня 5,72% у звітному 2021 році. Також на підприємстві ПАТ «Іскра» знижується відсоток працівників, які пройшли курси підвищення кваліфікації, відповідне значення показника із 14,51% у 2017 році до рівня 8,69%.

Продуктивність праці даного підприємства збільшується, зокрема показник в середньому зростає на 0,194 пункти протягом усього періоду. Значення показника збільшується із 193,58 тис. грн./особи у 2017 році до рівня 367,44 тис. грн./особи у 2021 році. На підприємстві ПАТ «Іскра» колективне відвідування культурних заходів здійснювалося у 2019 році, а реалізація морального стимулювання здійснювалася протягом 2017, 2018-2019 рр. Впроваджуються заходи покращення відносин в середині колективу та покращення корпоративної культури [5–9].

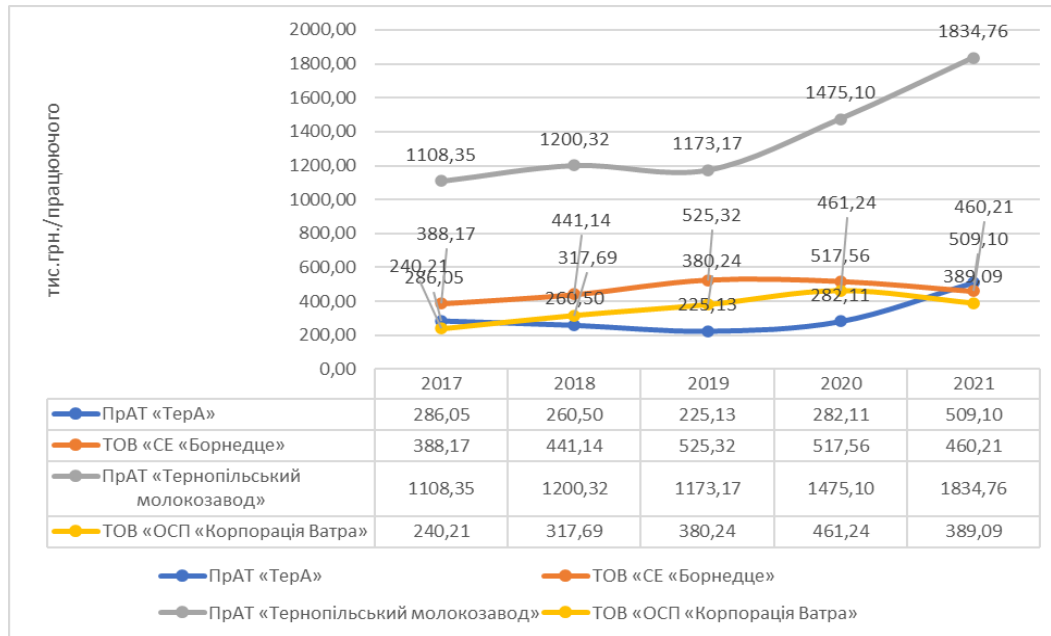


Рис. 1. Динаміка зміни продуктивності праці промислових підприємств Тернопільщини.

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємств ПрАТ «ТерА», ТОВ «СЕ «Борнедце», ПрАТ «Тернопільський молокозавод», ТОВ «ОСП «Корпорація Ватра»

Активно відбувається розвиток соціокультурної компоненти на підприємстві ТОВ «Леоні Ваєрінг Системс УА ГмбХ». Кількість працівників підприємства в середньому зростає на 8,37% (за останні 2 роки на 19,64%), при цьому поступово збільшується розмір оплати праці підприємства на 14,16% в середньому протягом усього періоду, найбільший приріст спостерігається за останні два роки досліджуваного періоду на 36,38%.

На підприємстві реалізуються різноманітні заходи благодійного характеру, молодіжні заходи, програми покращення здоров'я. Для мотивування працівників проводяться різноманітні заходи, відвідування закладів культури та мистецтва, новорічна лотерея, щорічні ініціативи для дітей працівників підприємства. Для мотивування працівників, їх дітей залучають до конкурсів креативності: «Юний модельєр», «Святкова листівка», «ЛЕОНІ майбутнього», «Логотип футбольного клубу ЛЕОНІ», «Новорічна краса», «ЛЕОНІ і моя Україна» та багато інших – приносять яскраві емоції та корисні подарунки [10]. Значною є частка чистого прибутку, що виділяється на соціальні заходи становила у 2017 році – 20,03%, у 2018 році – 14,72%, у 2019 році – 7,81% та у 2021 році – 5,72%. Постійно реалізуються заходи по підвищенню кваліфікації працівників даного підприємства, при цьому в середньому 6% працівників підприємства щороку проходять курси підвищення кваліфікації.

Зазначені заходи позитивно впливають на зростання продуктивності праці, відповідний показник у 2017 році становив 324,08 тис. грн. / працівника до рівня 929,73 тис. грн. / працівника у 2021 році. Коефіцієнт зростання продуктивності праці зростає щороку, окрім 2020 році, середній приріст показника за досліджуваний період становив 0,405 (відповідний показник збільшується на 40,5% щорічно).

Поряд із соціокультурною складовою важливо здійснити аналіз екологічної складової. Важливими критеріями, котрі засвідчують динаміку сталого розвитку промислового підприємства, території, регіону, країни є: 1) забезпечення режиму відтворення відновлюваних природних ресурсів (землі, ліси і т. ін.); 2) скорочення відходів шляхом впровадження ресурсозберігаючих технологій; 3) зниження рівня забруднення навколишнього середовища до соціально і економічно прийняттого [11].

Перераховані вище критерії слід використовувати при розробленні стратегії сталого розвитку промислового підприємства, що дозволить зберегти навколишнє середовище для наступних поколінь і не погіршити екологічні умови навколо самого підприємства.

Для аналітичної оцінки екологічної складової гермінативного розвитку використаємо звітність промислового підприємства:

- статистичне спостереження № 2-ТП-повітря (річна) «Звіт про викиди забруднюючих речовин і парникових газів в атмосферне повітря від стаціонарних джерел викидів» затверджено наказом Державної служби статистики України від 25.06.2021 № 162;
- статистичне спостереження № 1-відходи (річна) «Звіт про утворення та поводження з відходами» затверджена наказом Державної служби статистики України від 25.06.2021 № 164;
- статистичне спостереження № 1-екологічні витрати (річна) «Звіт про витрати на охорону навколишнього природного середовища» затверджена наказом Державної служби статистики України від 25.06.2021 № 163;
- статистичне спостереження форма №11-мтп (річна) «Звіт про постачання та використання енергії» затверджена Наказом Державної служби статистики України від 22 червня 2021 р. № 125.

Світовий досвід промислового підприємництва пропонує три основні шляхи у сфері поводження з твердими побутовими відходами, а саме: полігонне захоронення (з метою запобігання шкідливого впливу на довкілля); очищення твердих побутових відходів від шкідливих компонентів сортування ТПВ та їх утилізація з метою добування ресурсоцінних компонентів; утилізація твердих побутових відходів шляхом їх термічного знешкодження (спалювання).

Загальноприйнятий метод розміщення як небезпечних, так і твердих побутових відходів (ТПВ) – полігонне поховання. За оцінками фахівців, в європейських країнах щорічно утворюється 24 млн. т. небезпечних відходів, з них 75 % захороняється.

За даних умов полігонне поховання вважається найменш доцільним для відходів, які можна піддавати рециклінгу (переробка відходів для повторного використання), утилізувати чи використати для одержання альтернативних видів палива).

Сміттєспалювальні заводи знайшли широке застосування в країнах з високою густиною населення (Німеччина, Японія, Швейцарія, Бельгія та ін.), в більшості розвинених країн переважає термічний спосіб знешкодження твердих побутових (так, в Японії спалюється 82% сміття, в США – 81%, в Данії – 78% [12]).

Основою поточного гермінативного розвитку промислових підприємств є охорона та раціональне поводження із навколишнім середовищем, вирішення найбільш болючих проблем забруднення повітря, води, ґрунту. На перший план виходить також ефективне використання відновлювальних та невідновлювальних ресурсів. Для цього досліджувані підприємства використовують значний фінансовий ресурс (як власний так і залучений) на відновлення та раціональне використання наявного ресурсного потенціалу.

В даному контексті необхідно відзначити зростання витрат досліджуваних промислових підприємств на ресурсозберігаючі та енергозберігаючі технології. Досліджуючи темпи зростання витрат на ресурсо- та енергозберігаючі технології промислових підприємств Тернопільщини, необхідно відзначити зростання показників, що орієнтують діяльність промислових підприємств на ресурси та енергоощадливість. Зокрема, на підприємстві ПрАТ «ТерА» (витрати на ресурсозберігаючі технології: середнє зростання показника становило протягом досліджуваного періоду – 12,2% та на енергозберігаючі технології – 7%), ТОВ «СЕ «Борднетце» (витрати на ресурсозберігаючі технології: середнє зростання показника становило протягом досліджуваного періоду – 3,1% та на енергозберігаючі технології – 3,9%), ПрАТ «Тернопільський молокозавод» (витрати на ресурсозберігаючі технології: середнє зростання показника становило протягом досліджуваного періоду – 0,1% та на енергозберігаючі технології – 8,7%), ТОВ «ОСП «Корпорація Ватра» (витрати на ресурсозберігаючі технології: середнє зростання показника становило протягом досліджуваного періоду – 7,4% та на енергозберігаючі технології – 8,7%).

Як свідчить практика діяльності, результативність від використання ресурсо- та енергозберігаючих технологій на промислових підприємствах Тернопільщини проявляється у вигляді: економічних ефектів у споживачів (зниження вартості придбаних енергоресурсів); ефектів підвищення конкурентоспроможності (зниження споживання енергоресурсів на одиницю виробленої продукції, енергоефективність виробленої продукції при її використанні); ефектів для електричної, теплової, газової мережі (зниження пікових навантажень, мінімізація інвестицій у розширення мережі); екологічних ефектів; пов'язаних ефектів (увага до проблем ресурсо- та енергозбереження призводить до підвищення стурбованості проблемами загальної ефективності системи - технології, організації, логістики на виробництві, системи взаємин, платежів та відповідальності в житловому секторі, ставленні до домашнього бюджету у громадян) [13, с.49-50].

Зростання промислового виробництва та активізація виробничо-господарської, комерційної діяльності підприємств обумовлює приріст використання електроенергії на одиницю виготовленої підприємством продукції. В більшості підприємств, окрім ПрАТ «ТерА» (при виробництві продукції використовує газ), у виробництві продукції орієнтуються на споживання електроенергії, відповідно, даним засвідчують зростання екологізації виробництва та його здешевлення за рахунок впровадження нових технологій (окрім підприємства ТОВ «ОСП «Корпорація Ватра»).

Середній темп приросту використання електроенергії на одиницю виробництва продукції для підприємства ПрАТ «ТерА» становив 4,1%, ТОВ «СЕ Борднетце» - 4,7%, ПрАТ «Тернопільський

молокозавод» - 14%, ТОВ «ОСП Корпорація Ватра» - 9,4%. Зростання рівня витрат електроенергії на одиницю продукції обумовлено, перш за все, здороженням даного виду ресурсу, збільшенням обсягів виробництва, що впливає на структуру виробництва та зростання електроємного виробництва.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Дослідивши соціокультурну складову гермінативного розвитку відмічено слабкі сторони діяльності підприємства, котрі необхідно усувати, зокрема: значний вплив інфляційного чинника на розмір оплати праці, законодавчі обмеження та їх вплив на ефективність праці на промислових підприємствах, обмежений інструментарій мотивування персоналу в контексті розвитку, зниження фінансування для забезпечення підвищення кваліфікації промислових підприємств, зниження питомої ваги прибутку, котрий орієнтований на соціокультурну компоненту. При цьому, основними загрозами в подальшому можуть стати: зростання рівня інфляції та зниження реального розміру оплати праці працівників промислового підприємства, знищення соціокультурної інфраструктури через військове вторгнення рф в Україну, зміна уподобань персоналу підприємства в культурній компоненті, зниження загальнодержавних витрат на соціокультурну компоненту, відсутність програм розвитку даного напрямку гермінативного розвитку, моральне виснаження трудових ресурсів через військове вторгнення рф в Україну.

В екологічній складовій слід відмітити слабкі сторони, зокрема: зростання розміру промислових викидів промислових підприємств, відсутність нормативно-правової бази стимулювання екологізації виробничо-господарських процесів, відсутність стимулюючих чинників впливу персоналу підприємства до збереження навколишнього середовища та раціонального використання ресурсного потенціалу, відсутність СЕС для використання у виробничо-господарських процесів підприємства, відсутність відділів, зайнятих екологізацією виробничо-господарських процесів. При цьому, основними загрозами в екологічній складовій можуть, в подальшому стати: забруднення екології через військове вторгнення рф в Україну, згортання програм підтримки СЕС, недосконалість законодавства що регулює охорону навколишнього середовища, розпорощення промислових регіонів в межах України, що дасть негативний екологічний ефект, необхідність додаткового фінансування для виконання програм екологізації промислових підприємств, жорсткі регуляторні методи для забезпечення збереження навколишнього середовища.

Література

1. Телешевська С.М., Дегтярьова О.О. Сталий розвиток та його складові. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/11419/1/Teleshevska.pdf>
2. Зайцева Л.О. Складові концепції сталого розвитку. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/57.pdf
3. Осітнянко Д.О., Примак Т.Ю. Впровадження принципів сталого розвитку в туристичній індустрії. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/154.pdf
4. Ліпич Л.Г., Глубицька Т.В. Впровадження екологічного менеджменту на підприємствах хімічного комплексу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2013. № 69. С. 59-64.
5. Офіційна інформація підприємства ПрАТ «ТерА». URL: <http://tera.ua/>
6. Офіційна інформація підприємства ТОВ СЕ «Борднетце». URL: <https://se-bordnetce-ukraina.business-guide.com.ua/>
7. Офіційна інформація підприємства ПАТ «Іскра». URL: <http://iskra.com.ua/>
8. Офіційна інформація підприємства ПрАТ «Тернопільський молокозавод». URL: <https://molokija.com/>
9. Офіційна інформація підприємства ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра». URL: <http://vatra.ua/ukr/>
10. Офіційна інформація підприємства ТОВ «Леоні Ваерінг Системс УА ГмбХ». URL: <https://www.leoni-ukraine.com/uk/misceznakhodzhennja/leoni-vaering-systems-ua-gmbkh-strii/>
11. Прокопишин О.С., Столярчук А. В. Екологічна безпека як складова сталого розвитку сільського господарства. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/31.pdf>
12. Чупа В. М., Карпаш О. М., Яворський А. В., Райтер П. М. Огляд сучасного стану сталих технологій для енергетичної утилізації твердих побутових відходів. Науково-технічний журнал. 2021. № 1 (23). С. 115 – 123.
13. Купчак В.Р., Павлова О.М., Павлов К.В., Лагодієнко В.В. Формування та регулювання регіональних енергетичних систем: теорія, методологія та практика : монографія. Луцьк : СПД Гадак Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2019. 346 с.
14. Грисюк Ю.С., Лабута А.В. Дослідження середовища реалізації проектів. URL: http://publications.ntu.edu.ua/visnyk/26_2_2013/108-113.pdf

References

1. Teleshevska S.M., Dehtiarova O.O. Stalyi rozvytok ta yoho skladovi. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/11419/1/Teleshevska.pdf>
2. Zaitseva L.O. Skladovi kontseptsii staloho rozvytku. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/57.pdf

3. Ositnianko D.O., Prymak T.Iu. Vprovadzhennia pryntsyviv staloho rozvytku v turystychnii industrii. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/154.pdf
4. Lipysh L.H., Hlubitska T.V. Vprovadzhennia ekolohichnoho menezhmentu na pidpriemstvakh khimichnoho kompleksu. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika». 2013. № 69. S. 59-64.
5. Ofitsiina informatsiia pidpriemstva PrAT «TerA». URL: <http://tera.ua/>
6. Ofitsiina informatsiia pidpriemstva TOV SE «Bordnetse». URL: <https://se-bordnetce-ukraina.business-guide.com.ua/>
7. Ofitsiina informatsiia pidpriemstva PAT «Iskra». URL: <http://iskra.com.ua/>
8. Ofitsiina informatsiia pidpriemstva PrAT «Ternopil'skyi molokozavod». URL: <https://molokija.com/>
9. Ofitsiina informatsiia pidpriemstva TOV «OSP Korporatsiia «Vatra». URL: <http://vatra.ua/ukr/>
10. Ofitsiina informatsiia pidpriemstva TOV «Leoni Vaerinh Systems UA HmbKh». URL: <https://www.leoni-ukraine.com/uk/misceznakhodzhennja/leoni-vaering-sistems-ua-gmbkh-strii/>
11. Prokopyshyn O.S., Stoliarchuk A. V. Ekolohichna bezpeka yak skladova staloho rozvytku sil'skoho hospodarstva. <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/12/31.pdf>
12. Chupa V. M., Karpash O. M., Yavorskyi A. V., Raiter P. M. Ohliad suchasnoho stanu stal'nykh tekhnolohii dlia enerhetychnoi utylizatsii tverdykh pobutovykh vidkhodiv. Naukovo-tekhnichnyi zhurnal. 2021. № 1 (23). S. 115 – 123.
13. Kupchak V.R., Pavlova O.M., Pavlov K.V., Lahodiienko V.V. Formuvannia ta rehuliuвання rehionalnykh enerhetychnykh system: teoriia, metodolohiia ta praktyka : monohrafiia. Luts'k : SPD Hadiak Zhanna Volodymyrivna, drukarnia «Volynpolihraf», 2019. 346 s.
14. Hrysiuk Yu.S., Labuta A.V. Doslidzhennia seredovyshecha realizatsii proektiv. URL: http://publications.ntu.edu.ua/visnyk/26_2_2013/108-113.pdf

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-31>

УДК 338.48

Наталія ГОРЯЧОВА

Приазовський державний технічний університет

<https://orcid.org/0000-0001-9889-3713>

e-mail: goryachevanata75@gmail.com

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ ПІСЛЯ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах війни (Росії проти України), а перед цим коронавірусної пандемії, галузь туризму одна з перших постраждала та отримала значні фінансові втрати, також втрати кадрового потенціалу та інфраструктури. Тому на даний час гостро постає питання у розробленні стратегії для розвитку туризму як в країні, так і на регіональному рівні, а особливо гостро постає питання курортно-рекреаційної сфери. Досліджено потенціал сфери туризму та рекреації можливостей та ресурсів природних, інфраструктурних Закарпатського регіону, що можуть після війни бути спрямовані на розвиток туристично-рекреаційного бізнесу та принести значний економічний прибуток. З'ясовано, що функціонування галузі туризму та рекреації визначено на трьох імперативах: економічний, соціальний, екологічний. Обґрунтовано необхідність санаторно-курортних закладів на Закарпатті, особливо гостро питання стане після війни, коли потрібно буде оздоровлювати дітей та налагоджувати їх психологічний стан здоров'я, який наразі порушений війною. Запропоновано необхідність розробки регіонального рівня механізму стратегії розвитку туризму та рекреації в Україні після закінчення війни, що спрямований на моніторинг змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі функціонування регіонального туризму та рекреації або впровадження змін для кращого розвитку галузі та можливостей, що буде сприяти конкурентоспроможності в досягненні стратегічних цілей та економічного розвитку. При цьому потрібна співпраця органів влади та місцевого самоврядування, а головне підтримка туристичної сфери.

Ключові слова: розвиток туризму та рекреації; природні ресурси та географічні особливості; санаторно-курортні заклади; стратегія розвитку туризму; соціально-економічні можливості.

Nataliia HORIACHOVA

Pryazovskyi State Technical University

FORMATION OF STRATEGIC REGIONAL DEVELOPMENT OF GAZUZI TOURISM AND RECREATION AFTER THE WAR IN UKRAINE

In the current conditions of the war (Russia against Ukraine), and before that the coronavirus pandemic, the tourism industry, one of the first to suffer and receive significant financial losses, also lost human resources and infrastructure. Therefore, at present, the question of the developed strategies for the development of tourism both in the country and at the regional level, and especially the question of the resort and recreation sphere, is acute. The potential of the sphere of tourism and recreation of the opportunities and resources of the natural, infrastructure of the Transcarpathian region, which after the war can be directed to the development of the tourist and recreational business and bring significant economic profit, has been studied. It was found that the functioning of the tourism and recreation industry is determined by three imperatives: economic, social, and ecological. The necessity of sanatorium-resort institutions in Transcarpathia is substantiated, the issue will become especially acute after the war, when it will be necessary to heal children and improve their psychological state of health, disturbed by the war. The necessity of developing a regional level mechanism for the development of tourism and recreation in Ukraine after the end of the war, aimed at monitoring changes in the external and internal environment of the functioning of regional tourism and recreation or introducing changes for better development of the industry and opportunities, which will contribute to competitiveness in achieving strategic goals, is proposed. and economic development. At the same time, cooperation between authorities and local self-government is necessary, and most importantly, support for the tourism sector.

Keywords: development of tourism and recreation; natural resources and geographic features; health resorts; tourism development strategy; socio-economic opportunities.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Тема є актуальною навіть під час війни. Україна є незалежною суверенною європейською державою, яка активно вступає у конкурентну боротьбу на глобальному рівні в галузі туризму та рекреації. Війна рано чи пізно закінчиться і ми повинні думати про розвиток туристично-рекреаційної галузі під час війни, що після припинення бойових дій зразу ж розпочати.

У світі частка туризму у ВВП коливалась від 1% до 10% – це країни з відносно великим туристичним сектором, наприклад, Іспанія – 5,8%, Німеччина – 3,9%, Франція – 3,7%, Велика Британія – 3,7%, США – 2,7%. Україну до війни можна було віднести до групи країн із незначним впливом в національну економіку, частка туризму не перевищувала 1%. Після закінчення військових дій можливо об'єднати туризм та рекреацію, щоб це приносило більше прибутків в економіку країни.

Якщо раніше туризм та рекреацію розглядали нарізно, як два окремих самостійних видів діяльності. Після закінчення війни це два напрямки, які мають великі перспективи, якщо будуть діяти у взаємодії. Після війни багато людей потребують рекреації. Їдучи у відпустку, люди можуть в майбутньому в Україні отримати не тільки туристичні послуги але й у взаємодії послуги рекреації. Саме тісний взаємозв'язок

туризму та рекреації відіграє вагомую роль в забезпеченні людського розвитку, та дає змогу досягти соціально важливих цілей, а також нормального стану людини, яка зможе після відпуски працювати спокійно та давати гарні показники на роботі. У різних областях України після закінчення війни бажано розвивати взаємодію туризму та рекреації, що дасть гарний результат на показники роботи про що ми говорили раніше.

Також це гарна можливість показати європейцям історію України, традиції, познайомити з українським менталітетом, а також показати мальовничу природу та українську кухню. Україна має гори Карпати, два моря (Чорне та Азовське), степи з унікальними птицями та тваринами. У взаємодії туризму та рекреації європейський турист отримує туристичну та лікувальну відпустку за доступними коштами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблемами розвитку рекреації та туризму та підвищенням міжнародної конкурентоспроможності, поповненню валютних резервів, були зарубіжні дослідники: В. Азар, Дж. Боуен, К. Каспар, Дж. Майкенз, Б. Мірбабаєв, Дж. Уокер та інші. Також українські вчені присвятили достатньо наукових праць розвитку туризму та рекреації, зокрема, як видів діяльності, сфери ринкових відносин, чинників і найважливіших передумов людського розвитку були такі науковці, як Г. Андреева, З. Герасимчук, О. Гладун, Т. Заяць, М. Крачило, М. Жукова, В. Куценко, О. Любіцева, С. Мельниченко, Б. Мізюк, О. Позняк, В. Саріогло, О. Сущенко, І. Твердохлебов, Т. Ткаченко, О. Цимбал, Л. Чернюк, І. Школа та інші. Також питаннями формування стратегічних орієнтирів туристично-рекреаційної сфери займалися такі вчені: М.В. Багров, О. Гулич, О.С. Камушков, О.І. Марченко, О.О. Меліх, О.В. Полюга, О.О. Самко, П.М. Фенін, М.С. Шепетюк.

Комплекс науково-практичних проблем, пов'язаних із функціонуванням рекреаційно-туристичної сфери в соціальному вимірі, впливом на економіку країни залишається недостатньо дослідженим особливо враховуючи цей фактор після закінчення війни.

Формування цілей статті

Метою статті є обґрунтування теоретико-методичних засад забезпечення та посилення соціального спрямування розвитку туризму та рекреації в Україні.

Виклад основного матеріалу

В сучасних умовах, коли триває війна Росії проти України, раніше пандемія коронавірусної інфекції, галузь туризму однією з перших опинилась в скрутному становищі. В даний час сфера туризму та рекреації знаходиться у занепаді задля небезпеки туристів. Особливою привабливістю потрібно відзначити географічне розташування України площа 603 500 кв. км. До війни на пандемії у 2020 році Україна піднялась на сім шаблів у рейтингу Світового банку «Легкість ведення бізнесу», та посіла 64 місце серед 190 країн.

Ключові показники, які характеризують Україну є доказом можливостей туристично-рекреаційного розвитку України після війни [1]:

- найбільша за площею країна, яка омивається двома морями (Азовське та Чорне), гори та унікальні степи;
- транзитний коридор між Європою та Азією та Близьким Сходом, 17 угод про вільну торгівлю з 47 країнами;
- межує з сімома країнами: Угорщиною, Румунією, Польщею, Білорусією, Молдовою та Росією;
- розвинена інфраструктура авіаперевезень (не зважаючи на війну існують 19 аеропортів, 98 % пасажиропотоку сконцентровано в найбільших аеропортах: Бориспіль, Жуляни – Київ, Дніпро, Запоріжжя, Харків, Одеса, Львів, але деякі з них потребують ремонту після закінчення війни);
- розвинена система мобільного зв'язку 3G/4G також можливо зарядити мобільний телефон на вулиці та парку у багатьох містах України [2], до речі така послуга відсутня за кордоном наприклад в Австрії.

Потрібно враховувати, що функціонування галузі туризму та рекреації регіону базується на трьох імперативах: економічний, соціальний, екологічний. Економічний імператив відображає рівень розвитку економічного потенціалу галузі туризму та рекреації регіону. Соціальний імператив відновлення та забезпечення розвитку життєвих сил кожної окремої людини та громадян у цілому. Екологічний імператив відображає сучасний стан довкілля, озеленення та відповідність екологічним нормам об'єктів туристичної та рекреаційної галузі [3].

Ресурсна база, соціально-економічні можливості, а також фактичні потреби виступають характеристиками потенціалу туристичної та рекреаційної сфери регіону. Ресурсну базу можна розділити на природно-кліматичну, культурно-історичну та соціально еколого-економічні ресурси.

Недостатньо розвинута соціально-економічна система України призвела до втрат людського потенціалу за кордон, але не зважаючи на те, що під час війни велика кількість людей виїхала за кордон наразі після закінчення війни більшість із них повернуться, люди вже повертаються додому. Але потрібно враховувати той фактор, що після закінчення війни розпочнеться відбудова України і потрібні будуть трудові ресурси, тому багато людей повернуться назад в Україну.

Для розвитку галузі туризму та рекреації велике значення мають природні ресурси та географічні особливості, в чому Україна виграє за рахунок території. Розглянемо більш детально в таблиці 1.

Таблиця 1

**Природньо-географічні характеристики ресурсної бази
та рекреаційної сфери регіонів України [4]**

Регіони	Площа території, тис. км ²	Площа ліс. ділянок, тис. га	Підземний стік, км ³	Поверхневий стік, км ³	Річковий стік, тис м ³
Україна	603,6	9573,9	39,4	13,0	86,8
Вінницька	26513	346,5	2,20	0,25	93,2
Волинська	20144	624,6	1,58	0,60	107,9
Дніпропетровська	31974	179,2	0,71	0,16	27,3
Житомирська	29832	1001,6	2,50	0,67	105,4
Закарпатська	12777	656,7	52,2	1,53	618,7
Івано-Франківська	13928	571,0	41,7	1,26	330,2
Київська	28131	624,1	23,7	0,59	70,6
Кіровоградська	24588	164,5	6,9	0,15	11,0
Львівська	26081	621,2	29,0	1,65	225,7
Миколаївська	24598	98,2	4,2	0,06	23,2
Полтавська	28748	247,4	9,1	0,50	67,4
Рівненська	20047	729,3	37,2	0,77	115,9
Сумська	23834	425,0	18,1	0,66	102,9
Тернопільська	13823	378,3	12,3	0,38	52,9
Хмельницька	20645	265,1	13,1	0,56	103,9
Черкаська	20900	315,1	16,1	0,29	48,3
Чернігівська	31865	665,7	2,73	0,78	108,2
м. Київ	839	31,3	-	-	-

Із таблиці 1 ми бачимо, що ліси України мають значне значення серед ландшафтних ресурсів та являються лікувальним ресурсом. Приблизно 10 млн га займають ліси і більша частина з них може бути використана для туристично-рекреаційної галузі [5].

Території Волинської, Закарпатської, Чернігівської, Рівненської та Житомирської області є сприятливими для туризму, так як там можливо розвивати лижний, кінний, піший, спортивно-рекреаційний, фітолікувальний, мисливський туризм тощо. Особливо приваблива для розвитку туристично-рекреаційного туризму є Закарпатська область, яка межує із чотирма країнами: Румунією, Угорщиною, Словаччиною та Польщею. На Закарпатті знаходиться найвища гора Говерла (2061 м над рівнем моря), яка є перлиною для туристів не тільки українських, але й закордонних.

Розглянемо детально в таблиці 2 земельні ресурси Карпатського регіону на 2022 р.

Таблиця 2

Земельні ресурси Карпатського регіону, 2022 р. [6–9]

Карпатський регіон	Всього, га	Ліси, тис. га	Земля під будівництво	Інші землі, тис. га
Закарпатська	1275,3	723,1	51	51
Львівська	2183,2	694,7	112	115
Чернівецька	809,6	257,9	40,1	41,9
Івано-Франківська	1392,7	636,4	60,5	62,4
Всього	5660,8	2312,1	263,6	270,3

Карпатський регіон має значні водні ресурси 30935 річок. Найбільшою притокою Дунай є річка Тиса, а також 9 водосховищ та 645 ставків. Найбільшу цінність складають солоні озера, а також мінеральні води та питні, які становлять в області 1,1093 млн м³/добу. У Львівській області 8950 річок, також 20 водосховищ, а найголовніше це мінеральні води: Моршина, Трускавця та Велико-Любленські джерела. Мінеральні підземні води близько 60 родовищ. Івано-Франківська область налічує 8294 річки, 17 прісних родовищ. Чернівецька область налічує 4235 річок [6–9].

Розвиток туризму та рекреації у регіонах України після війни потребує розроблення стратегії на довгостроковий період, Урядом було схвалено Стратегію розвитку туризму та рекреації на період до 2026 року [10]. Так, на жаль на даний час потрібно переглянути стратегію, тому що Південно-Західні регіони України після війни змінилися і там можливо розвивати туризм але бажано запозичити досвід країн, котрі після війни змогли відновити туристичний бізнес, так наприклад Хорватія. Туризм у Хорватії практично припинився після війни. Після війни, Хорватія розпочала масову піар-компанію про раніше невідомі

туристичні «родзинки» країни. Так країною зацікавилися великі круїзні компанії та в країні розпочався потік туристів, що принесло в бюджет країни значні прибутки. Також гарним прикладом є Ізраїль. Нажаль більшість населення Європи навіть не знає, що в Україні можливо провести гарно відпустку та отримати гарний відпочинок, насолодитись мальовничими краєвидами та теплим Азовським морем, яке є найтеплішим у світі.

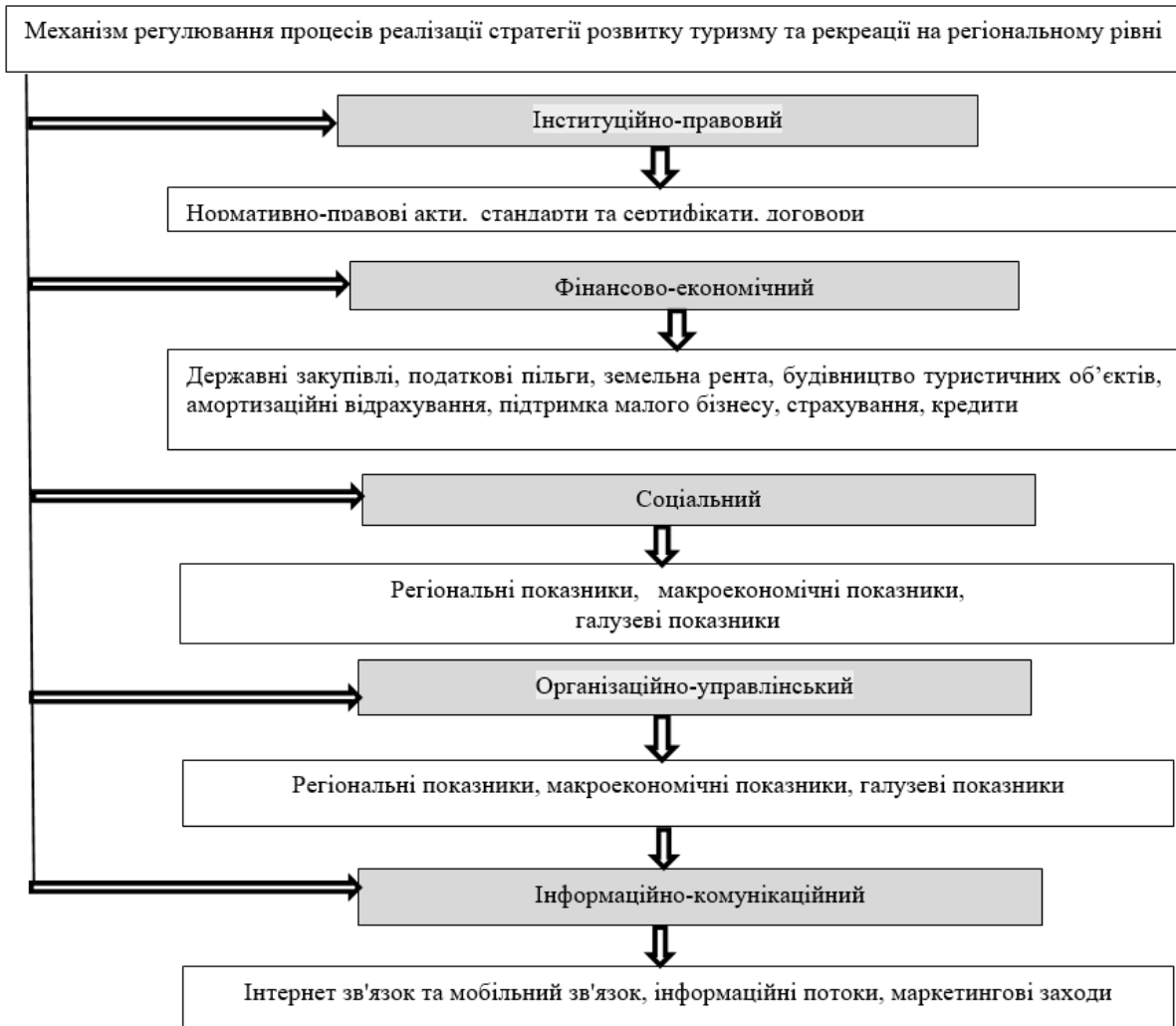


Рис. 1. Регіональний рівень механізму стратегії розвитку туризму

Із рис.1 бачимо, що важливим чинником реалізації стратегії на регіональному рівні є створення туристично-інформаційних послуг, що в майбутньому будуть сприяти просуванню туристичної галузі в Україні. Для успішного результату потрібна співпраця органів влади та місцевого самоврядування, а головне підтримка туристичної сфери [11]. При цьому потрібно враховувати, що дана галузь знаходиться під тиском зовнішніх чинників.

Розглянемо основні етапи регіонального стратегічного розвитку туризму та рекреації:

- 1) розробка місії та візії;
- 2) стратегічні цілі та основні напрямки;
- 3) проектування моделі стратегічного розвитку туризму та рекреації;
- 4) поєднання задач із різних питань та терміни їх реалізації у туризмі за які відповідає департамент регіональних та територіальних виконавчих органів влади;
- 5) моніторинг, контроль та актуалізація показників.

Запропоновані складові можуть мати різну конфігурацію, що залежить від економічних особливостей регіону та туристично-рекреаційних ресурсів регіону.

Після закінчення війни Закарпаття має необмежені можливості підняти на новий щабель сферу туризму та рекреації. Люди після війни будуть потребувати в оздоровчих комплексах. Такі послуги можливо надавати в Закарпатті – це джерела з мінеральними водами. На сьогодні налічується 360 джерел мінеральних вод, що мають унікальний вплив дії на організм людини. Да даний час у Закарпатті функціонує 41 санаторно-курортний об'єкт.

Таблиця 3

Санаторно-курортні заклади Закарпаття [12]

Період, рік	Санаторії та пансіонати		Санаторії-профілакторії		Пансіонати		Інші заклади	
	Всього	Ліжок, тис.	Всього	Ліжок, тис.	Всього	Ліжок, тис.	Всього	Ліжок, тис.
2014	22	5,3	4	0,3	5	0,3	27	1,9
2015	21	5,3	2	0,2	4	0,2	28	1,8
2016	19	4,0	-	-	4	0,2	22	1,0
2017	19	3,9	-	-	4	0,2	19	1,0
2018	20	4,8	-	-	-	-	21	1,9

Із табл. 3 видно, що Закарпатська обл. має гарний потенціал для розвитку санаторно-курортного лікування для дорослих, що є важливим фактором після закінчення війни де люди зможуть оздоровлюватись та впорядковувати нервову систему. Так, після закінчення війни даний напрямок буде мати розвиток.

Також важливим напрямком є оздоровлення дітей, що після закінчення військових дій потрібно буде надавати дітям не тільки у літній період, але й зимовий та на протязі року. Також потрібно думати про те щоб можливо було оздоровлювати дітей не тільки під час канікул, але й на протязі навчального року, щоб діти без відриву від навчання проходили санаторно-курортне лікування. Діти це наше майбутнє тому це є важливим напрямком для санаторно-курортного напрямку.

Таблиця 4

Дитячі заклади оздоровлення в Закарпатській області [12]

Період, рік	Заклади		Місь		Кількість дітей, які перебували у закладі	
	Всього	Заклади оздоровлення	Всього	Заклади оздоровлення	Всього	Заклади оздоровлення
2014	321	18	4926	2458	45576	7849
2015	333	15	4264	1581	45175	3136
2016	135	10	3158	1208	22239	2695
2017	175	10	2731	1205	27929	3329
2018	145	12	2982	1482	25811	4842

Після закінчення війни із табл. 4 бачимо, що Україна готова розвивати туризм та рекреацію в області та стати реабілітаційним туризмом. В багатьох санаторно-курортних закладах є мінеральні води та цілюща природа Карпат, що допоможе лікуванню та реабілітації.

Також в Закарпатській області розвинений екстремальний туризм:

- альпінізм;
- сноуборд та лижний спорт;
- сплави по гірських річках;
- дельтапланеризм [13].

Розвиток спортивного туризму також буде доцільним після закінчення війни, що буде сприяти розвитку внутрішніх та зовнішніх потоків туристів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, можемо зробити висновки із вище сказаного, що за рівнем потенціалу галузі туризму та курортно-рекреаційної сфери, Україна має всі можливості стати провідною державою у світі. Закарпатська область має унікальні природно-географічні можливості за рахунок ресурсної бази, що буде не тільки приваблива для українського туриста, але й для закордонних туристів, але потрібно щоб надання послуг були на високому рівні. Багато людей за кордом навіть і не мають уявлення, що в Україні можливо провести гідно відпустку. Розроблена стратегія є актуальним стратегічним документом для деяких регіонів України де туризм є складовою регіональної економіки. Стратегія дає можливість сформуванню комплексне бачення стратегічного розвитку туризму та рекреації в регіоні, а також дасть можливість ефективно розподілити природні ресурси.

Література

1. Національна туристична інвестиційна платформа: URL: https://www.ntoukraine.org/investmentwhyukraine_ua.html
2. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с
3. Індикатори для України. URL: <https://sdg.ukrstat.gov.ua/uk/>
4. Державна служба статистика України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Екологічний паспорт Закарпатської області. URL: https://ecozakarpat.gov.ua/wp-content/nd/2021_ecopasport.pdf

6. Стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 рр. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2021/11/strategiyarozvytku-zakarpatskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv.pdf>
7. Стратегія розвитку Львівської області на період 2021-2027 рр. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/05/strategiyarozvytku-lvivskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv.pdf>
8. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на період 2021- 2027 рр. URL: <https://www.if.gov.ua/storage/app/sites/24/documentu-2021/10-06-2021-strategiya-rozvitku-ivano-frankivskoi-oblasti-na-2021-2027-roki.pdf>
9. Стратегія розвитку Чернівецької області на період до 2027 рр. URL: <https://bukoda.gov.ua/storage/app/sites/23/uploaded-files/strategiachernivetska-2027.p>
10. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>
11. Смочко Н.М., Лужанська Т.Ю., Молнар-Бабіля Д.І. Роль туристично-інформаційних центрів у стратегічному розвитку регіону. Економічний форум, 2022. 1(1). 11-20. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2022-1-2>
12. Головне управління статистики в Закарпатській області. URL: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/>
13. Свіда І.В. Сучасні форми екстремального туризму в Закарпатській області. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту, 2011. Вип. I (41).

References

1. National tourism investment platform: URL: https://www.ntoukraine.org/investmentwhyukraine_ru.html
2. Assessment of the tourist and recreational potential of the region: monograph / ed. ed. V. G. Gerasimenko. Odessa: ONEU, 2016. 262 p.
3. Indicators for Ukraine. URL: <https://sdg.ukrstat.gov.ua/ru/>
4. State Statistics Service of Ukraine URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Ecological passport of the Transcarpathian region. URL: https://ecozakarp.at.gov.ua/wp-content/nd/2021_ecopasport.pdf
6. Development strategy of the Transcarpathian region for the period 2021-2027 URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/05/strategiyarozvytku-lvivskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv.pdf>
7. Development strategy of the Lviv region for the period 2021-2027 URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/05/strategiyarozvytku-lvivskoyi-oblasti-na-period-2021-2027-rokiv.pdf>
8. Development strategy of the Ivano-Frankivsk region for the period 2021-2027 URL: <https://www.if.gov.ua/storage/app/sites/24/documentu-2021/10-06-2021-strategiya-rozvitku-ivano-frankivskoi-oblasti-na-2021-2027-roki.pdf>
9. Development strategy of the Chernivtsi region for the period up to 2027. URL: <https://bukoda.gov.ua/storage/app/sites/23/uploaded-files/strategiachernivetska-2027.p>
10. On approval of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated March 16, 2017 No. 168-r URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>
11. Smochko N.M., Luzhanskaya T.Yu., Molnar-Babil D.I. The role of tourist information centers in the strategic development of the region. Economic Forum, 2022. 1(1). 11-20. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2022-1-2>
12. Main Department of Statistics in the Transcarpathian region. URL: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/>
13. Svida I.V. A modern form of extreme tourism in the Transcarpathian region. Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute, 2011. Issue I (41).

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-32>

УДК 351

Ірина КОСАЧ

Національний університет «Чернігівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0003-1730-7140>

e-mail: irish_kos@ukr.net

Антон КОРМИЛО

Національний університет «Чернігівська політехніка»

<https://orcid.org/0009-0002-3401-8295>

kormyloam@gmail.com

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

У статті розглянуто концептуальні засади стратегічного управління еколого-економічною безпекою в контексті національної економіки. Обґрунтовано, що застосування стратегічного управління дозволить аналізувати та визначати тренд змін параметрів екзогенного та ендогенного впливу на стан еколого-економічної безпеки, інноваційність та актуальність заходів державного впливу, а так само визначати перспективні напрями та цілі державної політики у даній сфері. Визначено, що стратегічне державне управління еколого-економічною безпекою є вираженням системного підходу до обґрунтування принципів і методів забезпечення взаємодії елементів системи управління, що в контексті управлінської діяльності доцільно визначати як сукупність управлінських рішень, спрямованих на забезпечення перспектив реалізації організаційного та економічного механізмів державного управління. Зазначено, що заходи стратегічного управління еколого-економічною безпекою характеризуються чіткою послідовністю етапів виконання та структурованим змістом кожного етапу, при цьому процес стратегічного управління безпекою вимагає формування відповідної структури управління. Визначено основні завдання системи стратегічного управління еколого-економічною безпекою, функції та послідовність реалізації зазначеного процесу. Запропоновано ключові характеристики стратегічного управління еколого-економічною безпекою в контексті системного підходу.

Ключові слова: державне управління, екологічна безпека, економічна безпека, стратегічне управління, системний підхід.

Irina KOSACH, Anton KORMILO

Chernihiv Polytechnic National University

STRATEGIC MANAGEMENT OF ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC SECURITY

The article examines the conceptual principles of strategic management of environmental and economic security in the context of the national economy. It has been substantiated that the application of strategic management will allow to analyze and determine the trend of changes in the parameters of exogenous and endogenous influence on the state of ecological and economic security, innovativeness and relevance of measures of state influence. The purpose of the article is to form the conceptual foundations of the system of strategic state management of environmental and economic security. It has been determined that the strategic state management of ecological and economic security is an expression of a systemic approach to substantiating the principles and methods of ensuring the interaction of the elements of the management system. It should be defined as a set of management decisions aimed at ensuring the prospects for the implementation of organizational and economic mechanisms of state management. It has been noted that measures of strategic management of environmental and economic security are characterized by a clear sequence of implementation stages and a structured content of each stage, while the process of strategic management of security requires the formation of an appropriate management structure. The main tasks of the system of strategic management of ecological and economic security, functions and sequence of implementation of the specified process has been defined. The condition for the implementation of the strategic management is its integration into the complex mechanism of national security management, the action of which will contribute to the improvement of relations between all branches of state and regional administration. The key characteristics of strategic management of environmental and economic security in the context of a systemic approach are has been proposed such as integrity, complexity, synergy, functionality, heterogeneity, emergentivity.

Keywords: public administration, environmental security, economic security, strategic management, systemic approach.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Вплив нестабільності сучасних умов забезпечення еколого-економічної безпеки, посилення асиметрії інформаційного та нормативно-правового супроводження зазначеного процесу ускладнюють процес прийняття управлінських рішень органами державної влади та місцевого самоврядування, створює додаткові ризики та перешкоди для державного управління. Вирішальне значення у розв'язанні зазначених проблем належить стратегічному підходу, що враховує вплив та значення сукупності зовнішніх і внутрішніх чинників на стан екологічної безпеки. Питання удосконалення підходів до державного управління у сфері забезпечення еколого-економічної безпеки є актуальним у контексті виконання зобов'язань України у рамках Угоди про асоціацію з ЄС. Нормативно-правове забезпечення державного управління в цьому напрямку є достатньо динамічним та також наголошує на необхідності удосконалюючих процесів. Наприклад, розроблена у 2010 році Стратегія національної безпеки й оборони України відображає зміни, що відбулись у сфері національної безпеки та оборони, із врахуванням кризових явищ у світовому політико-економічному просторі, виникненням нових чинників впливу на стан міжнародного безпекового

середовища, зокрема посиленням виникнення надзвичайних ситуацій природного та техногенного характеру, а також бактеріологічних загроз [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питанням стратегічного управління національною безпекою присвячено увагу багатьох провідних дослідників. Зокрема, Л. Акімова [2], Г. Ситник [3], О. Дзьобань, О. Соснін [4], І. Губарева, І. Ярошенко [5], А. Семенченко [6], Р. Тульчинський [7] приділяють увагу новим методам та підходам стратегічного державного управління національною безпекою, використанню удосконалених інструментів державної політики в контексті світового досвіду. Комплексне дослідження підходів до управління еколого-економічною складовою національної безпеки знаходиться у фокусі уваги Т. Іванової [8], В. Гобели, В. Дудюка [9]. Автори приділяють увагу впливу процесів глобалізації та стан еколого-економічної безпеки, дослідженню управління еколого-економічною безпекою у посткризовий період.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Проте питання запровадження підходів стратегічного управління до процесу забезпечення еколого-економічної безпеки потребують додаткових уточнень та подальшого розвитку.

Формулювання цілей статті

Мета статті полягає у формуванні концептуальних засад системи стратегічного державного управління еколого-економічною безпекою.

Виклад основного матеріалу

Державне управління еколого-економічною безпекою та розробка відповідної політики ґрунтується на необхідності протистояти зовнішнім та внутрішнім загрозам. Дослідження та протидія зазначеним загрозам, аналіз їхнього впливу на стан національної безпеки держави є пріоритетом державної політики національної безпеки у сучасних реаліях. Саме стратегічне управління еколого-економічною безпекою здатне забезпечити захист від впливу зовнішніх та внутрішніх факторів та ефективну реалізацію основних напрямів державної політики в цій сфері, оскільки, згідно авторської позиції, дає можливість:

- врахування різноманітних факторів впливу на процес трансформації управлінських процесів в контексті орієнтації на реалізацію заходів забезпечення еколого-економічної безпеки;
- формування та координації зв'язків між елементами системи державного управління, що задіяні до процесу забезпечення еколого-економічної безпеки;
- узгодження інтересів суспільства, окремих підприємств та органів державної влади та місцевого самоврядування в процесі реалізації природоохоронних заходів.

Стратегічне управління дозволить аналізувати та визначати тренд змін параметрів екзогенного та ендегенного впливу на стан еколого-економічної безпеки, інноваційність та актуальність заходів державного впливу, а так само визначати перспективні напрями та цілі державної політики у даній сфері. В контексті нашого дослідження, стратегічне державне управління еколого-економічною безпекою пропонується розглядати як вираження системного підходу до обґрунтування принципів і методів забезпечення взаємодії елементів системи управління, що в контексті управлінської діяльності доцільно визначати як сукупність управлінських рішень, спрямованих на забезпечення перспектив реалізації організаційного та економічного механізмів державного управління. Отже, фокус уваги стратегічного управління еколого-економічною безпекою на сучасному етапі орієнтований на синергетичну взаємодію органів державної влади, промислових підприємств та суспільства, а перспективним завданням цього процесу нами пропонується формування комплексного механізму забезпечення еколого-економічної безпеки стратегічної дії, що в контексті європейської інтеграції України нами вважається край важливим.

Вважаємо потрібним акцентувати увагу на необхідності забезпечення виконання наступних підходів:

- 1) заходи стратегічного управління еколого-економічною безпекою характеризуються чіткою послідовністю етапів виконання та структурованим змістом кожного етапу;
- 2) стратегічне управління еколого-економічною безпекою вимагає формування відповідної структури управління зазначеним процесом.

Визначені підходи залежать як від поставлених цілей, так і передумов, що склались в даний момент у сфері національної безпеки, а саме її еколого-економічній складовій. При цьому аксіоматичним вважаємо положення про те, що формування системи стратегічного управління забезпеченням еколого-економічної безпеки та подальше здійснення управлінського процесу вимагають узгодження управлінських рішень з оцінкою наявних ресурсів, які формують стратегічний потенціал управління еколого-економічною безпекою в розрізі макро- та мезоуправлінських рівнів. Відповідно до цього, першочерговою умовою реалізації вищезазначених положень є інтеграція процесів стратегічного управління еколого-економічною безпекою до комплексного механізму управління національною безпекою, дія якого сприятиме удосконаленню відносин між всіма ланками державного та регіонального управління.

До пріоритетних цілей стратегічного управління еколого-економічною безпекою слід віднести забезпечення ефективності функціонування механізмів державного управління. Основними завданнями системи стратегічного управління забезпечення еколого-економічної безпеки є:

- моніторинг та прогнозування загроз еколого-економічної безпеки держави;
- оцінка ризиків та загроз за допомогою кількісних та якісних методів;
- розробка інструментів та механізму нівелювання загроз та підтримки стабільного розвитку системи еколого-економічної безпеки;
- постійне вдосконалення механізму державного управління забезпечення еколого-економічної безпеки.

Практичні дії щодо забезпечення результативного стратегічного управління еколого-економічною безпекою базуються на нормативно-правовій основі, що забезпечується функціонуванням відповідних організаційного, мотиваційного та економічного механізмів, а також задіянням сучасних ефективних інструментів та важелів управління. Основні заходи, а також методи та інструменти дозволяють сформулювати комплексний механізм забезпечення еколого-економічної безпеки стратегічного спрямування.

Процес стратегічного управління екологічною безпекою реалізується поетапно:

Етап 1. Формування засад забезпечення еколого-економічної безпеки.

Необхідно сформулювати стратегію, цілі, функції, принципи та методи стратегічного управління екологічною безпекою, а також конкретизувати суб'єкт та об'єкт управління у рамках концепції забезпечення екологічної безпеки [8].

Етап 2. Якісний та кількісний аналіз факторів впливу на стан еколого-економічної безпеки.

Проводиться ідентифікація ризиків та загроз еколого-економічної безпеки, аналіз впливу факторів на соціально-економічний розвиток.

Етап 3. Оцінка значимих чинників та ризиків та оцінка їх впливу на еколого-економічну безпеку. На підставі вивчення зовнішніх та внутрішніх факторів виявляються основні можливості та загрози, внаслідок чого оцінюється потенціал еколого-економічної безпеки.

Етап 4. Аналіз та оцінка рівня безпеки. На цьому етапі визначається конкретний набір показників еколого-економічної безпеки, що відображатимуть результат конкретних стратегічних механізмів.

Етап 5. Розробка стратегічних управлінських рішень та рекомендацій, коригування процесу управління стратегічними ризиками.

Стратегічний ризик-менеджмент еколого-економічної безпеки ґрунтується на постановці принципів управління, цілей, функцій та методів управління, а також виділення об'єкта та суб'єкта управління. Всі перелічені вище елементи конкретизуються таким чином, щоб забезпечувати стабільність та економічний ефект.

Концепція стратегічного управління еколого-економічною безпекою може бути реалізована тільки в рамках системи стратегічного управління, яка забезпечує вирішення проблем, що виникають. Система стратегічного управління еколого-економічною безпекою має наступні характерні риси:

- динамізм та постійне вдосконалення елементів відповідних стратегічних механізмів управління на основі аналізу їх ефективності;
- адаптивність та здатність до змін відповідно до зовнішнього та внутрішнього середовища еколого-економічної безпеки.

Використання системного підходу до дослідження процесів стратегічного управління еколого-економічною безпекою передбачає врахування всіх реальних умов зовнішнього та внутрішнього середовища його функціонування, а відповідні механізми стратегічної дії мають чітко визначати складові елементи, принципи їх дії та взаємодії. При цьому механізм забезпечення еколого-економічної безпеки може бути різною мірою структурований та формалізований. Ефективна структура системи стратегічного управління еколого-економічною безпекою включає кілька блоків, результативна взаємодія яких дозволяє забезпечувати достатній рівень соціально-економічного розвитку.

Система стратегічного управління еколого-економічною безпекою виконує низку важливих функцій, серед яких можна виділити захисну, регулятивну, превентивну (попереджувальну), інноваційну та соціальну. Розглянемо їх докладніше.

Виконання захисної функції передбачає запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам екологічній безпеці та передбачає наявність достатнього ресурсного потенціалу.

Для реалізації захисної функції потрібно виконання наступних умов:

- а) наявність та ефективне використання управлінського та економічного потенціалу державного управління;
- б) раціональне використання та оптимізація наявних ресурсів;
- в) розвиток людського потенціалу, залучення інвестиційних ресурсів;
- г) захист підприємства навколишнього середовища від негативного впливу, нейтралізація загроз та ризиків.

Регулятивна функція системи стратегічного управління еколого-економічною безпекою передбачає моніторинг та регулювання стану навколишнього середовища.

Прогнозуюча функція направлена на передбачення виникнення загрозливих ситуацій та мінімізацію потенційного ризику. Реалізація цієї функції заснована на розробці та впровадженні заходів економічного, технологічного, організаційного характеру, оскільки для якісного прогнозування ризиків та загроз та визначення ефективних заходів необхідна якісна, достатня, достовірна та своєчасна інформація.

Інноваційна функція стратегічного управління еколого-економічною безпекою заснована на розробці та подальшій реалізації інноваційних проєктів, спрямованих на впровадження природоохоронних заходів.

Отже, стратегічне управління еколого-економічною безпекою на основі системного підходу передбачає акцентування на наступних характеристиках (рис. 1):

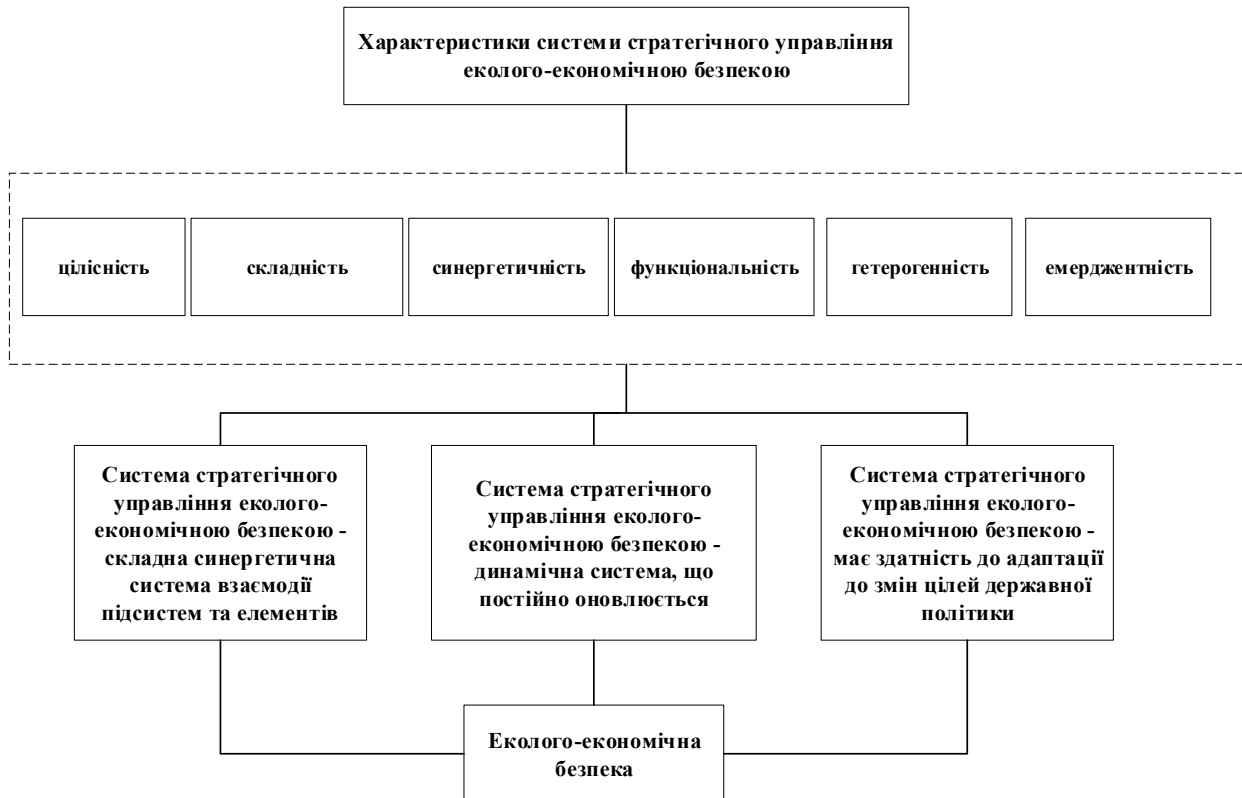


Рис. 1. Ключові характеристики стратегічного управління еколого-економічною безпекою в контексті системного підходу

Джерело: авторська розробка

- цілісність – властивості системи стратегічного управління проявляються за умови управління взаємодією його складових: ресурсів, потенціалу державного управління, компетенцій державних службовців, що задіяні до процесу забезпечення екологічної безпеки;

- складність – елементи, що входять до складу системи стратегічного управління, мають різні характеристики та параметри вимірювання, що має бути враховано в процесі реалізації державної політики у сфері екологічної безпеки;

- синергетичність – взаємодія складових системи стратегічного управління еколого-економічною безпекою збільшує реальну ефективність заходів;

- функціональність – передбачає комплексну взаємодію всіх елементів системи стратегічного управління в межах своїх функціональних властивостей;

- гетерогенність – неоднорідність складу системи стратегічного управління та вирішуваних завдань передбачає неможливість заміни одного елемента іншим;

- емерджентність – в процесі формування системи стратегічного управління можлива поява нових характеристик, які не були раніше властиві структурним елементам.

Функціонування системи стратегічного управління еколого-економічною безпекою забезпечується на основі наступних системних принципів (табл. 1)

Застосування стратегічного підходу до забезпечення екологічної безпеки дозволяє поетапно розробляти грамотні управлінські рішення у сфері сталого розвитку.

Таблиця 1

Принципи функціонування системи стратегічного управління еколого-економічною безпекою

№	Принцип	Сутнісна характеристика
1	Принцип мінімізації ризику	Передбачає визначення можливих ризиків та потенційних напрямків державного управління щодо їх мінімізації
2	Принцип корисності	Характеризує здатність конкретної складової системи стратегічного управління задовольняти потреби економіки та суспільства
3	Принцип системної обмеженості	Передбачає раціональне використання природних ресурсів в контексті обмеженості еколого-економічної системи
4	Принцип альтернативності	Приймаючи рішення на користь використання певного виду природних ресурсів, слід оцінити можливості використання альтернативних ресурсів
5	Принцип граничності	Передбачає, з одного боку, визначення граничних значень обраних показників оцінки стану екологічної безпеки, а з іншого – лімітацію потенціалу державного управління для розвитку конкретних складових системи стратегічного управління
6	Принцип збалансованості	Передбачає оцінку витрат на реалізацію заходів політики екологічної безпеки та отриманого соціально-економічного результату

Джерело: складено авторами

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Стратегічне управління еколого-економічною безпекою в сучасних реаліях соціально-економічного розвитку надає можливість використання якісно нових інструментів та підходів в процесах державного управління та розробки відповідної державної політики. В свою чергу, застосування системного підходу при розробці концептуальних засад стратегічного управління еколого-економічною безпекою дозволить детермінувати базові положення стратегічного бачення перспектив забезпечення національної безпеки держави. В той же час, стратегічне управління еколого-економічною безпекою знаходиться у тісному взаємозв'язку із оперативним управлінням, що знаходить відображення у впровадженні ресурсозберігаючих технологій, мінімізації забруднення, впровадженні природоохоронних заходів, екологізації діяльності промислових підприємств та економічному стимулюванні споживачів природних ресурсів, що впроваджують заходи із збереження природних ресурсів.

Література

1. Про Стратегію національної безпеки України : Указ Президента України від 14.09.2020 р. № 392/2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020#Text>
2. Акімова Л. Інструменти державного управління забезпеченням економічної безпеки держави за суб'єктами економіки / Л. Акімова // Державне управління та місцеве само-врядування. – 2018. – Вип. 3(38). – С. 53–61.
3. Ситник Г.П. Державне управління національною безпекою України : монографія / Г.П. Ситник. – К. : Вид-во НАДУ, 2004. – 408 с.
3. Дзьобань О. Теоретичні основи національної безпеки України : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / О. Дзьобань, О. Соснін. – К. : Освіта України, 2009. – 384 с.
5. Губарева І. О. Стратегічне управління економічною безпекою країни / І.О. Губарева, І.В. Ярошенко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – Вип. 19. Ч. 1. – С. 109–113.
6. Семенченко А.І. Методологія стратегічного планування у сфері державного управління забезпеченням національної безпеки України : монографія / А.І. Семенченко. – К. : Видво НАДУ, 2008. – 428 с.
7. Тульчинський Р. В. Засади стратегічного управління економічною безпекою регіонів / Р.В. Тульчинський // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2017. – № 14. – С. 75–80.
8. Іванова Т. В. Загрози еколого-економічної безпеки України в контексті викликів глобалізації / Т.В. Іванова // Інвестиції: практика та досвід. – 2019. – № 18. – С. 77–81.
9. Гобела, В.В. Забезпечення еколого-економічної безпеки у посткризовий період / В.В. Гобела, В.С. Дудюк, В.С. Гобела // Науковий вісник НЛТУ України. – 2021. – Вип. 31. – С. 79–83.

References

1. Pro Stratehiiu natsionalnoi bezpeky Ukrainy : Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 14.09.2020 r. № 392/2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020#Text>
2. Akimova L. Instrumenty derzhavnoho upravlinnia zabezpechenniam ekonomichnoi bezpeky derzhavy za subiektamy ekonomiky / L. Akimova // Derzhavne upravlinnia ta mistseve samo-vriadvannia. – 2018. – Vyp. 3(38). – S. 53–61.
3. Sytnyk H.P. Derzhavne upravlinnia natsionalnoi bezpekoiu Ukrainy : monohrafiia / H.P. Sytnyk. – K. : Vyd-vo NADU, 2004. – 408 s.
3. Dzoban O. Teoretychni osnovy natsionalnoi bezpeky Ukrainy : navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakladiv / O. Dzoban, O. Sosnin. – K. : Osvita Ukrainy, 2009. – 384 s.
5. Hubarieva I. O. Stratehichne upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu krainy / I.O. Hubarieva, I.V. Yaroshenko // Naukovyi visnykUzhhorodskoho natsionalnogo universytetu. – 2018. – Vyp. 19. Ch. 1. – S. 109–113.

-
6. Semenchenko A.I. Metodolohiia stratehichnoho planuvannia u sferi derzhavnoho upravlinnia zabezpechenniam natsionalnoi bezpeky Ukrainy : monohrafiia / A.I. Semenchenko. – K. : Vyd-vo NADU, 2008. – 428 c.
 7. Tulchynskiy R. V. Zasady stratehichnoho upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu rehioniv / R.V. Tulchynskiy // Ekonomichniy visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut». – 2017. – № 14. – S. 75–80.
 8. Ivanova T. V. Zahrozy ekoloho-ekonomichnoi bezpeky Ukrainy v konteksti vyklykiv hlobalizatsii / T.V. Ivanova // Investytsii: praktyka ta dosvid. – 2019. – № 18. – S. 77–81.
 9. Hobela, V.V. Zabezpechennia ekoloho-ekonomichnoi bezpeky u postkryzoviy period / V.V. Hobela, V.S. Dudiuk, V.S. Hobela // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. – 2021. – Vyp. 31. – S. 79–83.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-33>

УДК 364.2:314.6:331

Олександр МАХОНІУК

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України»

<https://orcid.org/0000-0001-9513-4527>

e-mail: m_sasha2007@ukr.net

НОВІ ВИКЛИКИ СОЦІАЛЬНОЇ ВРАЗЛИВОСТІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Проаналізовано національні міграційні втрати в перший рік повномасштабного вторгнення росії, а також відповідну ситуацію в західних областях. Здійснене дослідження впливу військових дій на основні макроекономічні показники та зміну рівня життя населення. Відзначено, що найбільш вразливою категорією громадян у 2022 році стали ВПО. Представлено короткий аналіз низки вітчизняних соціологічних обстежень щодо якості життя українців в період війни. Особливу увагу приділено вивченню питання українських дітей під час війни, зокрема їхньої освіти. Відзначено, що війна розкрила низку проблемних аспектів щодо державного забезпечення якісного рівня життя громадян. Здійснена спроба пояснити, якими недоліками володіє теперішня система державної фінансової підтримки соціально вразливих верств населення. Зауважено, що в період загострення демографічної кризи особливо актуальним є питання підтримки молодих сімей та інших соціально вразливих верств населення з метою максимального використання їхнього потенціалу в загальній стратегії відбудови України.

Ключові слова: соціальна вразливість, демографічна криза, прожитковий мінімум, дошкільна освіта.

Oleksandr MAKHONIUK

SI "Institute of regional research named after M.I. Dolishniy of NAS of Ukraine"

NEW CHALLENGES OF SOCIAL VULNERABILITY OF THE POPULATION OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR

The national migration losses in the first year of the full-scale invasion of Russia, as well as the corresponding situation in the western regions, are analyzed. A study of the impact of military operations on the main macroeconomic indicators and changes in the population's standard of living was carried out. It was noted that IDPs became the most vulnerable category of citizens in 2022. A brief analysis of a number of domestic sociological surveys on the quality of life of Ukrainians during the war is presented. Particular attention is paid to the study of the issue of Ukrainian children during the war, in particular their education. It was noted that the war revealed a number of problematic aspects regarding the state's provision of a quality standard of living for citizens. An attempt has been made to explain the shortcomings of the current system of state financial support for socially vulnerable population groups. It was noted that in the period of the aggravation of the demographic crisis, the issue of supporting young families and other socially vulnerable population groups is particularly relevant in order to maximize the use of their potential in the general strategy of the reconstruction of Ukraine.

Key words: social vulnerability, demographic crisis, living wage, preschool education.

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

2022 рік став переломним в сучасній історії незалежної України. Відкритий воєнний напад росії призвів до загибелі десятків тисяч цивільних громадян та українських військових, руйнування інфраструктури держави, житлового фонду, завдав суттєвих збитків сфері освіти, енергетиці та АПК України. За 12 місяців повномасштабної війни КСЕ (Київська школа економіки) підрахував суму збитків інфраструктурі України на 143,8 млрд доларів [1]. Натомість, за даними Світового Банку на відновлення України вже потрібна втричі більша сума – 411 млрд доларів [2]. Одним з джерел фінансів на відновлення після закінчення бойових дій, за міжнародною практикою, є країна-агресор. Проте на сьогодні не вироблено ще чіткого інструментарію конфіскації та передачі активів агресора, не вирішено за якою моделлю планується відновлення України (за американською, японською, ізраїльською чи іншою), оскільки війна продовжується у теперішньому 2023 році, а Україна і надалі невинно втрачає найцінніший актив – населення, причому втрачає молодь безпосередньо у бойових діях і внаслідок еміграційних процесів. Для більшості українців війна стала найтяжчим випробуванням у житті, вона вплинула на психоемоційний стан, економічний добробут, політичні переконання. Наша держава в обличчі уряду, ЗСУ, ТРО, волонтерів та звичайних громадян, а також міжнародні партнери всі зусилля доклали щоб вистояти у російській агресії та подолати гуманітарні виклики. 2022 рік став важким для всіх: коли росія вбила тисячі людей, зруйнувала тисячі будинків і навіть цілі міста, розділила мільйони сімей, сформувала нові виклики соціальної вразливості українського населення. Проте, невдовзі обов'язково буде перемога, тож на часі розробка стратегій відродження України, які передусім повинні передбачати збереження та відновлення її демографічного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питанням бідності, соціальної вразливості і підвищення ефективності соціальної підтримки в Україні присвячено праці провідних вітчизняних науковців: Е. Лібанової, О. Макарової, У. Садової, А. Колод, О. Грішнєвої тощо. Вагомий внесок у дослідження відповідних процесів на регіональному рівні сьогодні належить Львівській школі регіоналістики, зокрема науковцям Т. Васильціву, Л. Семів, О. Мульській, О. Риндзак, М. Біль, Н. Андрусишин, Р. Теслику, І. Бараняку, М. Бачинській, В. Бідаку та ін. Вітчизняні науковці розглядають соціальну вразливість населення переважно у фокусі соціального захисту різних верств населення, бідності, ефективності соціальної підтримки в періоди економічних криз, тоді як зарубіжні учені велику увагу приділяють також ризикам у сферах зайнятості, освіти, соціальної інфраструктури тощо. Проте, окремої уваги потребують дослідження соціальної вразливості населення враховуючи виклики масштабної нестабільності в умовах війни.

Формулювання цілей статті

Метою статті є оцінювання уже звичних форм соціальної вразливості населення України, які набули нової актуальності в умовах розв'язаної росією війни, а також виявлення можливих заходів на їх реагування.

Виклад основного матеріалу

Міграційні втрати в перший рік повномасштабного вторгнення росії. Згідно з експертними розрахунками [3], які ґрунтуються на даних Агенції з питань біженців ООН та Міжнародної організації міграції, на кінець 2022 року у країнах Європи залишалось до 4,7 млн українців, з понад 11 млн котрі виїхали з України від 24 лютого 2022 року. Ще 1,5 млн українців перебували на території росії.

Абсолютна більшість серед «втікачів від війни» – це жінки та діти. За даними компанії EWL Group [4, 5] до середини весни 2022 року майже 95 % дорослих (від 18 років) біженців до Польщі, Чехії та Румунії були саме жінки. Майже така ж була кількість дітей.

Частка біженців чоловіків почала зростати дещо пізніше, що пов'язано зі змінами в військових мобілізаційних процесах в наступні місяці в Україні. Відтак, за даними Європейського центрального банку вже на початку 2023 року в Європі серед дорослих українських «втікачів від війни» чверть становили чоловіки.

Дослідження ЦЕС [3] свідчить, що найбільше емігрантів втратили фронтіві та прифронтіві області України, зокрема, з Запорізької виїхало за кордон 24% усього населення регіону, з Харківської, Дніпропетровської та Миколаївської областей – близько 16%, з Київської та столиці – 19% та 20% відповідно.

Ситуація в західних областях України. Відносно небагато українців виїхало за кордон з західних областей України – не більше 10% з кожної з них. При цьому західні області стали також осередком прихистку внутрішніх переселенців. Станом на квітень 2023 року в Україні офіційно зареєстровано 4,8 млн внутрішньо переміщених осіб, з них 1,1 млн переселяються вже вдруге (з 2014 року) [6]. На кінець 2022 року у Єдиній інформаційній базі даних у Львівській області було зареєстровано 251 тис. внутрішньо переміщених осіб. Проте реальна кількість ВПО на Львівщині оцінювалась вдвічі більшою, що становило 20% до чисельності постійного населення області на початок 2022 року. На кінець жовтня 2022 року в Івано-Франківській області перебувало на обліку 144,9 тис. ВПО [7]. В Чернівецькій області на початок лютого 2023 року було зареєстровано 90 тис. ВПО, з яких відомо достеменно, що 70 тис. осіб проживали на територіях громад області [8]. На Закарпатті, зокрема, в обласному Ужгороді на початку 2023 року офіційно було зареєстровано 27 тисяч переселенців, проте проживало близько 40 тисяч [9]. Загалом в межах Прикарпатського регіону на початку 2023 року перебувало понад 770 тис. ВПО, що становило 13% до чисельності постійного населення регіону¹. Відповідно, за мінімальними підрахунками чисельність ВПО повністю перекрыла чисельність мешканців регіону, які виїхали за кордон від 24 лютого 2022 року.

Нові виклики соціальної вразливості домогосподарств. Військові дії росії на території нашої країни завдали серйозних руйнувань національній економіці. За оцінками Міністерства економіки, національний ВВП у 2022 році скоротився на 30,4 %, що є найбільшим падінням за новітню історію України, проте – значно менше від того, що прогнозували раніше експерти та міжнародні інституції навесні 2022 року (на рівні 45-50%). При цьому заплановані видатки протягом 2022 року зросли у два рази – до 2,7 трлн грн (75 млрд дол.), а дефіцит держбюджету збільшився майже у 6 разів – до 911 млрд грн (25 млрд дол.). Компенсувати розрив між доходами та видатками дозволила грантова та кредитна підтримка міжнародних партнерів, купівля військових облігацій підприємцями, банками та населенням, а також продовження сплати податків великими, середніми та маленькими підприємцями, які зберегли свою діяльність [10].

Суттєво знизився також рівень доходів українців. Причиною стали в першу чергу проблеми ведення бізнесу через ракетні обстріли всіх регіонів, що зобов'язувало підприємства зупинити виробництво та відправляти працівників в укриття. За окремими підрахунками внаслідок окупації, ракетних ударів та

¹ 5,935 млн осіб - середня чисельність населення Карпатського регіону у січні 2022 року. Державна служба статистики України / Чисельність населення по регіонах (за оцінкою) на 1 лютого 2022 року та середня чисельність у січні 2022 року / Чисельність населення по регіонах / Населення та міграція / Статистична інформація / <https://ukrstat.gov.ua/>

перебоїв електропостачання кожен другий підприємець повністю або частково втратив свою справу. На рівень життя українців істотно вплинула також інфляція, яка у 2022 році склала 26,6%, та девальвація національної валюти відносно дол. США на 50%.

Варто відзначити, що найбільш вразливою категорією громадян у 2022 році стали ВПО, серед яких частина повністю або частково втратили житло, місце праці та інші засоби життєдіяльності. Основою надання захисту та гуманітарної допомоги переміщеному населенню стали соціальні виплати на рівні 2 тис.грн для дорослих людей і 3 тис.грн на кожну дитину або дорослого з інвалідністю, надання державного тимчасового житла, забезпечення інших пільг ВПО та соціальних гарантій, в т.ч. у сфері зайнятості та освіти.

Довідково: Обґрунтовано, що найбільш вразливим є бідне населення країни, а найбільш схильним до бідності є населення, котре втрачає роботу, зокрема з причин виходу на пенсію або при народженні дитини. До когорти найбільш вразливих варто віднести також осіб з обмеженими можливостями. Проблема соціальної вразливості окремих верств населення гостро стояла в Україні ще до початку повномасштабної війни. Наприклад, рівень бідності українців за доходами нижче фактичного прожиткового мінімуму у 2020 році склав 28,3%, тоді як найгірша ситуація була притаманна західним областям України, та Карпатському регіону зокрема (табл. 1).

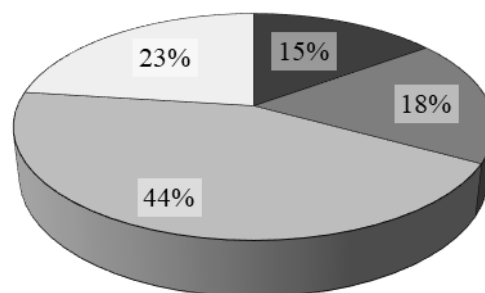
Таблиця 1

Рівень бідності населення Карпатського регіону у 2020 році

	Дата	грн	
ПМ фактичний реальний, розрахований Мінсоцполітики	01.01.2021	5113	
Ресурси д/г в розрахунку на одну особу, на місяць			Частка населення з доходами нижчими фактичного ПМ [11]
Україна	2020 рік	5150	28,3 %
Івано-Франківська область		4994	43,5 %
Львівська область		4973	48,4%
Закарпатська область		4382	51,6 %
Чернівецька область		4263	66,3 %

Джерело: [12]

Від початку повномасштабної війни інформацію про зміну рівня життя українців можуть надати лише окремі результати соціологічних досліджень. Наприклад, кадровим порталом grc.ua [13] у серпні-вересні 2022 року було проведено дослідження 2,6 тис українців-працівників компаній різних галузей в усіх регіонах України на предмет їхнього добробуту. Результати показали, що 77 % респондентів «не вистачає грошей до наступної зарплати», при цьому 2/5 з них мали відповідну проблему до 2022 року, а 3/5 – стикнулися з проблемою від початку війни (рис.1). Про низький рівень доходів українців говорить також показник частки сімейного бюджету, яка витрачається на продукти харчування. Чим вища частка витрат у цьому сегменті, тим нижчий рівень достатку громадян. За даними дослідження кожен четвертий українець витрачає на продукти харчування від 40 до 60 % сімейного бюджету, а 14,5% респондентів витрачають понад 60% (рис. 2). Як зазначають в grc.ua, для порівняння американці та британці витрачають на цю статтю 6-7% свого бюджету.



- Це постійне явище
- Останніх рік-півтора
- Від початку війни
- Мені завжди вистачає моєї зарплати

Рис. 1. Якщо Вам не вистачає грошей до зарплати, наскільки це нове явище?

Джерело: побудовано за даними grc.ua [13]

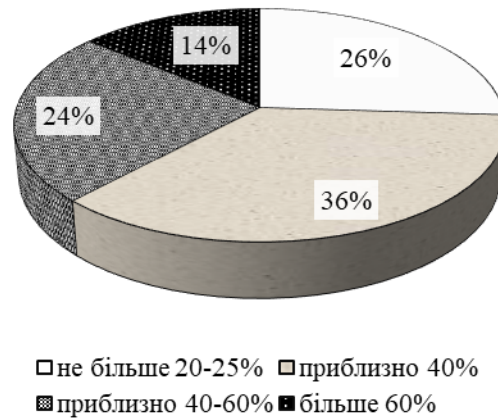


Рис. 2. Яка частка Вашого сімейного бюджету витрачається на продукти харчування

Варто нагадати, що дослідження стосувалося працевлаштованих осіб, серед яких лише 39 % вказали, що витрати сімейного бюджету направлені і на дітей. Загалом важко оцінювати, наскільки дане обстеження відповідає національній ситуації (відносно структури домогосподарств, чи віковій структурі населення тощо), проте воно показує, що навіть забезпечені роботою громадяни в період війни стикнулися з проблемою недостатнього забезпечення рівня доходів.

Наступне дослідження «Проблеми українських дітей під час війни» частково турбує питання власне соціально вразливої категорії населення. Дослідження соціологічної групи Рейтинг проводилось на початку 2023 року [14] та охопило 2000 матерів дітей віком 3-17 років в усіх областях (крім тимчасово окупованих територій Криму та Донбасу, а також територій, де на момент опитування був відсутній український мобільний зв'язок). Результати опитування показали, що переважна більшість дітей – 92 % навчалися у школах або ж відвідували дошкільні заклади. Питання полягало переважно в якості надання освіти, на що впливала низка обставин. Зокрема, 42% дітей навчалися у школах/садочках он-лайн, 29% – за змішаною формою, 26% – постійно відвідували навчальні та виховні заклади. Он-лайн форма навчання найбільш була поширена на прифронтових територіях, он-лайн та змішана форми – на деокупованих та серед мешканців центру. У Києві – більше половини займалися як он-лайн так і за змішаною формою, водночас майже 40% відвідували освітні заклади постійно. У західних регіонах майже половина дітей (47%) навчалися оф-лайн, 40% – за змішаною формою, і лише 10% – постійно он-лайн. Основними причинами пропусків занять були оголошення повітряної тривоги, відключення електроенергії або відсутність Інтернету. Відтак, майже кожен п'ятий респондент зазначив про значне погіршення успішності навчання дитини.

За понад рік повномасштабної війни діти переважно з прифронтових та центральних регіонів зазнавали наступних травмуючих подій: розлука з рідними та близькими (28%), переїзд в інший регіон країни (25%), обстріли та бомбардування (24%), тривале перебування у холодному приміщенні (17%), переїзд за кордон (11%), перебування в окупації (8%), пережиття смерті рідних або близьких (6%), втрата житла (5%), зазнання голоду та відсутності води (5%). Окрім того, вже без регіональної прив'язки 41% опитаних матерів зазначили, що серед їхніх близьких родичів (чоловік, брат, сестра, діти, батьки) є ті, хто служать на війні.

Звичайно в західних областях ситуація суттєво спокійніша, проте російський тероризм, зокрема ракетні обстріли несуть реальну небезпеку для цивільного населення навіть в найвіддаленіших від бойових дій регіонах. З іншої сторони війна розкрила низку проблемних аспектів щодо державного забезпечення якісного рівня життя громадян, про які замовчувалось або вирішення яких підмінялося дивними¹ механізмами соціальних виплат. Ситуація, коли держава намагається підтримати життєвий рівень визначених категорій осіб, які потребують державної підтримки (в конкретному випадку говоримо про соціально-вразливі верстви: багатодітних сімей та сімей з дошкільнятами, осіб з інвалідністю, ВПО, пенсіонерів, безробітних та осіб з низькими доходами тощо) за рахунок грошових виплат, забезпечення мінімального набору безкоштовних соціальних послуг (медичні, освітні) та певних преференцій – є закономірною та обґрунтованою. Проте, відповідна державна підтримка виключно в такому форматі має низку недоліків, на які потрібно певним чином реагувати:

- по-перше, така політика підтримки набуває рис політики фінансового утримування, яка впливає на поведінкову психологію осіб, котрі утримуються. Мається на увазі, що за моделі державного «підкування» атрофується інстинкт самозабезпечення, коли людина мала б усвідомлювати необхідність розвиватись, самовдосконалюватись, в т.ч. освітньо, професійно, позбавляти інертної поведінки або шкідливих звичок.

¹ Вітчизняні економісти та демографи систематично висловлювали зауваження щодо розрахунку розмірів соціальних стандартів (в першу чергу фактичної величини прожиткового мінімуму), та її самої доцільності існування окремих з них (мінімальна заробітна плата, стандартні виплати при народженні дитини тощо).

При цьому держава не справляється з функціями «фінансового опікуна» в достатній мірі, і щоб виправдати власну нездатність на законодавчому рівні знижує соціальні стандарти¹, відмовляється в їхньому перерахунку, індексації та ін. Кумулятивний ефект такої політики має багато небезпечніші наслідки та ширше поле впливу: існування, наприклад, показника «мінімальна заробітна плата» в наявному вираженні призводить до деструктивної поведінки учасників на ринку праці, коли в правовому колі занижуються розміри зарплат, які супроводжуються «оплатою в конвертах» та відповідно заниженими податковими зборами; передбачаючи низькі соціальні стандарти держава автоматично забезпечує максимальні шанси на низький рівень життя тим громадянам, які в один момент з тих чи інших життєвих причин «переходять» в когорту соціально-вразливої верстви населення, наприклад, забезпечуючи лише мінімальну фінансову підтримку молодих батьків без будь-яких широких програм забезпечення житлом (через іпотеки чи інше кредитування) чи іншими нефінансовими цінностями, держава спонукає цих молодих батьків до важкого фізичного та психологічного етапу життя, чим вкотре перекреслює всі тези щодо побудови моделі розширеного демографічного відтворення;

- проблема соціальної вразливості багатодітних сімей та сімей з маленькими дітьми гостро стояла завжди, проте її актуальність піднімається на новий рівень сьогодні у період повномасштабної війни, коли Україна через еміграційні процеси втрачає головне молоде жіноче покоління та дітей. Суть в тому, що за даними Держстату [15] охопленість дошкільною освітою в Україні в довоєнний період дітей віком 3-6 років мала майже 100% значення; негативний момент проте, що цей показник досягався завдяки переваженню ДНЗ переважно в західних областях часто на 20% і більше. Проте ситуація з дітьми ясельного віку 0-2 роки була незадовільною. Середньозважені показники охоплення по Україні у 2017 році в цій віковій групі склали 14,8%. Найгірша ситуація спостерігалася в західних областях у сільській місцевості, зокрема по Волинській (3,8%), Івано-Франківській (3,4%), Рівненській (2,7%) та Львівській (2,3%) областях. Така ситуація спричинена частковою або повною відсутністю ясел в більшості ДНЗ України. Відповідні показники вражають – 85 % молодих матерів у довоєнний період мали зосереджуватись на цілодобовому догляді маленьких дітей, а при великому бажанні, за умов допомоги рідних, могли підшукати повноцінну роботу або тимчасовий заробіток (бажано з вільним графіком), щоб забезпечити вищий сімейний дохід, оскільки держава обмежувалась фінансовою допомогою в розмірі 41 280 грн на три роки (що еквівалентно 1146,6 грн/місяць) та іншими незначними соціальними виплатами чи пільгами. За словами головної вітчизняної демографіни Е. Лібанової [16] «...сьогодні влада почала розуміти, що головне в державі – це люди. Тому держава буде розробляти стратегію демографічного відродження. Це не стосуватиметься традиційних доплат при народженні дитини, а стосуватиметься більш комплексних речей...». Із закінченням війни українські матері і діти будуть повертатись на батьківщину, проте в багатьох із них, як і багатьох ВПО не буде змоги повернутись саме додому, який був знищений разом з інфраструктурою регіону, бо там відбувались безпосередні бойові дії. Логічно було б забезпечити комфортне тимчасове проживання в збережених регіонах, доки відбуватиметься відбудова зруйнованих. Також, попри те, що за оцінками демографів в Україні не варто очікувати бебі-буму після закінчення війни, все ж питання формування якісної мережі ясельних ДНЗ давно на часі, особливо в західних регіонах країни, де наявної мережі завжди було недостатньо для забезпечення потреб місцевого населення, при цьому варто враховувати додаткове навантаження на цю сферу послуг великої чисельності ВПО. Вирішення питання мережі ясельних ДНЗ дозволило б зменшити фізичне та психологічне навантаження на молодих батьків, збільшити їхню продуктивність та загальний рівень задоволення життя, відповідно зберегти та примножити трудовий потенціал нації, створити нові робочі місця, зокрема і в сфері обслуговування дошкільної освіти тощо;

- зрештою, варто говорити про всіх людей з обмеженою мобільністю. Це особи з інвалідністю, з тимчасовою втратою мобільності внаслідок травм, люди похилого віку, батьки дітей з інвалідністю, а також наші герої-захисники, які отримали травми різної складності. Необхідно максимально використовувати їхні фізичні, професійні та інтелектуальні якості для загального національного блага, при цьому забезпечити для них можливість самореалізації, комунікації, праці, надання чи отримання освіти. Цікавим варіантом вирішення питання є розвиток та відбудова людиноцентричних міст, ключовою концепцією яких виступатимуть інклюзивність та безбар'єрність [17].

- варто відзначити, що для чіткого розуміння реальної демографічної ситуації та відповідних перспектив відродження української нації, та й перспектив відбудови України загалом, вкотре постає питання проведення демографічного перепису. Можна лише усвідомлювати, наскільки наявність таких досліджень приміром у 2011 та 2021 роках сьогодні спростила б різні планувальні заходи.

¹ На початок 2021 року законодавчо встановлений ПМ становив 2270 грн¹ на людину працездатного віку (не беручи до уваги підвидів ПМ). Паралельно у 2021 році самим же Міністерством соціальної політики був розрахований фактичний, тобто реальний рівень ПМ, який склав 5113 грн. Таким чином, виникає колізія державного забезпечення інших соціальних стандартів і нормативів (мінімальна пенсія, мінімальний розмір допомоги по безробіттю, допомоги малозабезпеченим сім'ям та ін.), які слугують орієнтирами щодо забезпечення достатнього рівня життєдіяльності населення (табл. 1), оскільки до розрахунку береться занижений первинний стандарт.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Актуальність дослідження питання соціальної вразливості окремих верств населення піднімається на новий рівень сьогодні у період повномасштабної війни. Це відмінний тренд, який за своєю суттю зобов'язує Україну в найближчому майбутньому розробити правильну політику та дієві механізми підтримки здалося б найбільш вразливих верств громадян, та перетворити цю «проблему» у власну перевагу, один із ключів успішної повоєнної відбудови країни. Звичайно, демографічні прогнози є надзвичайно невтішними, проте вони є умовними до завершення війни. По завершенню війни першочерговою необхідністю постає питання проведення Всеукраїнського перепису населення, також чіткого обліку перетинів державного кордону та проведення низки соціологічних спостережень.

Література

1. За рік повномасштабної війни росія завдала збитків інфраструктурі України на майже \$144 млрд. Kyiv School of Economics. 22.03.2023. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/za-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-rosiya-zavdala-zbitkiv-infrastrukturi-ukrayini-na-mayzhe-144-mlrd/>
2. Світовий банк назвав суму, потрібну на відновлення України. Суспільне новини. 22.03.2023. URL: <https://susplne.media/422325-svitovij-bank-nazvav-sumu-potribnu-na-vidnovlenna-ukraini/>
3. Біженці з України: хто вони, скільки їх та як їх повернути? Аналітична записка / уклад. Д. Михайлишина, М. Самойлюк, М. Томіліна. Центр економічної стратегії. 2023
4. Українські біженці в Польщі, Чехії й Румунії: хто вони, чого чекають і чи повернуться додому. Європейська правда. 26.09.2022. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/project/2021/workineu/article6.html>
5. Спеціальний звіт EWL «Біженці з України в Польщі, Чехії і Румунії». 09.08.2022. URL: <https://ewl.com.ua/спеціальний-звіт-біженці-з-україни-в/>
6. В Україні зареєстрували 4,8 мільйона внутрішніх переселенців. УКРІНФОРМ, 06.04.2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3692551-v-ukraini-zareestruvali-48-milijona-vnutrisnih-pereselenciv.html>
7. Представник Уповноваженого з прав громадян відвідала місця компактного проживання внутрішньо переміщених осіб в Івано-Франківську. Офіційний вебсайт Івано-Франківської обласної державної адміністрації. URL: <https://www.if.gov.ua/news/predstavnyk-upovnovazhenoho-z-prav-hromadian-vidvidala-mistsia-kompaktnoho-prozhyvannia-vnutrishno-peremishchenykh-osib-v-ivano-frankivsku>
8. На Буковині кожен десятий є переселенцем. Чернівецький промінь. 09.02.2023. URL: <https://promin.cv.ua/2023/02/09/na-bukovyni-kozhden-desiatyi-ie-pereselentsem.html>
9. На Закарпатті відбувся регіональний форум про підтримку переселенців «Життя з «нуля». Закарпаття онлайн. 02.02.2023 URL: <https://zakarpattya.net.ua/News/225737-Na-Zakarpatti-vidbuvsia-rehionalnyi-forum-pro-pidtrymku-pereselentsiv-ZHyttia-z-nulia-FOTO>
10. Слуцький Б. УНІАН, Війна змінила все: які виклики подолали громадяни та бізнес минулого року і до чого готуватися у 2023 році. 07.01.2023. URL: <https://www.unian.ua/economics/other/viyna-zminila-vse-yaki-vikliki-podolali-gromadyani-ta-biznes-minulogo-roku-i-do-chogo-gotuvatisya-u-2023-roci-12101166.html>
11. Розподіл населення за рівнем середньодушових еквівалентних загальних доходів: Доходи та умови життя / Демографічна та соціальна статистика / Статистична інформація / Територіальні органи Держстату. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
12. Махонюк О., Бідак В. Ресурсне забезпечення домогосподарств Карпатського регіону України: аспект соціальної вразливості населення. Вісник ХНУ: Економічні науки, № 2, Том 2, 2022 (304). С. 136-143.
13. Раптова бідність» та зниження доходів під час війни. Стан добробуту українців відчутно знизився. European Business Association. 26.02.2022. URL: <https://eba.com.ua/raptova-bidnist-ta-znyzhennya-dohodiv-pid-chas-vijny-stan-dobrotutu-ukrayintsiv-vidchutno-znyzyvsya/>
14. Проблеми українських дітей під час війни. Період проведення 27 січня - 1 лютого 2023. Рейтинг. 27.02.2023. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/problems_of_ukrainian_children_in_conditions_of_war_january_27-february_1_2023.html
15. Статистичний збірник «Дошкільна освіта в Україні». Випуски від 2010 року до 2017 року. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publosvita_u.htm
16. Демографія і відбудова України: експертка назвала проблеми, які доведеться вирішувати. Суспільне Новини. 10.04.2023. URL: <https://susplne.media/437253-demografia-i-vidbudova-ukraini-ekspertka-nazvala-problemi-aki-dovedetsa-virisuvati/>
17. Бербека Н. Відбудова українських міст – шанс зробити їх кращими. Економічна правда. 29.06.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/29/688676/>

References

1. Za rik povnomasshtabnoi viiny rosii zavdala zbytkiv infrastrukturi Ukrainy na maizhe \$144 mlrd. Kyiv School of Economics. 22.03.2023. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/za-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-rosiya-zavdala-zbitkiv-infrastrukturi-ukrayini-na-mayzhe-144-mlrd/>
2. Svitovyi bank nazvav sumu, potribnu na vidnovlennia Ukrainy. Suspilne novyny. 22.03.2023. URL: <https://suspilne.media/422325-svitovij-bank-nazvav-sumu-potribnu-na-vidnovlennia-ukraini/>
3. Bizhentsi z Ukrainy: khto vony, skilky yikh ta yak yikh povernuty? Analitichna zapyska / uklad. D. Mykhailyshyna, M. Samoiliuk, M. Tomilina. Tsentr ekonomichnoi stratehii. 2023
4. Ukrainski bizhentsi v Polshchi, Chekhii y Rumunii: khto vony, choho chekaiut i chy povernutsia dodomu. Yevropeiska pravda. 26.09.2022. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/project/2021/workineu/article6.html>
5. Spetsialnyi zvit EWL «Bizhentsi z Ukrainy v Polshchi, Chekhii i Rumunii». 09.08.2022. URL: <https://ewl.com.ua/spetsialnyi-zvit-bizhentsi-z-ukrainy-v/>
6. V Ukraini zareiestruvaly 4,8 miliona vnutrishnikh pereselentsiv. UKRINFORM, 06.04.2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3692551-v-ukraini-zareiestruvali-48-miliona-vnutrisnih-pereselenciv.html>
7. Predstavnyk Upovnovazhenoho z prav hromadian vidvidala mistisia kompaktnoho prozhyvannia vnutrishno peremishchenykh osib v Ivano-Frankivsku. Ofitsiinyi vebсайт Ivano-Frankivskoi oblasnoi derzhavnoi administratsii. URL: <https://www.if.gov.ua/news/predstavnyk-upovnovazhenoho-z-prav-hromadian-vidvidala-mistisia-compactnoho-prozhyvannia-vnutrishno-peremishchenykh-osib-v-ivano-frankivsku>
8. Na Bukovyni kozhen desiatyi ye pereselentsem. Chernivetskyi promin. 09.02.2023. URL: <https://promin.cv.ua/2023/02/09/na-bukovyni-kozhen-desiatyi-ie-pereselentsem.html>
9. Na Zakarpatti vidbuvsia rehionalnyi forum pro pidtrymku pereselentsiv «Zhyttia z «nulia». Zakarpattia onlain. 02.02.2023 URL: <https://zakarpattia.net.ua/News/225737-Na-Zakarpatti-vidbuvsia-rehionalnyi-forum-pro-pidtrymku-pereselentsiv-ZHYTTIA-Z-NULIA-FOTO>
10. Slutskyi B. UNIAN, Viina zminyla vse: yaki vyklyky podolaly hromadiany ta biznes mynuloho roku i do choho hotuvatsia u 2023 rotsi. 07.01.2023. URL: <https://www.unian.ua/economics/other/viina-zminila-vse-yaki-vyklyki-podolali-gromadyani-ta-biznes-minulogo-roku-i-do-chogo-gotuvatsia-u-2023-roci-12101166.html>
11. Rozpodil naselennia za rivnem serednodushovykh ekvivalentnykh zahalnykh dokhodiv: Dokhody ta umovy zhyttia / Demografichna ta sotsialna statystyka / Statystychna informatsiia / Terytorialni orhany Derzhstatu. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
12. Makhoniuk O., Bidak V. Resursne zabezpechennia domohospodarstv Karpatskoho rehionu Ukrainy: aspekt sotsialnoi vrazlyvosti naselennia. Herald of Khmelnytskyi National University, № 2, Tom 2, 2022 (304). S. 136-143.
13. Raptova bidnist» ta znyzhennia dokhodiv pid chas viiny. Stan dobrobutu ukraintsiv vidchutno znyzysia. European Business Association. 26.02.2022. URL: <https://eba.com.ua/raptova-bidnist-ta-znyzhennya-dohodiv-pid-chas-vijny-stan-dobrobutu-ukrayintsiv-vidchutno-znyzysya/>
14. Problemy ukrainskykh ditei pid chas viiny. Period provedennia 27 sichnia - 1 liutoho 2023. Reitynh. 27.02.2023. URL: https://ratinggroup.ua/research/ukraine/problems_of_ukrainian_children_in_conditions_of_war_january_27-february_1_2023.html
15. Statystychnyi zbirnyk «Doshkilna osvita v Ukraini». Vypusky vid 2010 roku do 2017 roku. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publosvita_u.htm
16. Demografii i vidbudova Ukrainy: ekspertka nazvala problemy, yaki dovedetsia vyrishuvaty. Suspilne Novyny. 10.04.2023. URL: <https://suspilne.media/437253-demografia-i-vidbudova-ukraini-ekspertka-nazvala-problemi-aki-dovedetsia-virisuvati/>
17. Berbeka N. Vidbudova ukrainskykh mist – shans zrobyty yikh krashchymy. Ekonomichna pravda. 29.06.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/29/688676/>

Статтю підготовлено в межах НДР «Механізми проактивної політики зниження соціальної вразливості населення (на прикладі Карпатського регіону України)» (номер державної реєстрації 0121U112014).

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-34>

УДК 336.22

Татяна ПІХНЯК

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

<https://orcid.org/0000-0002-3301-3495>

e-mail: tpihnyak@gmail.com

ПОДАТКОВІ ПРЕФЕРЕНЦІЇ У ФУНКЦІОНУВАННІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

У статті проаналізовано важливість функціонування малого підприємництва під час російсько-української війни, проведено аналіз діяльності фізичних осіб-підприємців у 2021–2023 рр., зокрема зареєстрованих фізичних осіб-підприємців, активних фізичних осіб-підприємців, фізичних осіб-підприємці, які припинили діяльність. Досліджено заходи державної підтримки суб'єктів малого підприємництва під час військового стану – податкові преференції, їх роль та значення у діяльності підприємств, які знаходяться на спрощеній системі оподаткування та доведено важливість зазначеної підтримки. Розглянуто податкові преференції до чотирьох груп платників податків, які перебувають на спрощеній системі оподаткування у 2022 р. за такими показниками: граничний обсяг доходів на рік, ставка єдиного податку, розмір єдиного внеску (на місяць), документальні перевірки, санкції за порушення податкового законодавства та невикористання касових апаратів (реєстраторів розрахункових операцій). Проаналізовано доходи та видатки бюджету у 2021-2022 рр. та їх вплив на економіку країни.

Ключові слова: податки, податкові преференції, єдиний податок, ставка податку, мале підприємництво, суб'єкт господарювання, доходи, бюджет.

Tatiana PIKHNYAK

Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law

TAX PREFERENCES IN THE FUNCTIONING OF BUSINESS ENTITIES DURING THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

The article analyzes the importance of the functioning of small business as one of the important sectors of the economy during the Russian-Ukrainian war. Their activities in partially occupied, front-line, support and safe regions were studied, in particular: the number of registered individual entrepreneurs, active individual entrepreneurs, individual entrepreneurs who ceased their activities in 2021-2023. State support measures for small business entities were considered: direct payments from the budget, tax preferences, preferential loans, measures to reduce administrative pressure. Attention is focused on one of the types of support for business entities during martial law - tax preferences. Their role and importance in the activities of enterprises that are on the simplified taxation system is determined and the importance of the mentioned support is proven. It is accepted to pay attention to the current tax legislation - the Tax Code of Ukraine regarding preferences for the simplified tax payers of the first, second and third groups.

The tax preferences for four groups of taxpayers who are on the simplified taxation system in 2022 were considered according to the following indicators: the maximum amount of income per year, the rate of a single tax, the amount of a single contribution (per month), documentary checks, sanctions for violating tax legislation and non-use of cash registers (registrars of settlement transactions). The revenues and expenditures of the budget in 2021-2022 and their impact on the country's economy were analyzed. Problems of the development of small enterprises in Ukraine and ways of increasing the efficiency of their activities in modern market conditions are highlighted: introduction of tax incentives for local production of important products in Ukraine; exemption from taxation of materials and equipment necessary for the modernization of production; preferences for relocated enterprises or those that continue to employ internally displaced persons; formation of additional credit support programs for business entities.

Keywords: taxes, tax preferences, single tax, tax rate, small business, business entity, income, budget.

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

У той час, коли у країнах відбуваються військові дії, податки виступають одним із основних фінансових інструментів у регулюванні відносин між підприємствами та державою. В умовах війни, функціонування українських підприємств як великих, так і малих має особливе значення як вагоме джерело надходжень до державного бюджету та створення робочих місць. Малі, середні та мікропідприємства (далі МСП) є найбільш активними у всіх соціально-економічних процесах, так як вони можуть швидко адаптуватися до ситуації, що склалася, заповнити ніші, що виникають у сфері послуг, мінімізувати збитки для себе та внутрішнього ринку в цілому. Тому для України важливо сформувати та реалізувати обґрунтовану, ефективну податкову політику підтримки розвитку суб'єктів господарювання. Одним із напрямів реалізації податкової підтримки суб'єктів малого підприємництва виступає саме спрощена система оподаткування. Наразі Україна знаходиться у стані пошуку найоптимальнішої спрощеної системи оподаткування, яка б забезпечила податкові надходження до всіх рівнів бюджету, пожвавивши економічну діяльність і підтримку малих та середніх підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання щодо розвитку спрощеної системи оподаткування, особливості її застосування, а також використання податкових преференцій досліджували у своїх працях українські вчені та економісти: Г. Василевська [1], З. Варналій [2], І. Ковальчук [3], С. Костарной [4], А. Крисоватий [5], І. Михасюк [6], В. Синчак [7], А. Соколовська [8], В. Табінський [9], О. Тимченко [10], О. Чабанюк [11], Н. Швець [12].

Різноманітність теоретичних підходів та зміни практики застосування спрощеної системи оподаткування суб'єктами малого бізнесу потребують продовження наукових досліджень щодо перспективних напрямків її вдосконалення в непростих умовах розбудови економіки України.

Проте наявність дискусійних аспектів щодо функціонування податкових преференцій поряд із фрагментарним характером значної кількості досліджень обумовили вибір теми, визначили її мету та завдання, об'єкт і предмет наукового дослідження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Віддаючи належне глибині і широкоспектральності наукового доробку вищезгаданих науковців, відмітимо, що недостатньо дослідженою залишається проблема застосування та дії податкових преференцій для платників податків, які обрали спрощену систему ведення обліку та складання звітності.

Формулювання цілей статті

Метою статті є оцінка встановленої податковим законодавством системи податкових преференцій при оподаткуванні суб'єктів підприємницької діяльності, які перебувають на спрощеній системі оподаткування, визначення проблем функціонування та орієнтирів удосконалення спрощеної системи оподаткування.

Виклад основного матеріалу

Ситуація із повномасштабним вторгненням росії на територію нашої країни внесла свої корективи у роботу бізнес-структур: більшість із них змушені були припинити свою діяльність, інші – змогли її розпочати з нуля у незнайомій для них місцевості, населеному пункті. Значних збитків у своїй діяльності саме зазнало мале підприємництво, яке ще не встигло цілком оговтатися від карантинних обмежень внаслідок COVID-19.

Одним із основних напрямів державної підтримки малого бізнесу є створення сприятливого податкового середовища для таких суб'єктів господарювання. Напрямом реалізації податкової підтримки суб'єктів малого підприємництва виступає спрощена система ведення обліку та складання звітності із впровадженням податкових преференцій, яка перебуває у стадії перманентних змін та нововведень і потребує постійного реформування та пристосування до сучасних умов соціально-економічного розвитку держави.

Так, Соколовська А. під податковими преференціями розуміє будь-які відхилення від стандартних умов оподаткування [8].

Крисоватий А. та Василевська Г. вбачають під податковими преференціями переваги у сфері оподаткування, які надаються конкретним територіям, певним видам діяльності, юридичним або фізичним особам для стимулювання господарської активності, соціального захисту, а також з метою легалізації тіншових грошових потоків [5].

У перекладі з англійської податкова преференція (англ. preference) – це перевага. В економічній енциклопедії подається таке трактування терміну «преференція»: перевага, пільга, надана окремим державам, підприємствам, організаціям для підтримки окремих видів діяльності; представлена у формі зниження податків, знижок з мита, звільнення від платежів, надання вигідних (пільгових) кредитів [13].

Як бачимо, погляди науковців щодо даного твердження зводяться до того, що під податковими преференціями розуміють переваги, представлені окремим категоріям платників податків у вигляді зниження податкового навантаження з ціллю заохочення визначених видів діяльності та їх соціального захисту.

Наразі малий та середній бізнес відіграє ключову роль в економіці України, забезпечуючи близько 64% доданої вартості, 81,5% зайнятих працівників у суб'єктів господарювання та 37% податкових надходжень [14].

Так, в Україні налічується майже 2 000 000 підприємців. На початок лютого 2023 року зареєстровано 1 млн 993 тис. 358 осіб, що на 3 672 особи менше у порівняно з минулим роком (1 млн 997 тис. 030 осіб) та на 90 тисяч 073 особи більше за 2021 рік (1млн 903 тис. 285 осіб) (рис. 1, 2, 3).

Однак, з них діючих у 2023 р. 17 тис. 227 осіб, у 2022 р. 25 тис. 719 осіб, у 2021 р. 20 тис. 184 особи. У той же час, багато суб'єктів господарювання взагалі припинили свою діяльність: у 2023 р. – 17 тисяч 227 осіб, у 2022 р. – 36 тисяч 632 особи, у 2021 р. – 28 тисяч 305 осіб.

В свою чергу, і відчутно знизилися доходи громадян: за даними Міністерства економіки, падіння ВВП України за підсумками 2022 року оцінюється у 30,4%, що є найгіршим показником за всю історію

незалежності нашої країни. При цьому, у 2021 році ВВП показав зростання на 3,4%, а у 2020 р. падіння ВВП склало лише 4%.

Як бачимо, показники є не втішними.

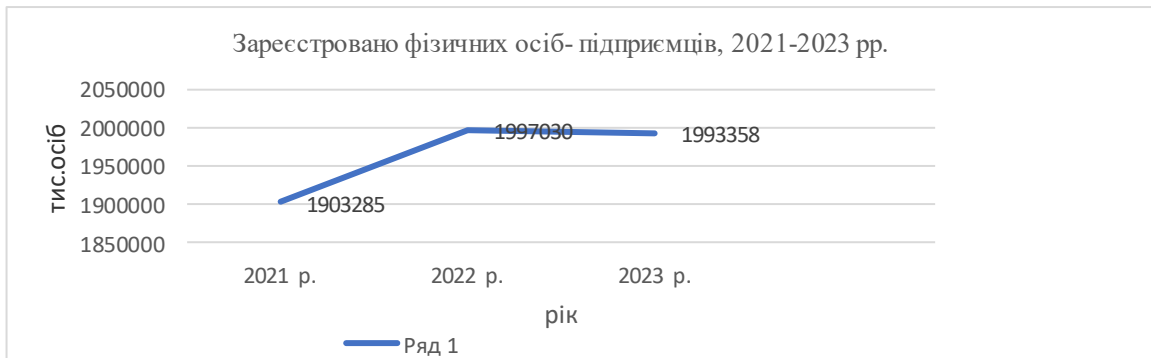


Рис. 1. Зареєстровано фізичних осіб-підприємців, 2021–2023 рр.

Примітка. Побудовано автором за [15]

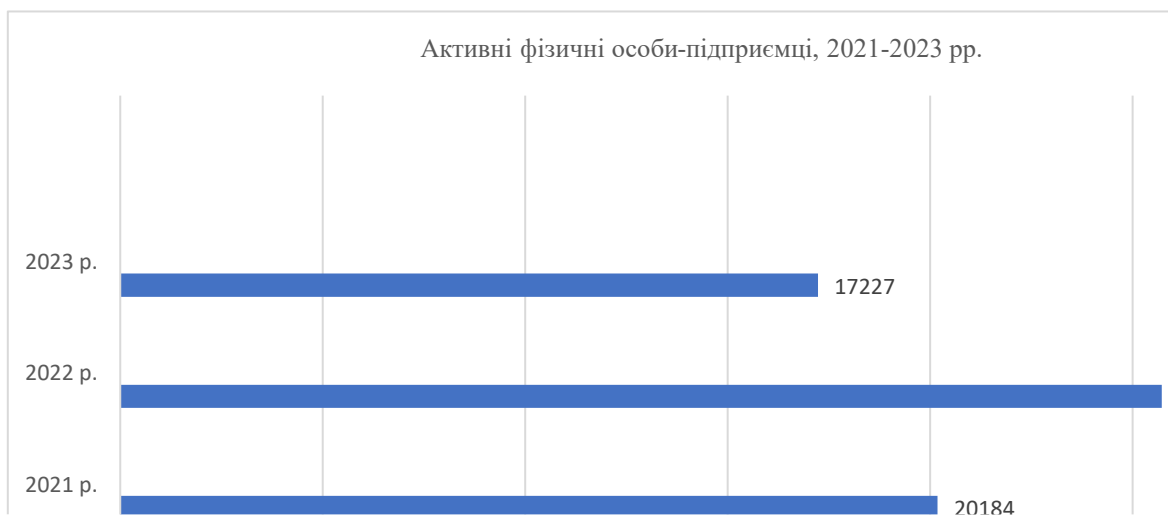


Рис. 2. Активні фізичні особи-підприємці, 2021–2023 рр.

Примітка. Побудовано автором за [15]

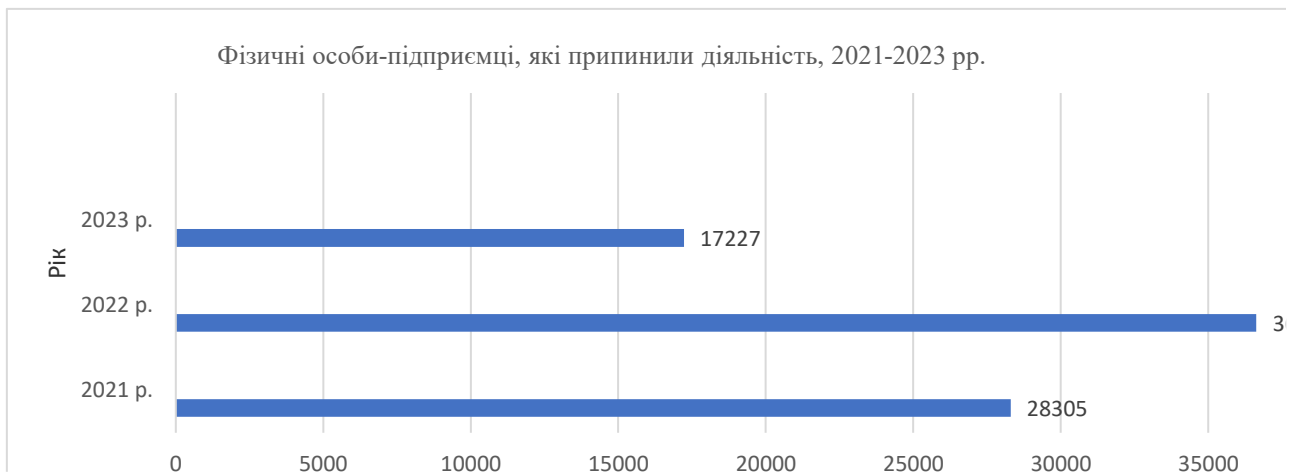


Рис. 3. Фізичні особи-підприємці, які припинили діяльність, 2021–2023 рр.

Примітка. Побудовано автором за [15]

Військовий стан, запроваджений з 2022 року вимагав негайних дій з боку уряду. Тому, власне, для підтримки суб'єктів господарювання було впроваджено низку заходів, які можна поділити на наступні категорії: прямі виплати з бюджету; податкові преференції; пільгові кредити; заходи зменшення адміністративного тиску [4].

Зупинимося на податкових преференціях. Дискусії щодо позитивного чи негативного їх впливу на загальний економічний розвиток належать до найгостріших як у економічному, так і соціальному

контекстах. Адже, податкові преференції є високоефективним економічним інструментом втручання у розподільчі процеси за допомогою маневрування формами організації фінансових відносин, а з іншого боку, практика їх надання призводить до значних прямих податкових втрат у вигляді втрат бюджетних надходжень.

З початку війни Верховною Радою України було прийнято значні зміни до Податкового Кодексу України [16] щодо питань оподаткування та звітності платників податків, що перебувають на спрощеній системі оподаткування:

- фізичні особи-підприємці 1 та 2 групи з 1 квітня 2022 року і до скасування воєнного стану можуть не сплачувати єдиний податок;
- фізичні особи-підприємці 1 та 2 групи з 1 березня 2022 року та протягом 12 місяців після закінчення військового стану можуть не сплачувати Єдиний соціальний внесок;
- фізичні та юридичні особи, які відносяться до 3 групи, з оборотом до 10 млрд грн з будь-якою кількістю працівників (раніше було обмеження – до 7,6 млн грн доходу) можуть сплачувати 2% з доходу;
- до кінця військового стану скасовується зобов'язання фінансових установ повідомляти перевіряючі органи щодо відкриття та закриття рахунків, як фізичними, так і юридичними особами [17, 18] (табл. 1).

Таблиця 1

Податкові преференції до груп платників податків, які перебувають на спрощеній системі оподаткування у 2022 р.

Показник	Група платників податків				
	1 група Фізичні особи- підприємці	2 група Фізичні особи- підприємці	3 група Фізичні та юридичні особи	4 група Агровиробники	
				юридичні особи	фізичні особи
Граничний обсяг доходів на рік	1 118 900	5 587 800	7 818 900	частка сільгосп виробництва за попередній рік (не менше або дорівнює) 75 %	Проводять діяльність виключно в межах фермерського господарства (лише з членами сім'ї або самостійно). Площа угідь або водного фонду не менше 2 га (не більше 20 га)
Ставка єдиного податку	Можуть не сплачувати (з 01.04.2022 р. і до закінчення воєнного стану)		2 % від доходу	Ставка єдиного податку з 1 га сільгоспугідь або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель, їх розташування (у відсотках до бази оподаткування)	
	268,4 (до 10 % від ПМПО)	1340 (до 20 % від мін ЗП)	5% від доходу (із включенням ПДВ) або 3 % від доходу +ПДВ		
Розмір єдиного внеску (на місяць)	Можуть не сплачувати (1 березня 2022 року та протягом 12 місяців після закінчення військового стану)		1474	1474	
	1474	1474			
Документальні перевірки	Мораторій				
Санкції за порушення податкового законодавства та невикористання касових апаратів (реєстраторів розрахункових операцій)	Відсутність штрафних санкцій				

Примітка. Побудовано автором за [16, 19]

Безумовно, пільгове оподаткування відіграло позитивну роль для утримання на плаву багатьох підприємств у перші місяці російської агресії. На нашу думку, будь-які податкові преференції під час війни не потрібно розглядати як додаткове благо для бізнесу. Адже це вимушений інструмент для допомоги у виживанні.

Однак, зі слів голови Комітету Верховної ради з питань фінансів, податкової та митної політики Данила Гетманцева на сплату 2% податку з березня 2022 року до січня 2023 року перейшли більше як 313 тис. осіб-підприємців, з яких більше 53 тис. юридичних осіб. Через що державний бюджет країни у 2022 році недоотримав 7 мільярдів грн [19].

Разом із цим, значні суми були витрачені із бюджету країни: крім суттєвих витрат на оборону, у 2022 р. збільшилися у 2,5 рази витрати на громадський порядок, безпеку та судову владу та становили 454,4 млрд грн.

Майже на чверть зросли витрати на соціальний захист населення – 455,2 млрд грн проти 367,3 млрд грн у 2021 р. Більше всього скоротилися видатки на економічну діяльність та освіту (рис. 4).



Рис. 4. Видатки бюджету, млрд грн, 2021-2022 рр.

Джерело: побудовано автором за [18]

Загальна сума видатків бюджету у 2022 році зросла у 1,6 рази у порівнянні з показниками 2021 року та склала 3043,5 млрд грн. Для порівняння, надходження в бюджет, звичайно, теж зросли, але всього лише у 1,3 рази, що не покриває необхідні витрати.

Отож, Україна сьогодні знаходиться у надто складній ситуації: коли податкові надходження до бюджету значно скоротилися, а потреба у фінансуванні обороноздатності країни збільшилася. Можливості уряду щодо залучення коштів на зовнішньому і внутрішньому ринках значно знизилися, а та допомога, яка надходить від США, Євросоюзу, міжнародних організацій та інших країн є недостатньою та несистематичною. Тому, після суттєвого зменшення податкових надходжень до бюджету було прийнято рішення щодо повернення деяких податків у березні та квітні 2022 року [20].

Також Верховна Рада України повернула мита та податки на імпорт і розмитнення автомобілів з червня 2022 року, у вересні 2022 року – акциз на пальне. Нещодавно ухвалили також закон про повернення до «звичайного» оподаткування грального бізнесу, який також охоче користувався пільговим режимом. Більше того, за оцінками експертів, рівень переходу на сплату 2% податків цього сегменту був чи не найвищим в Україні. Іншими словами, на спрощену систему перейшла фактично вся ігрова індустрія. Аналітики підраховали, що до впровадження пільг одне таке підприємство в середньому сплачувало до бюджету 200 тисяч гривень податків на день, тобто, понад 73 мільйони на рік. А перейшовши на спрощену систему лише приблизно по 23 тис. грн, тобто на 9 мільйонів на рік менше [19].

Наразі Міністерство фінансів України готує законопроект, який передбачає, що з 1 липня 2023 року необхідно буде відмовитися від вищерозглянутих преференцій, що стосуються фізичних осіб-підприємців 1, 2 та 3 групи, а також мораторію на проведення документальних перевірок та санкцій за порушення податкового законодавства.

Головним аргументом такої законодавчої ініціативи є скасування податкових преференцій як однієї із ключових умов продовження співпраці України з Міжнародним валютним фондом. Такий крок, на думку Міжнародного Валютного Фонду, має частково зменшити дефіцит українського бюджету й поліпшити можливості держави фінансувати армію [19].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Проведене дослідження дає підстави для твердження, що бізнес на сьогодні, у переважній більшості, адаптувався, навчився заробляти навіть у таких жадливіх умовах та спроможний платити податки повністю. Однак, вважаємо, що влада не повинна обмежуватися лише згоранням преференцій. Адже війна не закінчилася, економіка, попри певну стабілізацію потребує додаткової підтримки. Тому, на нашу думку, доречно звернути увагу на запровадження податкових стимулів для локального виробництва

важливій продукції в Україні; звільнення від оподаткування матеріалів та обладнання, необхідних для модернізації виробництва; преференції для релокованих підприємств або тих, що продовжують залучати до роботи внутрішньо переміщених осіб; формування додаткових програм кредитної підтримки суб'єктів підприємництва (хоча такі програми й діють, вважаємо їх недостатніми як за наданими бізнесові можливостями отримати кошти, так і за обсягами).

Література

1. Василевська Г.В. Особливості функціонування преференційного оподаткування в Україні. Світ фінансів. 2012. Вип. 4. С. 49–59.
2. Варналій З.С., Васильців Т.Г. Пріоритети вдосконалення державної політики розвитку малого підприємництва в Україні. Стратегічні пріоритети. 2014. № 2 (31). С. 49–54.
3. Ковальчук І. С. Аналіз рівня оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні. Modern Economics. 2017. № 5. С. 29–35. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/taxation-analysis-of-small-enterprise-subsi-diar-iesin-ukraine/>.
4. Костарной С.В., Піхняк Т.А. Податкові преференції, як засіб підтримки суб'єктів господарювання в умовах пандемії. Збірник праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Д. Моторного (ТДАТУ). Економічні науки. №1 (45), 2022. С. 112–118.
5. Крисоватий А.І., Василевська Г.В. Новітня парадигма преференційного оподаткування : монографія. К. : Центр учбової літератури, 2013. 260 с.
6. Михасюк І., Гукалюк А., Косович Б. Проблеми конкурентоспроможності українського підприємництва і торгівлі в умовах глобалізації. Вісник Львівського університету (серія економічна) ЛНУ ім. Івана Франка. 2019. Випуск 56. С. 308–316.
7. Синчак В.П. Податкові обмеження у спрощеній системі оподаткування як інструменти податкового регулювання розвитку малого підприємництва. Університетські наукові записки. 2015. 1(53). С. 408–425.
8. Соколовська А.М. Система податкових пільг в Україні в контексті європейського досвіду. К. : НДФІ. 2006. 320 с.
9. Табінський В.А., Телятник В.М., Сімон А.П. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. «Молодий вчений». № 3 (43), 2017. С. 848–851.
10. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України. Ефективна економіка. № 6, 2015. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_6_14.
11. Чабанюк О.М., Мосолова Ю.О. Спрощена система оподаткування як мікроекономічний фіскальний регулятор. Бізнес Інформ. 2021. № 4. С. 228–234. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-228-234>.
12. Швець Н.В., Ізюмська А.В. Малий бізнес в Україні: аналіз стану та тенденції. Вісник східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. № 2 (258) 2020. С. 108–117.
13. Словopedia. URL: <http://slovoopedia.org.ua/38/53407/383214.html>.
14. Підтримка малого і середнього підприємництва. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya/pidtrimka-malogo-i-serednego-pidpr-iyem-nic-tva>.
15. Фопономіка. URL: <https://opendatabot.ua/ru/open/foponomics>.
16. Податковий кодекс України. Відомості Верховної Ради України : документ 2876-IX, поточна редакція від 08.02.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
17. Сологуб І., Бетлій О. Аналітика. Економіка. URL: <https://voxukraine.org/derzhavna-polityka-maye-buty-ostrivtsem-stabilnosti-vijna-ne-pryvid-rozganyaty-inflyatsiyu-chy-spusto-shuvaty-byu-d-z-het/>
18. Податки під час війни. URL: <https://tr.tax.gov.ua/media-ark/local-news/print-581820.html>
19. Скасування податкових пільг в умовах війни: як пом'якшити удар для бізнесу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3660378-skasuvanna-podatkovih-pilg-v-umovah-vijni-ak-pomaksiti-udar-dla-biznesu.html>.
20. Податкові послаблення для парків, ФОПів та інших під час війни. Що залишити, а що переглянути? URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/10/18/692753/>.

References

1. Vasylevska H.V. Osoblyvosti funktsionuvannya preferentsiynoho opodatkuvannya v Ukraini. Svit finansiv. 2012. Vyp. 4. S. 49–59.
2. Varnalii Z.S., Vasylytsiv T.H. Priorytety vdoskonalennia derzhavnoi polityky rozvytku maloho pidpriemnytstva v Ukraini. Stratehichni priorytety. 2014. № 2 (31). S. 49–54.
3. Kovalchuk I. S. Analiz rivnia opodatkuvannya subiektiv maloho pidpriemnytstva v Ukraini. Modern Economics. 2017. № 5. S. 29–35. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/taxation-analysis-of-small-enterprise-subsi-diar-iesin-ukraine/>.
4. Kostarnoi S.V., Pikhniak T.A. Podatkovii preferentsii, yak zasib pidtrymky subiektiv hospodariuvannya v umovakh pandemii. Zbirnyk prats Tavriiskoho derzhavnogo ahrotekhnolohichnogo universytetu imeni D. Motornoho (TDATU). Ekonomichni nauky. №1 (45), 2022. S.112–118.
5. Krysovatyi A.I., Vasylevska H.V. Novitnia paradyhma preferentsiynoho opodatkuvannya : monohrafiia. K. : Tsentr uchbovoi literatury, 2013. 260 s.
6. Mykhasiuk I., Hukaliuk A., Kosovych B. Problemy konkurentospromozhnosti ukrainskoho pidpriemnytstva i torhivli v umovakh hlobalizatsii. Visnyk Lvivskoho universytetu (seriia ekonomichna) LNU im. Ivana Franka. 2019. Vypusk 56. S. 308–316.

7. Synchak V.P. Podatkovi obmezhenia u sproshchenii systemi opodatkuvannia yak instrumenty podatkovoho rehuliuвання rozvytku maloho pidpriemnytstva. *Universytetski naukovi zapysky*. 2015. 1(53). S. 408–425.
8. Cokolovska A.M. Systema podatkovykh pilh v Ukraini v konteksti yevropeiskoho dosvidu. K. : NDFI. 2006. 320 s.
9. Tabinskyi V.A., Teliatnyk V.M., Simon A.P. Problemy ta perspektyvy rozvytku maloho biznesu v Ukraini. «*Molodyi vchenyi*». № 3 (43), 2017. S. 848–851.
10. Tymchenko O.I. Problemy ta perspektyvy rozvytku maloho pidpriemnytstva v rehionakh Ukrainy. *Efektivna ekonomika*. № 6, 2015. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_6_14.
11. Chabaniuk O.M., Mosolova Yu.O. Sproshchena systema opodatkuvannia yak mikroekonomichnyi fiskalny rehulator. *Biznes Inform*. 2021. № 4. C. 228–234. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-228-234>.
12. Shvets N.V., Iziumska A.V. Malyi biznes v Ukraini: analiz stanu ta tendentsii. *Visnyk skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu imeni Volodymyra Dalia*. № 2 (258) 2020. S. 108–117.
13. Slovopectiia. URL: <http://slovopectiia.org.ua/38/53407/383214.html>.
14. Pidtrymka maloho i serednoho pidpriemnytstva. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya/pidtrimka-malogo-i-serednogo-pidpr-iyem-nic-tva>.
15. Foponomika. URL: <https://opendatabot.ua/ru/open/foconomics>.
16. Podatkovi kodeks Ukrainy. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy : dokument 2876-IX, potochna redaktsiia vid 08.02.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
17. Solohub I., Betlii O. Analitika. *Ekonomika*. URL: <https://voxukraine.org/derzhavna-polityka-maye-buty-ostrivtsem-stabilnosti-vijna-ne-pryvid-rozganyaty-inflyatsiyu-chy-spusto-shuvaty-byu-d-z-het/>
18. Podatky pid chas viiny. URL: <https://tr.tax.gov.ua/media-ark/local-news/print-581820.html>
19. Skasuvannia podatkovykh pilh v umovakh viiny: yak pomiakshyty udar dlia biznesu. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3660378-skasuvanna-podatkovih-pilg-v-umovah-v-ijni-ak-pomaksiti-udar-dlia-biznesu.html>.
20. Podatkovi poslablennia dlia parkiv, FOPiv ta inshykh pid chas viiny. Shcho zalyshyty, a shcho perehlianyty? URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/10/18/692753/>.

ТРУДОВИЙ І КАДРОВИЙ ПОТЕНЦІАЛИ ПІДПРИЄМСТВА: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК КАТЕГОРІЙ

Досліджено наукові погляди на трактування сутності й виокремлення складових елементів трудового та кадрового потенціалів. Узагальнено характеристики досліджуваних потенціалів з виокремленням спільних і окремих характеристик. Досліджено змістові аспекти понять «трудова діяльність» та «кадри» як базових в контексті вивчення трудового і кадрового потенціалів. Охарактеризовано співвідношення кадрового і трудового потенціалу персоналу на рівні підприємства.

Ключові слова: персонал підприємства, управління персоналом, кадри, кадровий потенціал, трудовий потенціал, трудовий потенціал персоналу

LABOR AND PERSONNEL POTENTIAL OF THE ENTERPRISE: INTERCONNECTION OF CATEGORIES

Personnel is a key component of the successful operation of enterprises of any industry sector, and their labor potential is the basis for the implementation of strategic plans and prospects for further development, which causes in-depth attention of both scientists and managers of various levels to the issue of effective personnel management. At the same time, modern domestic scientific opinion contains numerous theoretical inconsistencies in the personnel management issues of the enterprise, which are related to the actual management of the potential of employees, and this does not at all contribute to the development of practical approaches in the management of the potential of the personnel of Ukrainian enterprises. Theoretical substantiation of the relationship and interdependence between labor and personnel potential. The methodological basis of the research is general scientific and special methods of economic theory, and, in particular, methods of theoretical generalization, grouping, and comparative analysis and synthesis. Scientific views on the interpretation of the essence and separation of constituent elements of labor and personnel potentials have been studied. The characteristics of the studied potentials are summarized, with common and separate characteristics being highlighted. The substantive aspects of the concepts of "labour activity" and "personnel" as basic in the context of the study of labor and personnel potential have been studied. The ratio of personnel and labor potential of personnel at the enterprise level is characterized.

Keywords: enterprise personnel, personnel management, personnel, personnel potential, labor potential, personnel labor potential.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Кадри – ключова складова успішної діяльності підприємств будь-якого сектору промисловості, а їх трудовий потенціал – базис для реалізації стратегічних планів і перспектив подальшого розвитку, що спричиняє поглиблену увагу як науковців, так і менеджерів різного рівня до проблематики ефективного управління персоналом. В той же час, сучасна вітчизняна наукова думка містить численні теоретичні неузгодженості в питаннях кадрового менеджменту підприємства, що мають стосунок до власне управління потенціалом найманих працівників, а це зовсім не сприяє розвитку практичних підходів в управлінні потенціалом персоналу підприємств України.

Аналіз досліджень та публікацій

Вітчизняна наукова школа запропонувала значну кількість праць, присвячених питанням ефективного кадрового менеджменту на підприємствах, однак, при цьому, так і не сформувала єдиного підходу у розумінні сутнісних аспектів та співвідношень окремих категорій з досліджуваної проблематики. Зокрема, проблематиці співвідношення категорій кадрового і трудового потенціалу присвячені дослідження О. Арзамасової, Л. Балабанової, О. Бондаренко, В. Безсмертної, Т. Касіч-Пилипенко, О. Федоніна тощо. При цьому, коли окремі автори пропонують ототожнювати досліджувані категорії, то інші їх протиставляють чи обґрунтовують як ціле і складовий елемент, що вимагає поглибленого критичного аналізу існуючих поглядів.

Формулювання цілей статті (постановка завдання)

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування взаємозв'язку та взаємозалежності між трудовим та кадровим потенціалами.

Виклад основного матеріалу дослідження

Однією з важливих проблем теорії менеджменту, з нашої точки зору, є необхідність обґрунтування співвідношення понять «трудоий потенціал» та «кадровий потенціал» в системі управління потенціалом персоналу, адже існуючі наукові напрацювання не дають можливості робити однозначні висновки. Зокрема, дослідження існуючих поглядів на сутність кадрового та трудового потенціалів підприємства дозволило відзначити, що вітчизняні науковці часто ототожнюють обидва поняття (табл. 1).

Таблиця 1

Кадровий потенціал підприємства		Трудоий потенціал підприємства	
Автор / джерело	Визначення	Визначення	Автор / джерело
Н. Краснокутська, [2, с. 239]	сукупність здібностей і можливостей кадрів забезпечувати досягнення цілей довгострокового, перспективного розвитку підприємства	сукупність здібностей і можливостей кадрів забезпечувати досягнення цілей довгострокового (перспективного) розвитку підприємства	Л. Янковська, [3, с. 200]
О. Бондаренко [4]	сукупність здібностей і можливостей кадрів, що дозволяють забезпечити ефективне функціонування організації	можливості працівників за певних умов забезпечити реалізацію цілей підприємства з найраціональнішими витратами всіх виробничих ресурсів	А. Линенко, О. Шевченко [5]
Великий тлумачний словник [6, с. 263]	гранична величина можливої участі працівників підприємства у його діяльності з урахуванням їх компетентності, психофізичних особливостей, інтересів, мотивації	гранична величина можливої участі працюючих у виробництві з урахуванням інших психологічних особливостей, рівня професійних знань і накопиченого досвіду	М. Матюха [7, с. 61]
О. Федонін, І. Репіна, О. Олексюк [8]	існуючі сьогодні та передбачувані трудові можливості, які визначаються чисельністю, віковою структурою, професійними та іншими характеристиками персоналу підприємства	наявні та перспективні можливості трудового колективу підприємства кількісно й якісно задовольняти потреби підприємства та реалізувати його цілі найефективнішим чином за наявності відповідного ресурсного забезпечення	А. Череп, Я. Зубрицька [9, с. 94]

При цьому, зустрічаються і недосконалі трактування, наявність яких у науковому дискурсі лише ускладнює процеси методологічного забезпечення розбудови ефективних систем управління потенціалом персоналу суб'єктів господарювання. Зокрема, одним із таких, з нашої точки зору, є трактування трудового потенціалу підприємства як «сукупності трудових можливостей, яка формується за певних виробничих відносин і умов відтворення та за відповідності сучасним технологіям може бути ефективно використана у виробничій діяльності» [1].

Тобто в даному випадку має місце чітке наголошення саме на виробничій діяльності в контексті розуміння сутності трудового потенціалу підприємств, однак навіть базове трактування суті підприємства, наведене у ст. 62 Господарського кодексу України відзначає [10], що до них можуть бути віднесені суб'єкти, які здійснюють не лише виробничу, але й науково-дослідну, торгівельну чи іншу господарську діяльність. Таким чином, наведене визначення трудового потенціалу могло б мати місце лише в контексті розгляду його на рівні саме виробничої діяльності.

Аналогічним чином можна говорити і про визначення кадрового потенціалу підприємства, запропоноване В. Безсмертною, де ним визнається «інтегральна сукупність можливостей персоналу до трудової активності, під якою розуміється його спроможність до творчої, продуктивної праці, до опанування нових знарядь праці, технології та способів трудової діяльності, до вдосконалення своєї професійної майстерності, інноваційної діяльності тощо» [11]. На нашу думку, дане визначення значною мірою характеризує саме трудовий потенціал персоналу підприємства, а зовсім не його кадровий потенціал.

Підсумуємо характеристики (складові) трудового та кадрового потенціалу підприємства, які виокремлюються науковцями, на рис. 1.

Проведене дослідження дозволило встановити, що перелік складових елементів чи базових характеристик кадрового потенціалу підприємства є значно ширшим в порівнянні з аналогічним переліком трудового потенціалу, що дозволяє зробити припущення щодо того, що «кадровий потенціал» є значно ширшим за поняття «трудоий потенціал». Зокрема, до такого висновку доходить у своєму дослідженні О. Бондаренко [4], виокремлюючи трудовий потенціал як складову кадрового потенціалу підприємства.

В той же час, варто відзначити й існування протилежних підходів, за якими «трудоий потенціал підприємства представлений в основному кадровим потенціалом, який оцінюється кількісним і якісним складом працівників, а також їх здатністю виробляти споживчі вартості в умовах найбільш повного використання робочого часу, фондоозброєності праці і рівня її організації» [17, с. 219]. Саме тому вважаємо за необхідне глибше дослідити сутнісне підґрунтя обох досліджуваних понять.

Говорячи про трудовий потенціал підприємства, на нашу думку, варто під ним розуміти потенціал трудової діяльності персоналу, а це, своєю чергою, вимагає більш детального розгляду самого поняття «трудова діяльність». Узагальнено існуючі наукові напрацювання в контексті змістових аспектів трудової діяльності представимо на рис. 2.



Рис. 1. Ключові характеристики (складові елементи) трудового та кадрового потенціалів у науковій літературі*
* побудовано автором на основі [2; 12–16]



Рис. 2. Змістові аспекти поняття «трудова діяльність» у науковій літературі*
* побудовано автором за матеріалами [19; 20].

Оскільки трудову діяльність здійснюють лише індивіди і вона є видом виключно людської активності, то можна стверджувати, що кожна людина з народження володіє певним трудовим потенціалом в залежності від особливостей психофізіологічного стану, який в міру дорослішання, з набуттям різного роду знань і вмінь, лише зростає, а в разі досягнення верхньої межі працездатного віку чи за інших життєвих обставин починає знижуватися.

Так як трудовий потенціал наявний у кожного індивіда, то логічно стверджувати, що будь-яка сукупність (спільнота, група) індивідів також володітиме певним трудовим потенціалом. Тобто, логічним є виокремлення трудового потенціалу індивідів, суспільства, країни, території тощо [16; 18] і при цьому, абсолютно недоречно говорити про трудовий потенціал підприємства.

Оскільки трудовий потенціал – це не просто характеристика, а, певною мірою, власність індивідів, то на рівні підприємств можна говорити лише про трудовий потенціал персоналу або «колективу організації» [18]. Таким чином, на будь-якому підприємстві, де використовується наймана праця, наявний і трудовий потенціал найманих працівників або трудовий потенціал персоналу як існуючі і перспективні його можливості здійснювати трудову діяльність.

Досліджуючи кадровий потенціал підприємства, перш за все слід розглянути сутність поняття «кадри». Так, більшість дослідників сходяться на думці, що під «кадрами» варто розуміти «постійний склад працівників, які мають відповідну професійну підготовку, практичні навички, досвід роботи і складають трудові відносини з підприємством [21; 22; 23], зазначаючи при цьому, що дане поняття є вужчим від поняття «персонал» і наголошуючи, що «основні характерні складові поняття «кадри» – постійність та кваліфікація працівників – для поняття «персонал» не є обов'язковими» [24].

Вітчизняна наукова думка виокремлює дві основні відмінності кадрового потенціалу в порівнянні з трудовим: стратегічна орієнтація та орієнтованість на мікроекономіку [24, с. 104]. Проте кожне з наведених тверджень є досить спірним. Так, в будь-якому випадку, вживання терміну «потенціал» має на увазі певну перспективу, а, отже, незалежно від того, про який саме потенціал йдеться – трудовий чи кадровий – обидва вони мають стратегічну орієнтацію. Аналогічним чином не поділяємо ми й думку, що «кадровий потенціал притаманний лише підприємству» [4, с. 57], тобто про орієнтованість на мікроекономіку. Так, доцільно виокремлювати галузевий кадровий потенціал як на рівні держави в цілому, так і на регіональному рівні.

Тому враховуючи результати нашого дослідження можемо визначити наступні ключові відмінності трудового і кадрового потенціалів (табл. 2). Так як ми вже відзначали, первинним носієм трудового потенціалу або потенціалу трудової діяльності є людина, а тому будь-який вплив на його формування й нарощування на індивідуальному рівні може бути лише опосередкованим, тобто здійснюватиметься через призму ціннісних установок, уявлень, потреб та мотивацій індивідів. В свою чергу, первинним носієм кадрового потенціалу є суб'єкт, який використовує найману працю і характеризується наявним певним кадровим складом персоналу чи перспективою наявності такого, а тому в даному випадку формування кадрового потенціалу підприємства перебуває у чіткій прямій залежності від дій керівництва (власників).

Таблиця 2

Порівняльний аналіз змістових характеристик трудового і кадрового потенціалів*

Характеристики	Трудовий потенціал	Кадровий потенціал
Первинний носій	індивід	суб'єкт, що використовує найману працю (група суб'єктів)
Тип впливу з боку менеджменту	опосередкований	прямий
Формування	обумовлене різними суб'єктивними й об'єктивними чинниками зовнішнього середовища перебування (проживання) індивідів, може відбуватися стихійно	чітко регламентоване законодавчими нормами, внутрішньою документацією суб'єктів господарювання, обмежене наявними (визначеними для даних цілей) фінансовими ресурсами тощо

* авторська розробка

Таким чином, формування особистого трудового потенціалу відбувається в кожній людині індивідуально під впливом цілого ряду чинників зовнішнього середовища та наявних психофізіологічних особливостей, а формування кадрового потенціалу підприємства є чітко регламентованим, реалізується за допомогою визначених методів і процедур в рамках чинного законодавства.

Трудовий потенціал персоналу підприємства складається з сукупності індивідуальних трудових потенціалів найманих працівників, хоча й не є їх простою сумою і, при цьому, може не повною мірою входити до складу кадрового потенціалу підприємства. Іншими словами, на мікрорівні, тобто на рівні підприємства, співвідношення кадрового потенціалу і трудового потенціалу персоналу є абсолютно індивідуальними і залежать від чисельності кадрового складу, заповнення робочих місць персоналом відповідної кваліфікації, перспектив нарощування кадрового складу тощо. Проте в будь-якому випадку трудовий потенціал персоналу і кадровий потенціал підприємства не можуть співвідноситися як ціле і частина, хоча складовою кадрового потенціалу є індивідуальні трудові потенціали наявних і перспективних кадрів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Проведене дослідження проблематики співвідношення кадрового та трудового потенціалів дозволило окреслити чіткі змістові характеристики обох понять та обґрунтувати доцільність їх розмежування. Встановлено, що трудовий потенціал властивий лише індивідам як суб'єктам трудової діяльності, а, отже, доцільно виокремлювати трудовий потенціал особистості, групи індивідів, трудового колективу, спільноти, сукупного населення певної території, громади, району, регіону, країни тощо.

Кадровий потенціал – поняття, яке одночасно і ширше, і вужче за трудовий потенціал, адже воно включає не лише можливості і перспективи трудової діяльності наявного і потенційного кадрового складу, але й потенціал його фахового розвитку, командної роботи, потенціал синергічного ефекту організаційної структури управління тощо, проте, при цьому, може не включати частину найманих працівників, які не входять до числа кадрів і не мають потенціалу входження.

В подальшому важливим є обґрунтування сутності кадрового потенціалу підприємства, чіткого переліку його складових елементів та взаємозалежностей між ними для формування теоретичного підґрунтя побудови ефективної системи управління.

Література

1. Верхоглядова Н. І., Русинко М. І. Характеристика і структура трудового потенціалу підприємства. Інноваційна економіка. http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_4/37.pdf
2. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. Харків : ХДУХТ, 2004. 587 с.
3. Янковська Л. А. Оптимізація трудового потенціалу в системі менеджменту персоналу промислового підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 9. С. 200–203.
4. Бондаренко О. В. Теоретичні аспекти кадрового потенціалу сучасних підприємств. Інвестиції : практика та досвід, 2010. № 6. С. 54–57.
5. Линенко А. В., Шевченко О. Л. Сутність й аналіз трудового потенціалу підприємства за показниками ефективності його використання. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2008. № 4. С. 111–116.
6. Великий тлумачний словник української мови (з дод. і допов.) / уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. Київ : Ірпінь : Перун, 2005. 1728 с.
7. Матюха М. М. Економіка праці та соціально-трудова відносина: навчальний посібник для дистанційного навчання. Київ : Університет «Україна», 2007. 306 с.
8. Федонін О. С., Репіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2003. 316 с.
9. Череп А. В., Зубрицька Я. О. Дослідження сутності економічної категорії «трудова потенціал» у менеджменті різних рівнів. Вісник Запорізького національного університету. Серія: Економічні науки. 2010. № 4 (8). С. 90–95.
10. Господарський кодекс України : закон України від 16.01.2003 року № 436-IV в редакції від 01.01.2023 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
11. Безмертна В. В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства. Економіка і управління. № 3. 2007. С. 48–53.
12. Білорус Т. В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства : монографія. Ірпінь : Національна академія ДПС України, 2007. 174 с.
13. Воронкова А. Е. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства: діагностика й організація : монографія. Луганськ : Вид-во Східноукраїнського національного університету, 2000. 315 с.
14. Єсінова Н. І. Економіка праці та соціально-трудова відносина: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2006. 462 с.
15. Ровенська В. В. Трудовий потенціал підприємства: поняття, структура. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2011. http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Traciv/2011_3/110.pdf
16. Управління трудовим потенціалом : навч. посібн. / В. Васильченко, А. Гриненко, О. Грішнова та ін. Київ : КНЕУ, 2005. 403 с.
17. Лапін Є. В. Оцінка економічного потенціалу підприємства : монографія. Суми : Університетська книга, 2004. 360 с.
18. Щербак В. Г. Створення та використання конкурентних переваг персоналу в сучасних технологіях управління підприємством : наукове видання. Харків : ХНЕУ, 2006. 164 с.
19. Жуліна Є. Г., Іванова Н. А. Економіка і соціологія праці. 2009. URL : <http://epi.cc.ua/ponyatie-trudovoy-deyatelnosti-23327.html>
20. Лутай Л. А. Соціологія праці : навч. посіб. Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. 300 с.
21. Гонтюк В. А. Компетентнісний підхід в системі управління кадровим потенціалом підприємства : дис. ... канд. екон. наук. 08.00.04. Вінниця, 2019. 212 с.

22. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2005. 308 с.
23. Соціальна робота. Менеджмент соціальної роботи / В. П. Андрущенко та ін. Книга 7. Київ : ДЦССМ, 2003. 372 с.
24. Арзамасова О. В. Дефініція «кадровий потенціал»: дослідження сутності. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Випуск 4. С. 102–106.

References

1. Verkhohliadova N. I., Rusynko M. I. Kharakterystyka i struktura trudovoho potentsialu pidpriemstva. Innovatsiina ekonomika. http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/inek/2011_4/37.pdf
2. Krasnokutska N. S. Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka : navch. posib. Kharkiv: KhDUKht, 2004. 587 s.
3. Iankovska L. A. Optymizatsiia trudovoho potentsialu v systemi menedzhmentu personalu promyslovoho pidpriemstva. Aktualni problemy ekonomiky. 2006. № 9. S. 200–203.
4. Bondarenko O. V. Teoretychni aspekty kadrovoho potentsialu suchasnykh pidpriemstv. Investytsii : praktyka ta dosvid, 2010. № 6. S. 54–57.
5. Lynenko A. V., Shevchenko O. L. Sutnist y analiz trudovoho potentsialu pidpriemstva za pokaznykamy efektyvnosti yoho vykorystannia. Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomiky ta pidpriemnytstvo. 2008. № 4. S. 111–116.
6. Velykyi tumachnyi slovnyk ukrainskoi movy (z dod. i dopov.) / uklad. i hol.red. V. T. Busel. Kyiv : Irpin : Perun, 2005. 1728 s.
7. Matiukha M. M. Ekonomika pratsi ta sotsialno-trudovi vidnosyny: navchalnyi posibnyk dlia dystantsiinoho navchannia. Kyiv : Universytet «Ukraina», 2007. 306 s.
8. Fedonin O. S., Riepina I. M., Oleksiuk O. I. Potentsial pidpriemstva: formuvannia ta otsinka: navchalnyi posibnyk. Kyiv : KNEU, 2003. 316 s.
9. Cherep A. V., Zubrytska Ya. O. Doslidzhennia sutnosti ekonomichnoi katehorii «trudovi potentsial» u menedzhmenti riznykh rivniv. Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky. 2010. № 4 (8). S. 90–95.
10. Hospodarskyi kodeks Ukrainy : zakon Ukrainy vid 16.01.2003 roku № 436-IV v redaktsii vid 01.01.2023 r. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
11. Bezsmertna V. V. Stratehichne upravlinnia kadrovym potentsialom pidpriemstva. Ekonomika i upravlinnia. № 3. 2007. S. 48–53.
12. Bilorus T. V. Stratehichne upravlinnia kadrovym potentsialom pidpriemstva : monohrafiia. Irpin : Natsionalna akademiia DPS Ukrainy, 2007. 174 s.
13. Voronkova A. E. Stratehichne upravlinnia konkurentospromozhnym potentsialom pidpriemstva: diahnozyka y orhanizatsiia : monohrafiia. Luhansk : Vyd-vo Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu, 2000. 315 s.
14. Iesinova N. I. Ekonomika pratsi ta sotsialno-trudovi vidnosyny: navchalnyi posibnyk. Kyiv : Kondor, 2006. 462 s.
15. Rovenska V. V. Trudovi potentsial pidpriemstva: poniattia, struktura. Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti. 2011. http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tpaeiv/2011_3/110.pdf
16. Upravlinnia trudovym potentsialom : navch. posibn. / V. Vasylchenko, A. Hrynenko, O. Hrishnova ta in. Kyiv : KNEU, 2005. 403 s.
17. Lapin Ye. V. Otsinka ekonomichnoho potentsialu pidpriemstva : monohrafiia. Sumy : Universytetska knyha, 2004. 360 s.
18. Shcherbak V. H. Stvorennia ta vykorystannia konkurentnykh perevah personalu v suchasnykh tekhnolohiakh upravlinnia pidpriemstvom : naukovye vydannia. Kharkiv : KhNEU, 2006. 164 s.
19. Zhulina Ye. H., Ivanova N. A. Ekonomika i sotsiolohiia pratsi. 2009. URL: <http://epi.cc.ua/ponyatie-trudovoy-deyatelnosti-23327.html>
20. Lutai L. A. Sotsiolohiia pratsi : navch. posib. Donetsk : DonNUET, 2009. 300 s.
21. Hontiuk V. A. Kompetentnisnyi pidkhid v systemi upravlinnia kadrovym potentsialom pidpriemstva. Dys... kand. ekon. nauk. 08.00.04. Vinnytsia, 2019. 212 s.
22. Krushelnytska O. V., Melnychuk D. P. Upravlinnia personalom : navchalnyi posibnyk. Kyiv : Kondor, 2005. 308 s.
23. Sotsialna robota. Menedzhment sotsialnoi roboty / V. P. Andrushchenko ta in. Knyha 7. Kyiv : DTSSM, 2003. 372 s.
24. Arzamasova O. V. Definitsiia «kadrovyi potentsial»: doslidzhennia sutnosti. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. 2015. Vypusk 4. S. 102–106.

Дмитро САПОЖНИК

Львівський торговельно-економічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-1125-8571>e-mail: dimalv.ua@gmail.com

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ КОНТРАФАКТНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті розглядаються проблеми та сучасні аспекти ідентифікації контрафактної продукції, проблеми, що виникають під час боротьби з контрафактними товарами. Констатовано, що у випадку, коли виготовлення, розповсюдження чи інше використання, а також імпорт, перевезення чи зберігання матеріальних носіїв, у яких виражено результат інтелектуальної діяльності чи засіб індивідуалізації, призводять до порушення виключного права на такий результат чи на такий засіб, такі матеріальні носії вважаються контрафактними.

Показано, що ввезення та розповсюдження контрафактної продукції, насамперед, пов'язані з фальсифікацією кількісних і якісних показників товарів з метою заниження митної вартості товарів, що суттєво впливає на обчислення митних платежів. Констатовано, що основними аспектами сучасної ідентифікації контрафактної продукції є: визначення однорідності представленого зразка товару зареєстрованим товарам (зазначеним у свідоцтві). Товари, що порівнюються в процесі експертизи, можуть бути визнані неоднорідними, однорідними, ідентичними, близькими до ідентичності; визначення тотожності або схожості товарів, у т. ч. і до можливого змішування (ступінь змішування) багатокomпонентної продукції.

Ключові слова: контрафактна продукція, декларування, митна експертиза, митний реєстр об'єктів експертизи.

Dmytro SAPOZHNYK

Live University of Trade and Economics

MODERN ASPECTS OF IDENTIFICATION OF COUNTERFEIT PRODUCTS

The article discusses the problems and modern aspects of identification of counterfeit products, as well as the problems arising in the course of combating counterfeit goods. It is stated that if the manufacture, distribution or other use, as well as import, transportation or storage of material media containing the result of intellectual activity or means of individualization lead to infringement of the exclusive right to such result or means, such material media are considered counterfeit.

The author shows that importation and distribution of counterfeit products are primarily associated with falsification of quantitative and qualitative indicators of goods in order to understate the customs value of goods, which significantly affects the calculation of customs duties. At the same time, up to 80% of goods in circulation in the domestic market are related to copyright or patent infringement, and in certain groups of goods in circulation, 30 to 50% are actually counterfeit or falsified. The author analyzes the damage caused by counterfeit products to the country's economy and business.

It is noted that an integrated approach is needed to combat counterfeit products, detect and prevent their import and export, and the following measures are worthy of attention: improvement of interaction between customs authorities and right holders; improvement of the regulatory framework in the field of intellectual property protection; raising the legal culture of citizens in the field of intellectual property; introduction of new technical means of control and information transfer; improvement of the procedure for declaration and commodity expertise.

It is stated that the main aspects of modern identification of counterfeit products are: determination of the homogeneity of the presented sample of goods to the registered goods (specified in the certificate). The goods compared in the course of examination may be recognized as heterogeneous, homogeneous, identical, close to identity; determination of identity or similarity of goods, including possible mixing (degree of mixing) of multi-component products.

Keywords: counterfeit products, declaration, customs examination, customs register of the objects of mine inspection.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В інноваційній економіці особливу значимість для юридичних осіб мають нематеріальні активи. Одним із різновидів нематеріальних активів вважається абсолютне право на зазначений у власності юридичної особи товарний знак – засіб індивідуалізації, позначення, що дає можливість відрізнити відповідно товари і послуги одних юридичних або фізичних осіб від однорідних товарів, послуг інших юридичних або фізичних осіб. За рахунок впізнаваності правовласник товарного знаку стає впізнаваним, гарантуючи йому додатковий прибуток.

Захист цивільних прав від незаконного використання товарного знаку, окрім вимог про припинення порушення або стягнення завданих збитків, здійснюється також шляхом: публікації судового рішення з метою відновлення ділової репутації потерпілого; видалення з товару або його упаковки незаконно використаних товарного знаку чи позначення, подібного до нього до ступеня знищення; виготовлення зображень виготовлених зображень товарного знаку, схожого до нього до ступеня змішування; арешту чи знищення товарів, щодо яких незаконно застосували товарний знак; арешту або знищення товарів, які незаконно використовували.

Контрафакція (лат. *contrafactio* – підробка) – це виробництво та реалізація окремими фірмами товарів, схожих із товарами відомих фірм-виробників, шляхом незаконного використання ними відомих на ринку товарних фірмових знаків з метою отримання фінансової вигоди.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Нині спостерігається стійка тенденція зростання кількості правопорушень у сфері інтелектуальної власності, пов'язаних із виробництвом і розповсюдженням контрафактної продукції. Проблема контрафакту набула глобальних масштабів і загрожує економічній безпеці держав [1, 2]. У законодавстві більшості країн поняття контрафактної продукції визначається, як товари, що містять об'єкти права інтелектуальної власності, ввезення яких на митну територію країни або вивезення з цієї території призводить до порушення прав власника, що захищаються відповідно до чинного законодавства та її міжнародних договорів, укладених в установленому законом порядку [3–5]. Крім того, у національному зазначено, що у випадку, коли виготовлення, розповсюдження чи інше використання, а також імпорту, перевезення чи зберігання матеріальних носіїв, у яких виражено результат інтелектуальної діяльності чи засіб індивідуалізації, призводять до порушення виключного права на такий результат чи на такий засіб, такі матеріальні носії вважаються контрафактними.

Згідно з даними Всесвітньої митної організації, 9% усієї світової торгівлі становить піратська та контрафактна продукція. В останні роки в ЄС частка контрафакту зросла з 6% до 8%. Збитки від контрафакту за країнами становили: Франція – 6,8 млрд євро, Велика Британія – 9,2 млрд євро, Німеччина – 8,3 млрд євро [6]. Незважаючи на зусилля, що докладаються у боротьбі з контрафактною продукцією, на ринку спостерігається стабільна тенденція зростання кількості правопорушень. Частка підробок, що варіюються залежно від товарних категорій, становить 25-40%. Контрафактна продукція випускається як на території держави, так і імпортується із зарубіжжя. Більша частина всієї контрафактної продукції у світі, за даними експертів ОЕСР, виробляється в Китаї – 63,2% від усіх підробок у світі. Серед інших лідерів з виробництва підроблених товарів такі країни, як Туреччина (3,3%), Сінгапур (1,9%), Таїланд (1,6%) та Індія (1,2%). Понад 90% контрафакту прибуває з Китаю, Таїланду, Малайзії, країн Південно-Східної Азії [6, 7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Наявність контрафактної продукції створює негативний образ країни в міжнародному масштабі, сприяє формуванню кримінального ринку, призводить до збільшення тіньового товарного обігу і до скорочення легального виробництва внаслідок недобросовісної конкуренції. Якісну підробку часом буває просто неможливо відрізнити від оригіналу, оскільки виробник контрафакту випускає останній на виробничих потужностях правовласників, що ускладнює відрізнити підробку від оригіналу без спеціальної апаратури. Висока ціна на продукцію також не гарантує споживачеві придбання оригінальної продукції

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз проблем ідентифікації контрафакту під час митного контролю та оформленні товарної продукції, яка містить ознаки об'єктів інтелектуальної власності та сучасних аспектів ідентифікаційних митних процедур.

Виклад основного матеріалу.

Поділ контрафактної продукції за змістом засобів індивідуалізації (товарні знаки, знаки обслуговування, фірмові найменування, найменування місць походження товарів тощо), наведено на рис. 1.

Засіб індивідуалізації	Зміст ознак індивідуалізації
товари-двійники (тотожні товари)	аналоги, що мають абсолютну схожість з оригіналом, які асоціюються з товарами правовласника і виробляються для введення в оману споживача
товари-імітатори	мають часткову схожість, так звану «до ступеня змішування», метою виробництва яких є створення у споживача асоціації з продукцією правовласника. Схожість може бути різних видів: схожість дизайну, схожість найменування, об'єднання частин кількох найменувань в одне тощо
контекстна схожість	асоціативно-смілова схожість товару або групи товарів у загальній сюжетній лінії з брендом фірми-власника товарного знаку (наприклад, товар у складі предметів, які не випускаються виробником оригінальної продукції)

Рис. 1. Зміст засобів індивідуалізації контрафактної продукції

Джерело: узагальнено за [2, 7]

Ввезення та розповсюдження контрафактної продукції, насамперед, пов'язані з фальсифікацією кількісних і якісних показників товарів з метою заниження митної вартості товарів, що суттєво впливає на обчислення митних платежів. Вважають, що на внутрішньому ринку до 80% товарів, які перебувають у обігу, пов'язані з порушенням авторських чи патентних прав, а за окремими групами товарів, які перебувають у обігу від 30 до 50% за фактом є контрафактними або фальсифікованими [8]. Збитки, що завдаються контрафактною продукцією згруповані у рис. 2.

втрати економіки, пов'язані з ненадходженням податкових та інших платежів до бюджетів держави і державних позабюджетних фондів
зниження престижу держави, погіршення інвестиційного клімату
фінансові втрати власників авторських прав на продукцію і прав на товарні знаки
школа здоров'ю споживачів контрафактної продукції

Рис. 2. Збитки від реалізації контрафактної продукції

Джерело: власна розробка

Угода з *TRIPS*, розроблена членами СОТ (Марракеш; 15.04.1994) (зі змін. від 06.12.2005), містить комплекс заходів законодавчого, правоохоронного та організаційного характеру, спрямованих на запобігання ввезенню та вивезенню контрафактних товарів, створення заходів, що забезпечують охорону об'єктів інтелектуальної власності. До них належать:

- 1) кримінальне покарання у вигляді тюремного ув'язнення для осіб, які підробляють товари;
- 2) адміністративна відповідальність, у вигляді: накладення штрафів на осіб, накладення арешту на товар, конфіскації товару, знищення товару.

До характерних ознак контрафакту митні та правоохоронні органи можуть віднести продукцію за наявності ознак наступного (рис. 3).

Немає жодних сумнівів, що у питаннях боротьби з контрафактною продукцією, виявлення та запобігання її ввезенню і вивезенню потрібен комплексний підхід, серед заходів якого заслуговують на увагу:

- ✓ удосконалення взаємодії митних органів і правовласників;
- ✓ удосконалення нормативної бази у сфері охорони інтелектуальної власності;
- ✓ підвищення правової культури громадян у сфері інтелектуальної власності;
- ✓ запровадження нових технічних засобів контролю та передачі інформації;
- ✓ удосконалення порядку проведення декларування та товарознавчих експертиз.

невідповідність найменування країни походження, зазначеної на товарі, з країною вивезення товару
ввезення здійснюється з країни, яка не є країною виготовлення оригінального товару
ввезення і вивезення здійснюється через пункти, які не використовує правовласник оригінального товару
товари марковані товарними знаками, схожими до ступеня змішування з оригінальними товарними знаками
упаковки мають дефекти
інструкція із застосування товару замінена фотокопією
перевезення товару здійснюється в розукомплектованому вигляді або навалом
порівняно з однорідними або ідентичними товарами значно знижено суму страховки
при ввезенні/вивезенні товарів відсутні дані про укладені ліцензійні договори
у списках ліцензіатів імпортер або одержувач товару не зазначені правовласником

Рис. 3. Характерні ознаки ідентифікації контрафакту товарної продукції

Джерело: узагальнено за [1, 2, 8]

При цьому припинення правопорушень у сфері захисту прав інтелектуальної власності митними органами повинно здійснюватися:

- 1) до випуску товарів, на етапі митного декларування за рахунок призупинення випуску товарів, що внесені до Митного реєстру об'єктів права інтелектуальної власності України;
- 2) після випуску товарів шляхом проведення камеральних і виїзних митних перевірок;
- 3) у форматі оперативного-розшукових заходів на основі співпраці митних органів у рамках перевірочних заходів МВС України та інших дотичних контролюючих органів.

А особливості декларування товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності та/або їх ознаки, пов'язані із обов'язковим заявленням декларантом митному органу відомостей про товар у частині правомірності використання виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Підсумовуючи викладене констатуємо, що основними аспектами сучасної ідентифікації контрафактної продукції є:

- визначення однорідності представленого зразка товару зареєстрованим товарам (зазначеним у свідоцтві). Товари, що порівнюються в процесі експертизи, можуть бути визнані неоднорідними, однорідними, ідентичними, близькими до ідентичності;
- визначення тотожності або схожості товарів, у т. ч. і до можливого змішування (ступінь змішування) багатокomпонентної продукції.

Тотожність означає збіг позначень, елементів та складових у всіх конструкціях, тобто, точне копіювання засобу індивідуалізації товару. Подібність до ступеня змішування – це асоціація товарних складових між собою незважаючи на окремі відмінності. Дослідження позначення на товарі повинно проводитися експертом за наступними ознаками:

- а) тотожність за призначенням;
- б) графічна (візуальна) схожість;
- в) смислова (семантична) схожість;
- г) звукова (фонетична) схожість.

Таким чином, особливістю митної експертизи товарів є те, що у висновку експерта повинно бути зазначено: позначення можуть бути визнані неспорідненими (несхожими, неподібними, відмінними), подібними до ступеня змішання, схожими до ступеня змішання, схожими у високому ступені близького до ідентичності, тотожними із порівнюваними при експертизі товарними об'єктами.

Література

1. Shradha M., Gunjan R. Economics of Counterfeit Products: With Special Reference to Mobile Phones & Watches. Theoretical Economics Letters. Vol. 9, No. 5, June 2019. DOI: [10.4236/tel.2019.95108](https://doi.org/10.4236/tel.2019.95108).
2. Marta B., Di Liddo A., Villani G. How do Fines and Their Enforcement on Counterfeit Products Affect Social Welfare? Computational Economics (2022) 60:1547–1573. <https://doi.org/10.1007/s10614-021-10195-6>.
3. Сапожник Д. І., Демидчук Л. Б. Постановка питань при призначенні митної експертизи об'єктів інтелектуальної власності. Вісник ЛТЕУ. Технічні науки. 2022. № 31, С. 62-69. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1221-2022-31-08>.
4. Чубенко А. Г. та ін. Термінологічний словник з питань запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму, фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення та корупції. К. : Ваїте, 2018. 826 с.
5. Митна енциклопедія : у двох томах. Т. 1 / Бережнюк І. Г. (відп. ред.) та ін. Хмельницький. ПП Мельник А.А., 2013. 472 с.
6. OECD/EUIPO (2019), Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Goods, Illicit Trade, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/g2g9f533-en>.
7. Buttice V., Caviggioli F., Franzoni C., Scellato G., Strykowski P., Thumm N. Counterfeiting in digital technologies: An empirical analysis of the economic performance and innovative activities of affected companies. Research Policy. Volume 49, Issue 5, June 2020. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.103959>.
8. Захистити Україну від контрафакту можна лише об'єднавши зусилля державних органів та усього суспільства! URL: <http://pakhareno.ua/zaxistiti-ukra%D1%97nu-vid-kontrafaktu-mozhna-lishe-obyednavshi-zusillya-derzhavnix-organiv-ta-usogo-suspilstva/>.

References

1. Shradha M., Gunjan R. Economics of Counterfeit Products: With Special Reference to Mobile Phones & Watches. Theoretical Economics Letters. Vol. 9, No. 5, June 2019. DOI: 10.4236/tel.2019.95108.
2. Marta B., Di Liddo A., Villani G. How do Fines and Their Enforcement on Counterfeit Products Affect Social Welfare? Computational Economics (2022) 60:1547–1573. <https://doi.org/10.1007/s10614-021-10195-6>.
3. Sapozhnyk D. I., Demydchuk L. B. Postanovka pytan pry pryznachenni mytnoi ekspertyzy obiektiv intelektualnoi vlasnosti. Visnyk LTEU. Tekhnichni nauky. 2022. № 31, S. 62-69. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1221-2022-31-08>.
4. Chubenko A. H. ta in. Terminolohichni slovnyk z pytan zapobihannia ta protydii lehalizatsii (vidmyvanniu) dokhodiv, oderzhanykh zlochyynnym shliakhom, finansuvanniu teroryzmu, finansuvanniu rozpovsiudzhennia zbroi masovoho znyshchennia ta koruptsii. K. : Vaite, 2018. 826 s.
5. Mytna entsyklopediia : u dvokh tomakh. T. 1 / Berezhniuk I. H. (vidp. red.) ta in. Khmelnytskyi. PP Melnyk A.A., 2013. 472 s.
6. OECD/EUIPO (2019), Trends in Trade in Counterfeit and Pirated Goods, Illicit Trade, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/g2g9f533-en>.
7. Buttice V., Caviggioli F., Franzoni C., Scellato G., Strykowski P., Thumm N. Counterfeiting in digital technologies: An empirical analysis of the economic performance and innovative activities of affected companies. Research Policy. Volume 49, Issue 5, June 2020. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.103959>.
8. Zakhystyty Ukrainu vid kontrafaktu mozhna lyshe obiednavshy zusyillia derzhavnykh orhaniv ta usoho suspilstva! URL: <http://pakhareno.ua/zaxistiti-ukra%D1%97nu-vid-kontrafaktu-mozhna-lishe-obyednavshi-zusillya-derzhavnix-organiv-ta-usogo-suspilstva/>.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-37>

УДК 339.1

Світлана СІРЕНКО

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ
<https://orcid.org/0000-0003-3083-6151>
e-mail: Vlasenkoirina837@gmail.com

СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

В статті розглянуто стан внутрішньої торгівлі України. Внутрішня торгівля України, як і будь-якої розвиненої держави, характеризується швидкою динамікою, реакцією на зміни ситуації в економіці країни, залежить від багатьох чинників. Показано, динаміку товарообороту внутрішньої торгівлі протягом 2019-2021 років та її структуру. Показник оптового товарообороту протягом досліджуваного періоду зріс з 2322,2 до 3153,2 млрд грн, тобто на 36%. За цей же період роздрібний товарооборот збільшився на 32% – з 793,5 у 2019 році до 1044,5 у 2021 році. У структурі реалізованих товарів оптової торгівлі переважає імпортна продукція – від 56,7% у 2019 році до 52,4% у 2020 та 54,6% у 2021 році. Позитивний баланс утримується за рахунок продовольчих товарів, яких було реалізовано близько 90% вітчизняного виробництва.

Враховуючи сучасний стан нашої держави і те, що велика кількість підприємств припинили свою роботу у зв'язку з окупацією території або заповдьяними руйнуваннями можна сказати, що частка імпортованої продукції буде зростати. В структурі реалізованих товарів роздрібною торгівлі переважає вітчизняна продукція, особливо це стосується продовольчої групи товарів, де на товари вироблені в Україні припадає 80% у 2019 році, 79,4% у 2020 та 77,6% у 2021 році. В умовах сьогодення на ринку України функціонує велика кількість торговельних посередників, що відмінні між собою як масштабами діяльності, так і організаційно-економічними формами, переліком виконуваних функцій, спеціалізацією тощо.

Внутрішня торгівля в Україні буде й в подальшому розвиватися в напрямі формування більш ефективних форм організації торговельної діяльності. Розвиток внутрішньої торгівлі неможливий без дієвого державного регулювання.

Ключові слова: внутрішня торгівля, оптова торгівля, роздрібна торгівля, продовольчі товари, непродовольчі товари, товарооборот

Svitlana SIRENKO

Vinnitsia institute of trade and economics of state university of trade and economics

CURRENT STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TRADE OF UKRAINE

The article examines the state of internal trade of Ukraine. Internal trade of Ukraine, like any developed country, is characterized by rapid dynamics, reaction to changes in the country's economy, and depends on many factors. The dynamics of domestic trade turnover during 2019-2021 and its structure are shown. The indicator of wholesale turnover increased from 2,322.2 to 3,153.2 billion hryvnias, i.e. by 36%, during the studied period. During the same period, retail turnover increased by 32% - from 793.5 in 2019 to 1044.5 in 2021. In the structure of sold wholesale goods, imported products prevail – from 56.7% in 2019 to 52.4% in 2020 and 54.6% in 2021. The positive balance is maintained at the expense of food products, which were sold for about 90% of domestic production.

Taking into account the current state of our country and the fact that a large number of enterprises have stopped their work due to the occupation of the territory or the destruction caused, we can say that the share of imported products will grow. In the structure of sold goods in retail trade, domestic products prevail, especially in the food group, where 80% of goods produced in Ukraine accounted for 2019, 79.4% in 2020, and 77.6% in 2021. In today's conditions, there is a large number of resellers operating on the market of Ukraine, which differ from each other both in terms of scale of activity and organizational and economic forms, the list of performed functions, specialization, etc.

Domestic trade in Ukraine will continue to develop in the direction of forming more effective forms of trade organization. The development of domestic trade is impossible without effective state regulation.

Key words: domestic trade, wholesale trade, retail trade, food products, non-food products, turnover

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Внутрішня торгівля є одним з важливих видів економічної діяльності в економіці будь-якої країни. Вона відіграє значну роль як у формуванні економічного потенціалу суспільства, так і задоволенні потреб споживачів у споживчих товарах і послугах.

Протягом останніх кількох років умови, що склалися в економіці нашої держави через ковід та війну значно ускладнили економічне середовище функціонування внутрішньої торгівлі. Окрім того, на цей сектор економіки значний вплив мав ряд негативних тенденцій: суперечлива динаміка оптового і роздрібного товарооборотів; нераціональність організації торговельної діяльності; недостатній рівень управління підприємствами торгівлі; поступлення у торговельну мережу продукції низької якості, потенційно небезпечної для здоров'я населення; недостатній рівень державного регулювання підприємницької діяльності в галузі, тінізація сфери торгівлі та ін. [1].

На сьогоднішній день основною причиною кризових явищ внутрішньої торгівлі споживчими товарами є загострення інфляційних і девальваційних процесів та відповідно підвищення цін на товари, зниження платоспроможності населення у зв'язку з війною.

Дослідження сучасного стану внутрішньої торгівлі України допоможе глибше розібратися з тими проблемами, які стоять перед нею а також намітити перспективні шляхи розвитку галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженням проблем, які виникають в сучасній внутрішній торгівлі України займалися багато вітчизняних вчених. Так, в ґрунтовній праці Мазаракі А.А., Лагутін В.Д., Герасименко А.Г. висвітлено особливості внутрішньої торгівлі України [1].

В роботі Мазаракі А.А., Богославець Г.М., Трубей О.М., Носуліч А.М. розглядаються всі аспекти оптової торгівлі в Україні [2].

Питанням розвитку торгівлі, діагностиці стану, окресленням тенденцій та перспектив присвячено роботу Маркіної І.А., Вороніної В.Л [3]. Розвиток гуртової торгівлі на ринку споживчих товарів України розглянуто в статті Тимчиної А.І. [4]. Проблеми та перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі України досліджено в роботах Богославець Г.М., Трубей О.М. [5], Кошельок Г.В. [6], Рахман М.С., Прус Д.В. [7]. В роботі Кузьо Н.С., Косар Н.С. окреслено основні тенденції розвитку та особливості маркетингових рішень суб'єктів оптової торгівлі в умовах воєнного стану [8]. Вивченням питання удосконалення посередницьких організацій займалися Дима О.О. [9], Тришкіна Н.І. [10]. Проте, внутрішня торгівля України, як і будь-якої розвиненої держави характеризується швидкою динамікою, реакцією на зміни ситуації в економіці країни, залежить від багатьох чинників. Саме тому розгляд стану внутрішньої торгівлі України є актуальним питанням, що допоможе висвітлити проблеми в цій галузі та окреслити шлях їх подолання.

Виділення невіршених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень у галузі торгівлі цей сектор економіки розвивається дуже динамічно і змінюється під впливом як внутрішніх так і зовнішніх чинників. Саме тому, дослідження динаміки розвитку внутрішньої торгівлі України на сучасному етапі дозволить побачити проблеми, які гальмують цей розвиток та намітити шляхи їх подолання.

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз динаміки розвитку внутрішньої торгівлі України та окреслення проблем галузі

Виклад основного матеріалу

Розглядаючи динаміку товарообороту внутрішньої торгівлі протягом 2019–2021 років видно, що в її структурі переважає оптовий товарооборот. Показник оптового товарообороту протягом досліджуваного періоду зріс з 2322,2 до 3153,2 млрд грн, тобто на 36 %. За цей же період роздрібний товарооборот збільшився на 32% – з 793,5 у 2019 році до 1044,5 у 2021 році (рис. 1).

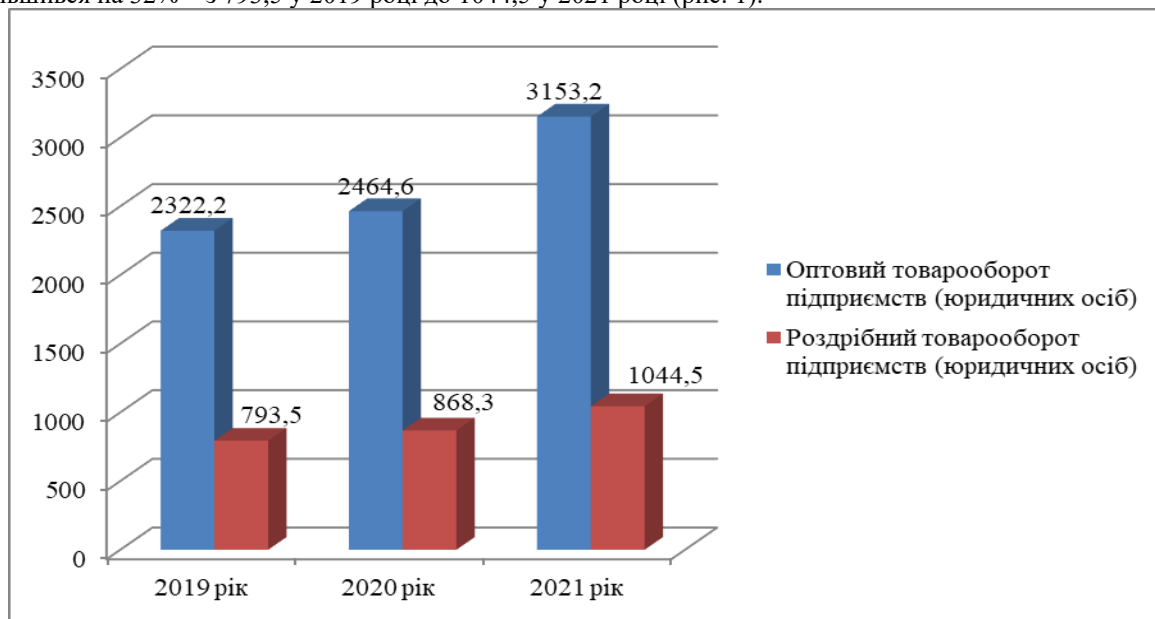


Рис. 1. Динаміка товарообороту внутрішньої торгівлі 2019-2021 років (млрд грн.)

Складено автором за матеріалами [11].

В структурі оптового товарообороту значно переважають непродовольчі товари (в середньому 83,2%) (табл. 1). В структурі роздрібного товарообороту теж переважають непродовольчі товари, проте їх частка становить в середньому лише 56,8%.

Таблиця 1

Динаміка структури оптового та роздрібного товарообороту протягом 2019-2021 років, %

Найменування товарної групи	Роки					
	2019		2020		2021	
	млн грн.	у % до підсумку	млн грн.	у % до підсумку	млн грн.	у % до підсумку
Оптова торгівля						
усі товари	19902,7	100,0	18398,8	100,0	20305,4	100,0
продовольчі товари	1722,7	8,7	1636,3	8,9	1971,8	9,7
непродовольчі товари	18180,0	91,3	16762,5	91,1	18333,6	90,3
Роздрібна торгівля						
усі товари	793479,2	100,0	868283,3	100,0	1044516,5	100,0
продовольчі товари	336587,9	42,4	384091,6	44,2	449762,3	43,1
непродовольчі товари	456891,3	57,6	484191,7	55,8	594754,2	56,9

Складено автором за матеріалами [11].

Протягом досліджуваного періоду спостерігалась нестабільна динаміка щодо частки продажу товарів підприємствами торгівлі товарів, що вироблені на території України, проте коливання не були значними (табл. 2).

Таблиця 2

Частка продажу товарів підприємствами торгівлі товарів, що вироблені на території України (%)

Найменування товарної групи	Роки		
	2019	2020	2021
Оптова торгівля			
усі товари	43,3	47,6	45,4
продовольчі товари	88,8	86,2	86,6
непродовольчі товари	39,0	43,9	40,9
Роздрібна торгівля			
усі товари	52,4	53,4	53,1
продовольчі товари	80,0	79,4	77,6
непродовольчі товари	32,0	32,9	34,5

Складено автором за матеріалами [11].

Як видно з таблиці, у структурі реалізованих товарів оптової торгівлі переважає імпортна продукція — від 56,7% у 2019 році до 52,4% у 2020 та 54,6% у 2021 році. Позитивний баланс утримується за рахунок продовольчих товарів, яких було реалізовано близько 90% вітчизняного виробництва. Враховуючи сучасний стан нашої держави і те, що велика кількість підприємств припинили свою роботу у зв'язку з окупацією території або заподіяними руйнуваннями можна сказати, що частка імпортованої продукції буде зростати. В структурі реалізованих товарів роздрібною торгівлі переважає вітчизняна продукція, особливо це стосується продовольчої групи товарів, де на товари вироблені в Україні припадає 80% у 2019 році, 79,4% у 2020 та 77,6% у 2021 році. Проте, як видно динаміка негативна.

Розглядаючи динаміку роздрібною продажу продовольчих товарів видно, що у 2019 році цей обсяг становив 336587,9 млн грн (зростання від попереднього року на 5,8%) (табл. 3). У 2020 році цей показник збільшився до 384091,6 млн грн, тобто зріс на 9,6%. Проте у 2021 році темпи зростання дещо зменшились (лише 5,7%) хоча обсяг продажу склав 449762,3 млн грн. Отже, протягом досліджуваного періоду динаміка залишалась позитивною.

У 2019 році роздрібний продаж непродовольчих товарів становив 456891,3 млн грн (зріс на 15,6% від попереднього року). У 2020 році цей показник склав 484191,7 млн грн (зростання на 5,4%). Проте у 2021 році ця цифра сягнула 594754,2 млн грн (приріст обсягів роздрібною продажу 15,0%). Таким чином динаміка роздрібною продажу непродовольчих товарів протягом 2019-2021 років залишалась позитивною.

У 2022 році через розпочату рф віну економіці нашої держави було завдано потужного удару. Так, серед усіх великих підприємств, які успішно працювали, лише 17% продовжили працювати без обмежень, 30% змушені були перейти на онлайн-режим, а решта (53%) змушені були припинити свою роботу. Понад 50 % людей втратили свою роботу [12].

В таких умовах, коли ворог атакує крупні склади продовольчих та непродовольчих товарів, нафтобази, потужні логістичні центри, зростає значення використання широкої мережі оптових посередників для забезпечення внутрішньої торгівлі України. В умовах сьогодення на ринку України

функціонує велика кількість торговельних посередників, що відмінні між собою як масштабами діяльності, так і організаційно-економічними формами, переліком виконуваних функцій, спеціалізацією тощо.

Таблиця 3

Динаміка структури роздрібного продажу продовольчих товарів у 2019-2021 роках

Група товарів	% до загального продажу непродовольчих товарів			Приріст обсягів роздрібного продажу, %		
	роки			роки		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Продовольчі товари						
хлібобулочні та кондитерські вироби	16,2	15,2	15,9	11,0	2,7	10,5
алкогольні напої	15,9	15,6	15,2	4,4	9,7	11,4
овочі та фрукти (свіжі та перероблені)	10,9	11,2	10,6	9,6	17,3	10,2
м'ясо та м'ясопродукти	11,7	11,5	11,1	8,4	10,5	3,8
молочні продукти	11,4	11,5	10,9	2,5	9,6	2,8
безалкогольні напої, чай, кава	8,7	8,4	8,3	9,1	7,1	11,5
риба та рибопродукти	4,6	4,8	5,0	10,8	18,1	11,7
тютюнові вироби	7,4	8,0	8,2	1,8	2,5	1,5
інші товари	13,3	13,8	14,8	-	-	-
Непродовольчі товари						
фармацевтичні, медичні та ортопедичні товари, окулярна оптика	20,5	21,1	18,1	4,6	4,6	0,5
паливо для автомобілів	20,2	13,8	19,2	13,3	13,3	35,6
автомобілі та автотовари	13,3	13,4	13,6	5,2	5,2	19,5
Парфумерно-косметичні товари, побутова хімія	10,3	10,2	9,3	4,8	4,8	10,9
побутові електротовари, аудіо- та відео обладнання, телекомунікаційне устаткування	9,8	10,2	9,6	20,4	20,4	16,7
одяг та взуття	7,4	6,9	7,2	3,8	3,8	34,4
будівельні матеріали, обладнання для роботи вдома	6,5	6,6	5,8	6,5	6,5	4,5
інші товари	17,0	17,8	17,2	-	-	-

Складено автором за матеріалами [11].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Оцінюючи сучасний стан розвитку української внутрішньої торгівлі в цілому, слід відзначити, що у багатьох випадках наявні проблеми та диспропорції розвитку торговельної діяльності є результатом неналежної державної уваги до проблем торгівлі. Внутрішня торгівля в Україні буде й в подальшому розвиватися в напрямі формування більш ефективних форм організації торговельної діяльності. Розвиток внутрішньої торгівлі неможливий без дієвого державного регулювання. Перспективи подальших досліджень пов'язані з пошуком шляхів подолання перешкод на шляху успішного розвитку внутрішньої торгівлі в Україні.

Література

1. Мазаракі А.А., Лагутін В.Д., Герасименко А.Г. Внутрішня торгівля України. Київ, 2016. 864 с.
2. Мазаракі А.А., Богославець Г.М., Трубей О.М., Носуліч А.М. Оптова торгівля в Україні. Київ, 2016. 208 с.
3. Маркіна І.А., Вороніна В.Л. Розвиток торгівлі в Україні: діагностика стану, тенденції та перспективи. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 21. Ч. 2. С. 27–33.
4. Тимчина А.І. Розвиток гуртової торгівлі на ринку споживчих товарів України. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2012. № 1 (52). С. 201–207.
5. Богославець Г.М., Трубей О.М. Проблеми та перспективи розвитку підприємств оптової торгівлі України. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 5 (2). С. 28–32.
6. Кошельок Г.В. Сучасний стан та перспективи розвитку оптової торгівлі. Інтеллект XXI. 2018. № 1. С. 80–85.
7. Рахман М.С., Прус Д.В. Аналіз ринку оптової торгівлі України. Бізнес Інформ. 2020. № 7. С. 154–160. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-154-160>
8. Кузьо Н.Є., Косар Н.С. Оптова торгівля в Україні: основні тенденції розвитку та особливості маркетингових рішень суб'єктів в умовах воєнного стану. Економіка та право. 2022. № 3. С. 106–114. <https://doi.org/10.15407/econlaw.2022.03.106>
9. Дима О.О. Аналіз тенденцій у розвитку посередницьких організацій. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2014. No. 4 (75). С. 72–82.

10. Тришкіна Н.І. Шляхи удосконалення торговельно-посередницької діяльності в Україні. Інфраструктура ринку. 2016. Вип. 2. С. 209–213. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2016/2_2016_ukr/43.pdf
11. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. Борщевський В., Куропас І., Микита О. Економіка війни та повсенний економічний розвиток України: проблеми, пріоритети, завдання. Громадський простір. 13.04.2022. URL: <https://www.prostir.ua/?news=ekonomika-vijny-ta-povojennyj-ekonomichnyj-rozvytok-ukrajiny-problemy-priorytety-zavdannya>

References

1. Mazaraki A.A., Lahutin V.D., Herasymenko A.H. Vnutrishnia torhivlia Ukrainy. Kyiv, 2016. 864 s.
2. Mazaraki A.A., Bohoslavets H.M., Trubei O.M., Nosulich A.M. Optova torhivlia v Ukraini. Kyiv, 2016. 208 s.
3. Markina I.A., Voronina V.L. Rozvytok torhivli v Ukraini: diahnozyka stanu, tendentsii ta perspektyvy. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo. 2018. Vyp. 21. Ch. 2. S. 27–33.
4. Tymchyna A.I. Rozvytok hurtovoi torhivli na rynku spozhyvchych tovariv Ukrainy. Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. 2012. № 1 (52). S. 201–207.
5. Bohoslavets H.M., Trubei O.M. Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpriemstv optovoi torhivli Ukrainy. Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Serii: Ekonomichni nauky. 2014. Vyp. 5 (2). S. 28–32.
6. Koshelok H.V. Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku optovoi torhivli. Intelpekt KhKhI. 2018. № 1. S. 80–85.
7. Rakhman M.S., Prus D.V. Analiz rynku optovoi torhivli Ukrainy. Biznes Inform. 2020. № 7. С. 154–160. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-154-160>
8. Kuzo N.Ie., Kosar N.S. Optova torhivlia v Ukraini: osnovni tendentsii rozvytku ta osoblyvosti marketynhovykh rishen subiektiv v umovakh voiennoho stanu. Ekonomika ta pravo. 2022. № 3. S. 106–114. <https://doi.org/10.15407/econlaw.2022.03.106>
9. Dyma O.O. Analiz tendentsii u rozvytku poserednytskykh orhanizatsii. Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo. 2014. No. 4 (75). S. 72–82.
10. Trishkina N.I. Shliakhy udoskonallennia torhovno-poserednytskoi diialnosti v Ukraini. Infrastruktura rynku. 2016. Vyp. 2. S. 209–213. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2016/2_2016_ukr/43.pdf
11. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. Borshchevskiy V., Kuropas I., Mykyta O. Ekonomika viiny ta povoiennyi ekonomichni rozvytok Ukrainy: problemy, priorytety, zavdannia. Hromadskiy prostir. 13.04.2022. URL: <https://www.prostir.ua/?news=ekonomika-vijny-ta-povojennyj-ekonomichnyj-rozvytok-ukrajiny-problemy-priorytety-zavdannya>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-38>

УДК 330.338

Наталія СМОЛІНСЬКА

Національний університет «Львівська політехніка»
<https://orcid.org/0000-0001-5642-4134>
e-mail: natalia.v.smolinska@lpnu.ua

Соломія РАВОК

Національний університет «Львівська політехніка»
<https://orcid.org/0009-0002-9920-6537>

АНАЛІЗ СТАНУ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Стаття присвячена аналізу стану, проблем та перспектив розвитку металургійної галузі України в умовах війни. Показано теперішній рейтинг України у виплавці сталі та чавуну на світовому ринку. Проведено аналіз найосновніших споживачів продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Виявлено низку загроз та викликів для вітчизняної галузі, що мають як внутрішнє, так і зовнішнє походження. На основі проведеного дослідження обґрунтовано перспективні напрями подальшого розвитку вітчизняної металургійної галузі, які охоплюють структурну та географічну диверсифікацію, зменшення залежності від іноземних енергоносіїв та практичне запровадження заходів з боку держави для підтримки діяльності та стабілізації ситуації.

Ключові слова: експорт продукції металургійного комплексу, металургійне виробництво, обсяги виробництва металургії, промисловість, металопродукція.

Natalia SMOLINSKA, Solomiia RAVOK

Lviv Polytechnic National University

ANALYSIS OF THE STATE OF THE METALLURGICAL INDUSTRY OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR

The article considered main trends of Ukrainian metallurgical industry development in wartime conditions. It was established that the world leaders in the metallurgical industry are China, India, Japan, the USA, North Korea, Ukraine lost its global position from 14th to 25th place. Crude steel production volumes in Ukraine decreased by 70.7%. Despite the fact that the EU steel industry remains a highly energy-intensive industry, in Europe this sector is characterized by modern energy-saving equipment that is able to produce products with high added value for the global market based on innovative metadata. The influence of the metallurgical industry of Ukraine on the inflow of foreign investments into the state's balance of payments was studied. Today, the metallurgical industry in Ukraine is inferior to the agricultural industry.

The main problems faced by the metallurgical industry of Ukraine in the conditions of Russia's armed aggression are the complicated sales of products due to the blockade of sea ports. The main threats faced by enterprises of the metallurgical industry are: destruction of their assets, which led to a complete stoppage or partial operation of enterprises; lack of working capital; logistical restrictions due to the blockade of ports (about 65% of the exports of the enterprises' products were carried out by sea); shortage of energy resources (attacks on critical infrastructure facilities brought Ukraine's energy system to the point of total frugality). The Ukrainian mining and metallurgical complex managed to remain at the level of 15-30% of capacity in 2022, primarily due to the support of Western partners, who provided their ports and lowered trade barriers.

The main realistic scenario of support for metallurgical enterprises today remains the prolongation of reduced tariff rates for Ukrainian products and the inclusion of enterprises in the national post-war reconstruction program in the following years.

Keywords: export of products of the metallurgical complex, metallurgical production, volumes of metallurgical production, industry, metal products.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Металургійний комплекс можна визначити як одну з провідних галузей народного господарства України. Металургійна галузь є стратегічною складовою національної економіки, оскільки, від її розвитку залежить: зростання більшості галузей промисловості України; є важливим джерелом валютних надходжень (частка експорту металургії у довоєнний час становить майже 30%); лідер за податкових відрахувань до бюджету к; сприяє розв'язанню проблем працевлаштування населення країни. Дослідження даного напрямку є завжди актуальною проблемою, що потребує постійного та всебічного аналізу, внаслідок світових змін що відбулися на тлі агресії росії проти України, так і ситуації на внутрішньому ринку країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Оскільки металургійна галузь вважається локомотивом нашої економіки та однією із числа галузей що суттєво наповнюють бюджет країни, то безумовно вона привертає увагу багатьох аналітиків та експертів. Аналіз сучасного стану та визначенню перспектив розвитку вітчизняного металургійного комплексу присвячені праці А. Амоши [1], О. Анісімової, О. Борисенка, В. Венгера [2], А. Лазуткіна, О. Мінаєва, О. Мезенцевої, В. Нікіфорової, О. Панченка, О. Пасхавера, В. Рожкова, А. Соколова, Є. Чайковського, О. Шапурова тощо. Проте, стрімкі та постійні зміни у світовому металургійному

виробництві потребують подальших досліджень їх динаміки, що містить окреслення напрямів підвищення ефективності розвитку металургійних підприємств України в умовах війни [3,4,5].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень зосередимо увагу на ситуацію яка склалась за останній воєнний рік, труднощі які постали перед економікою України та металургійною галуззю загалом, та шляхи мінімізації виявлених проблем.

Формулювання цілей статті

Метою статті є визначення теперішнього стану металургійної промисловості України в умовах війни, окреслити основні загрози та перспективи їх подальшого розвитку

Виклад основного матеріалу

Гірничо-металургійний комплекс (ГМК) є базовою галуззю економіки України, що у довоєнний період (станом на січень 2022 року) забезпечувала понад 25 % промислового виробництва і майже 34 % загального експорту товарів. Наявність в Україні великих металургійних підприємств давало змогу утримувати високі позиції поміж світових виробників чорних металів. Україна посідала 13 місце серед країн-виробників за виплавою сталі та з виробництва чавуну і 2 місце серед країн СНД [2].

Для України металургійна галузь та виробництво металопрокату зокрема є дуже важливими – це основні підприємства що отримують великі прибутки, й основні експортери продукції які забезпечують надходження іноземної валюти в країну. Аналіз стану ринку металопрокату в Україні уможливить визначити переваги та недоліки розвитку підгалузі металопрокату й зробити потрібні кроки в напрямі зростання ресурсного розвитку галузевих підприємств. Оскільки металопрокат є основою в інженерії, машинобудування та будівництві.

До початку повномасштабного вторгнення росії на територію України, вітчизняний металопрокат вироблявся на великих комбінатах повного циклу. Найпотужніші з них розташовувалися в Маріуполі, Дніпрі, Кам'янському, Запоріжжі та Кривому Розі. Як бачимо це ті регіони нашої країни, які знаходяться частково в окупації а також близько межують до лінії бойових дій.

Український ринок торгівлі металом можна розглядати як індикатор загальної економічної ситуації в Україні. Однак війна внесла значні зміни в роботу ринку та рівень попиту на даний товар. Основні загрози, які постали перед підприємствами даної галузі, це:

1. Руйнування їхніх активів, що призвело до повної зупинки або часткової роботи підприємств.
2. Нестача оборотних коштів, через зупинку процесу відшкодування ПДВ експортерам через припинення роботи системи адміністрування ПДВ і Єдиного реєстру податкових накладних. Роботу у другій половині 2022 року було поступово відновлено, але деякі підприємства зверталися до міжнародних кредитних установ для отримання коштів для фінансування діяльності.
3. Логістичні обмеження через блокаду портів. Близько 65% експорту продукції підприємств здійснювалась морським шляхом.
4. Дефіцит енергоресурсів. Атаки на об'єкти критичної інфраструктури довели енергосистему України до тотальної ощадності. Після стабілізації енергетичної ситуації підприємства металургії продовжили працювати в межах виділених квот на енергоспоживання, запровадивши режим максимальної економії та знизивши завантаження агрегатів.
5. Підвищення фіскального тиску на ГМК. Прийнятий законопроект №5600, який передбачає зміну методики розрахунку рентної плати за користування надрами для видобутку залізної руди, а також підвищення ставки податку за викиди CO₂. Посилення фіскального тиску, за оцінками GМК Center, коштуватиме вітчизняному ГМК приблизно \$650 млн. Це ще більше підніме собівартість продукції та значно знизить конкурентоспроможність українських металургів на зовнішніх ринках.

За оцінками «Метінвест СМЦ», ємність ринку металопрокату в натуральному виразі за підсумками 2022 року знизилася на 55% і становила 2 млн т. У грошовому виразі обсяг ринку впав менше – на 46%. Зниження вдалося згладити за рахунок суттєвої девальвації гривні (офіційного курсу НБУ) у другому півріччі. Середній рівень цін у гривнях зріс у 2022 році на 25% [9].

Водночас металопродукція в доларовому еквіваленті подорожчала на 5%. Причиною підвищення цін у доларах є те, що в першій половині 2022 року, після початку війни на українській території, на міжнародному ринку різко зросли ціни та була порушена логістична мережа поставок металопрокату в Україні. Запровадження санкцій призвело до часткового виходу росії з ринків ЄС і Туреччини.

У 2022 році Україна виплавила майже 6,3 млн тонн сталі – лише третина від результату 2021 року. Причому більшу частину цих обсягів (58%) виготовили у I кварталі. Зазнало втрат і виробництво прокату, яке скоротилось на 72% до 5,4 млн тонн [6]

Таблиця 1

Загальне світове виробництво сирової сталі за 2021-2022 роки

Країни (місце в світовому рейтинзі)	Китай (1)	Індія (2)	Японія (3)	США (4)	Південна Корея (6)	Німеччина (7)	Туреччина (8)	Італія (11)	Україна (25)
2021 р. (млн тонн)	1034,7	118,2	96,3	85,8	70,4	40,2	40,2	24,4	21,4
2022 р. (млн тонн)	1013,0	124,7	89,2	80,7	65,9	36,8	35,1	21,6	6,3
Зміна %, 2022/2021	-2,7	5,5	-7,4	-5,9	-6,5	-8,4	-8,4	-11,6	-70,7

Як наслідок, за підсумками 2022 року у світовому рейтингу Україна вибула із топ-15 найбільших сталевиробників, впавши з 14-го на 25-е місце. Від загального обсягу інвестованих коштів в Україну, 10% припадає на гірничо-металургійний комплекс, кожен рік мінімум 1 млрд дол. США, це 30% усіх інвестицій у промисловість. ГМК – це системна індустрія, саме тому в усьому світі підтримують гірничо-металургійний комплекс.

Металургійна промисловість України експортоорієнтована. У списку товарів зовнішньої торгівлі експорт залізородної продукції посідає місце у першій трійці як за обсягами, так і за вартістю.

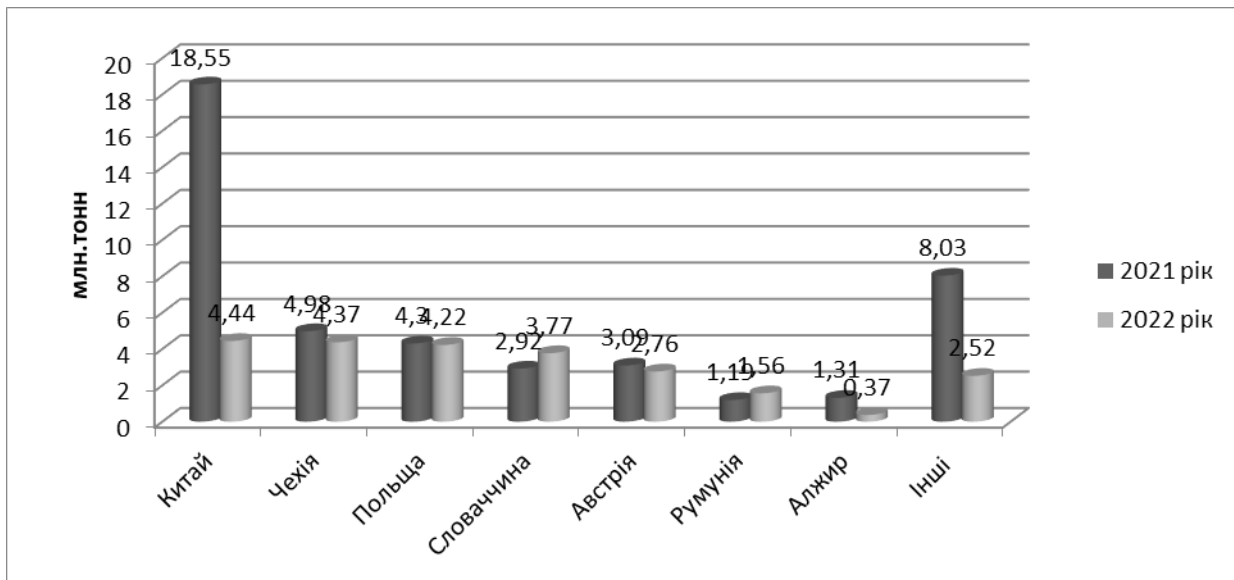


Рис. 1. Експорт залізородної продукції України за 2021-2022 роки

У 2021 році експорт залізородної продукції склав 10% експортних доходів України, а у 2022 році відвантаження руди поступилося першим місцем аграрній продукції (кукурудза, соняшникова олія) завдяки зерновій угоді. Постачання руди не передбачено угодою, обсяги її експорту у 2022 році впали майже вдвічі до 24 млн тонн, а валютна виручка скоротилася до 2,9 млрд дол. (це складає 7% доходів України). Українські металурги у 2022 році експортували 1,63 млн т плоского металопрокату, що на 73% менше в порівнянні з 2021 роком. Виручка сталевиробників від експорту такої продукції впала на 73,5% р./р. – до \$1,35 млрд. Експорт довгого прокату за рік скоротився на 59,7% р./р. – до 748,95 тис. т, а виручка від експорту – на 55% р./р. – до \$693,53 млн [8].

Найбільшими споживачами металовиробів є будівельна галузь, що становить приблизно 68% від загального споживання галузями. За оцінками «Метінвест НМК», попит у будівельній сфері та виробництві металоконструкцій знизився на 70-75%. Зокрема, за даними РНБО, обсяг завершених будівельних об'єктів у першому півріччі 2022 року зменшилась у 2,1 раза порівняно з відповідним періодом минулого року. По всій галузі попит з боку будівельних компаній, які заморозили багато об'єктів, значно знизився. Фактично зараз вони завершують об'єкти з високим ступенем готовності (понад 80%). Однак на цьому етапі будівництва витрата металу мінімальний, оскільки мова йде про внутрішні роботи [10].

Серед відносно стабільних споживачів металопродукції експерти називають машинобудування (в частині оборонних замовлень і виробництва сільгосптехніки), агропромислові комплекси та підприємства харчової промисловості (з літа до осені, коли почалася відбудова у постраждалих від війни районах), підприємство з виробництва металоконструкцій. Такі галузі, як машинобудування, ГМК і виробництво труб, впали на 52-58%, майже на рівні ринку металопрокату.

Зникнення з ринку продукції двох металургійних комбінатів «Азовсталі» та ММК Ілліча призвело до дефіциту на українському ринку продукції, на якій ці підприємства спеціалізувалися до війни. Зокрема,

через кілька місяців після початку війни виник дефіцит пластин товщиною понад 10 мм. Став актуальним достатнім імпорт іншої металопродукції, дефіцитної на українському ринку [7].

Однією з найскладніших проблем у діяльності металургійних підприємств це збут товару, який значно погіршився через блокаду портів. Це поставило питання перед керівниками даних підприємств у зміні традиційних ланцюгів постачання та необхідність побудови нових ланцюгів постачання.

З початком війни 90% матеріально-технічного забезпечення компанії було перенаправлено на залізничний транспорт. З травня 2022 року почали відновлювати автоперевезення, після звільнення північних територій України від окупаційних військ. Проте транспортування автомобілем стало приблизно на 150% дорожче. Одним із шляхів відродження металургійної галузі України у 2022 році є відкриття портів для експорту продукції. Це стосується сировини, напівфабрикатів і готової продукції. Поки що єдиним способом експорту є залізничний транспорт. Однак він не забезпечує повною мірою необхідну кількість і коштує набагато дорожче, ніж океанське судноплавство.

У післявоєнний період для відновлення інфраструктури України в майбутньому знадобиться багато металопродукції. Але вже сьогодні зрозуміло, що в рамках західних кредитів чи грантів на відновлення міжнародні партнери наполягатимуть на придбанні продукції своїх компаній або надаватимуть матеріальну допомогу у вигляді готової продукції. Підтвердженням цього є укладений контракт ДП Укрзалізниця з французьким виробником Saarstahl Rail на постачання рейок на суму €37,6 млн – 20 тис. тонн рейок можуть відремонтувати приблизно 150 км колії. Фінансування буде надано в рамках партнерства з урядом Франції. Також підписано угоду про співпрацю зі Швейцарією щодо субсидії на закупівлю рейкових скріплень. Підписано меморандум між Укравтодором та французькою компанією Matiere щодо постачання мостових конструкцій на суму близько 25 млн євро. У рамках відновлення зруйнованої інфраструктури Україна отримає мостові конструкції від Чехії, Швеції та Норвегії.

Тому українські металурги можуть бути частково виключені з виконання національної програми відновлення. На кінець 2022 року лише металургійні підприємства групи «Метінвест», у тому числі СП «Запоріжсталь», освоїли випуск 24 нових видів металопродукції. Одним із основних напрямків, за якими металургійні заводи групи починають випускати нову продукцію, є відновлення інфраструктури країни та надання прокату автомобілів українським споживачам.

Основними напрямками щодо стійкості підприємств металургії перед щоденними викликами можуть бути:

1. Швидка адаптація. Трейдери металів повинні швидко пристосуватись до мінливих умов праці. Шукати та переоблаштовувати свої енергетичні потреби.

2. Пошук нових можливостей. Виробникам металопродукції намагатись отримати європейські сертифікати на свою продукцію, та переорієнтуватися на поставки в Європу.

3. Зміна основних замовників. З початку війни деякі замовники частково відклали плани із закупівлі металопродукції, а потім повернулися до їх реалізації, коли з'явилася така можливість. На попит також вплинуло перенесення виробництва в безпечніші регіони, особливо на захід. Також варто збільшити виробництво плоского і трубного металопрокату, а також катанки, які на даний час дуже популярні серед споживачів.

4. Для того, щоб подолати проблему нестачі своєї продукції, металопрокат, якого не вистачає, імпортується з Польщі, Чехії, Німеччини, Португалії, Словаччини та Туреччини. 90% української продукції, яка зникла з ринку через війну, замінили імпортною. Серед альтернатив — гарячекатаний сталевий лист, двотавр, швелер і навіть рейкова продукція.

5. Вирішення логістичних проблеми. Блокада чорноморських портів України змусила металоторговельні компанії переключитися на Гданськ і Гдиню в Польщі і навіть Роттердам і Гамбург. Також налагоджено перевезення металу з Туреччини через дунайські порти України.

Сприятливою тенденцією є те, що до кінця 2022 року після перших важких місяців ситуація з автомобільною логістикою покращилася, збільшивши поставки автомобільного транспорту до Європи та країн ЄС та стабілізувавши вартість доставок.

Розширення зернової угоди на металургійну продукцію чи не найголовніша умова для відновлення сектору. Разом із тим є великі сумніви, що порти вдасться відкрити до кінця війни, враховуючи труднощі в процесі перемовин навіть щодо постачання зерна.

6. Не замінювати українську продукцію імпортною, якщо вітчизняні компанії можуть самостійно задовольнити попит. Українські виробники готові відновити інфраструктуру та поставки різної металопродукції. Найголовніше прийняти рішення на законодавчому рівні про пріоритетність закупівлі і захисту інтересів вітчизняного виробника на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Щодо проблем з якими стикнулись АВ груп у своїй діяльності, які були спричинені війною, це:

1. Закриття більшості баз на сході країни.
2. Труднощі з вантажоперевезеннями (зокрема спочатку обмеженість та подорожчання палива).

3. Виїзд багатьох співробітників за кордон.

4. Мобілізація багатьох співробітників на фронт.

5. Перебої з електроенергією;
6. Втрата багатьох партнерів.

Це дало поштовх до швидкого прийняття управлінських рішень щодо змін у структурі організації, управлінні нею, змін планів на майбутнє. Прийняті рішення дали змогу стабілізувати діяльність даного підприємства, і запровадити наступні заходи [9]:

- релокація деяких роздільних баз та частини металопрокату в західні регіони України. Після початку повномасштабної війни дуже багато металопрокату довелося перевезти в безпечніші регіони, для збереження хоча б частини продукції зі складів.
- пошук нових працівників з внутрішніми мотиваційними чинниками
- закупівля генераторів, для безперервного енергопостачання для своїх оптових філій та роздільних металобаз.
- також, як соціально-відповідальний бізнес, мережа металосервісних центрів «АВ метал груп» паралельно розгорнула свої «острівці» допомоги для людей на базі своїх приміщень, що в свою чергу підвищило рівень довіри та лояльності серед нових потенційних працівників.
- залучення нових інвесторів та партнерів. Після початку повномасштабного вторгнення багато закордонних інвесторів зацікавилися у співпраці з ТОВ «АВ метал груп». Закордонні підприємств всебічно намагаються допомогти вистояти Україні та її економіці в час війни.

До початку російської агресії проти України металургійні компанії озвучували амбіційні плани розвитку своїх активів, але вже за місяць стало зрозуміло, що головний план – продовжити роботу віцілих підприємств. В результаті українському гірничо-металургійному комплексу вдалося вистояти, за різними оцінками на рівні 15-30% потужностей, в першу чергу, за рахунок підтримки західних партнерів, які надали свої порти та знизили торговельні бар'єри. Основним з реалістичних сценаріїв підтримки металургійних підприємств на сьогодні залишається пролонгація дії знижених ставок мит на українську продукцію.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В результаті проведеного аналізу можна підтвердити те, що вітчизняна металургійна галузь повністю залежала від дії зовнішніх чинників. Зокрема, динаміку металургійного виробництва забезпечувала сприятлива цінова кон'юнктура на світовому ринку металопродукції. Водночас девальвація національної валюти станом на зараз має негативний ефект. Металургійна галузь України у короткостроковій перспективі повинна зберегти роль провідної і потужної галузі вітчизняної промисловості, враховуючи необхідність забезпечення металопродукцією суміжних галузей, особливо машинобудування і будівництва. Важливо, щоб Україна отримала повний доступ до ринків країн G7 та Євросоюзу. Необхідні перемовини за підтримки держави, щоб уряди цих країн скасували квоти та імпорتنі мита, зокрема захисні та антидемпінгові. В умовах війни підприємства ГМК потребують гострої уваги з боку уряду держави та фінансової підтримки, що дозволять вітчизняним виробникам пройти адаптацію до умов сьогодення з якомога мінімальними втратами обсягів виробництва та зайнятості.

Література

1. Венгер В. В. Роль держави у розвитку металургійної галузі: світовий та вітчизняний досвід. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 40. С. 59–65.
2. Лизунова О. Н. Управління енергетичною складовою металургійного підприємства. Молодий вчений, 2017, № 3 (43), С. 784–787.
3. Амоша О. І., Нікіфорова В. А. Світовий досвід становлення металургійних смарт-виробництв: особливості, напрями, наслідки. Економіка промисловості – Економіка промисловості. 2019, № 2, С. 84–106. doi.org/10.15407/econindustry2019.02.084.
4. Хаустов В., Венгер В. Металургія України. Дзеркало тижня. 2019. Вип. 11. URL: <http://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=4808>.
5. Мушнікова С. А. Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств металургійної галузі України/ Вісник економіки транспорту і промисловості. 2019. Вип. 68. С. 273–279.
6. World Steel Association AISBL. URL: <https://worldsteel.org/media-centre/press-releases/2023/december-2022-crude-steel-production-and-2022-global-totals/>
7. Агапова В. Що лишилось від української металургії. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/03/29/698540/>
8. Ангел Є. На скільки глибока прірва, в яку падає металургійна галузь. URL: <https://zn.ua/ukr/macrolevel/naskilki-hliboka-prirva-v-jaku-padaje-metalurhijna-haluz.html>
9. Інтернет-портал компанії АВ метал груп. URL: <https://avmg.ua/metallobaza/lvov-obl/lvov/lvov-metallobaza-4/>
10. Українські металурги у 2022 році. URL: <https://gmk.center.ua/posts/obsyag-metalospozhyvannya-v-ukraini-znizivsya-na-55-oglyad-rinku-za-pidsumkami-2022-roku/amp/>

References

1. Venher V. V. Rol derzhavy u rozvytku metalurhiinoi haluzi: svitovyi ta vitchyzniani dosvid. Infrastruktura rynku. 2020. Vyp. 40. S. 59–65.
2. Lyzunova O. N. Upravlinnia enerhetychnoiu skladovoiu metalurhiinoho pidpriemstva. Molodyi vchenyi, 2017, № 3 (43), S. 784–787.
3. Amosha O. I., Nikiforova V. A. Svitovyi dosvid stanovlennia metalurhiinykh smart-vyrobnystv: osoblyvosti, napriamy, naslidky. Ekonomika promyslovosti – Ekonomika promyslovosti. 2019, № 2, S. 84–106. doi.org/10.15407/econindustry2019.02.084.
4. Khaustov V., Venher V. Metalurhiia Ukrainy. Dzerkalo tyzhnia. 2019. Vyp. 11. URL: <http://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=4808>.
5. Mushnykova S. A. Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku pidpriemstv metalurhiinoi haluzi Ukrainy/ Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. 2019. Vyp. 68. S. 273–279.
6. World Steel Association AISBL. URL: <https://worldsteel.org/media-centre/press-releases/2023/december-2022-crude-steel-production-and-2022-global-totals/>
7. Ahapova V. Shcho lyshylos vid ukrainskoi metalurhii. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/03/29/698540/>
8. Anhel Ye. Na skilky hlyboka prirva, v yaku padaie metalurhiina haluz. URL: <https://zn.ua/ukr/macrolevel/naskilki-hliboka-priirva-v-jaku-padaie-metalurhijna-haluz.html>
9. Internet-portal kompanii AV metal hrup. URL: <https://avmg.ua/metallobaza/lvov-obl/lvov/lvov-metallobaza-4/>
10. Ukrainski metalurhy u 2022 rotsi. URL: <https://gmk.center/ua/posts/obsyag-metalospozhivannya-v-ukraini-znizivsya-na-55-oglyad-rinku-za-pidsumkami-2022-roku/amp/>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-39>

УДК: 339.9:502.171

Ярослава СТОЛЯРЧУК

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
<https://orcid.org/0000-0001-9124-6310>

Денис ЛЬНИЦЬКИЙ

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
<https://orcid.org/0000-0001-8528-7845>

Сергій РУДЬКОВСКИЙ

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
<https://orcid.org/0000-0002-9738-2863>

ЗЕЛЕНЕ ІНВЕСТУВАННЯ ЯК МЕХАНІЗМ ГЛОБАЛЬНОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У статті розкриваються теоретичні та практичні аспекти процесів зеленого інвестування глобального сталого розвитку за умов значного загострення екологічної проблеми світогосподарського поступу. Обґрунтовано визначальний вплив світової екологічної проблеми на трансформацію міжнародних конкурентних відносин та пріоритети міжнародної економічної політики. Розкрито масштаби, структуру та ключові тенденції зелених інвестиційних процесів, а також фактори, котрі визначають їх динаміку в останні десятиліття. У контексті дотримання зеленого інституціоналізму значну увагу приділено питанню сучасної суб'єктної структури зеленого інвестування та економічної мотивації різного роду фінансових посередників щодо участі у зелених інвестиційних процесах у глобальних умовах. Наголошується на необхідності створення сприятливого середовища реалізації зелених інвестиційних проєктів як механізму досягнення світовим співтовариством сформульованих ООН Цілей сталого розвитку. Подальші наукові дослідження мають охоплювати інструментарій екологічної дипломатії держав у їх тісному зв'язку з процесами зеленого інвестування та загостренням міжнародної конкурентної боротьби за глобальне екологічне лідерство, право застосування екологічних санкцій та формування світових екологічних стандартів у сфері виробництва і міжнародної торгівлі.

Ключові слова: глобальна екологічна проблема, сталий розвиток, ESG, зелене фінансування, зелені інвестиції, інституціоналізм, відновлювальна енергетика.

Yaroslava STOLIARCHUK, Denys ILNYTSKYI, Sergii RUDKOVSKYY

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

GREEN INVESTMENTS AS A MECHANISM OF GLOBAL SUSTAINABLE DEVELOPMENT

The article deals with the theoretical and applied aspects of the processes of green investments as a mechanism of global sustainable development in conditions of significant aggravation of the environmental problem that impacts global economic progress. The paper reveals significant impact of the global environmental problem on the transformation of the forms of international competitive relations and the priorities of international economic policy. The scope, structure and key trends of green investment processes, as well as the factors that determine their dynamics in recent decades, are researched. In the context of green institutionalism considerable attention is paid to the issue of the modern institutional structure of green investments and the economic motivation of various types of financial intermediaries regarding their participation in green investment processes on global scale. Key trends in processes of green investment of global economic development are defined: 1) increase in the needs of governments and business sectors, institutional investors and households, in attracting sustainable capital to increase their level of competitiveness on national and global markets; 2) diversification of financial instruments as a result of the implementation of fundamental ecological transformations of national economies; 3) diversification of the institutional structure of the global financial market and appearance of new institutions; 4) deepening of geographical and instrumental asymmetries and gaps. The need to create a favourable environment of implementation of green investment projects is emphasized as it is attributed to the core of modern mechanism of achieving the UN Sustainable Development Goals. Further scientific inquiries should investigate the effectiveness of instruments of environmental diplomacy of states in their close connection with green investments and growth of competition for global environmental leadership, the right to apply environmental sanctions and the formation of global environmental standards in the sphere of production and international trade.

Keywords: global environmental problem, sustainable development, ESG, green financing, green investments, institutionalism, renewable energetics.

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

У першій чверті XXI ст. глобальний економічний розвиток характеризується значним загостренням існуючих і виникненням цілої низки нових проблем і суперечностей поступу міжнародної економічної системи. Однією з них є світова екологічна проблема, яка в останні десятиліття набуває свого концентрованого вираження у значному посиленні антропогенного навантаження на навколишнє середовище, досягненні екологічною місткістю докільця своїх граничних меж, значному посиленні парникового ефекту, руйнуванні цілісних екосистем та озонового шару Землі, не баченому дотепер забрудненні Світового океану, активізації планетарних геологічних сил тощо.

Є всі підстави стверджувати, що у глобальних координатах усі ми є свідками фундаментальних структурних змін стаціонарного стану біосфери з руйнуванням глибоких екосистемних зв'язків між її структурними компонентами й елементами. Зазначені зміни, як свідчить світовий досвід, мають не лише об'єктивно-закономірний характер, викликаний пануючим в останні два століття екстенсивним типом світового суспільного відтворення, але й цілою низкою науково-технологічних, виробничих, інвестиційних, організаційно-економічних, біолого-психологічних та соціально-політичних причин. Їх синергетичний вплив на структурну динаміку світогосподарського розвитку виявляється насамперед у глибокій трансформації глобальних конкурентних відносин та пріоритетів міжнародної економічної політики, в рамках яких дедалі більшою мірою пріоритезуються питання, пов'язані із захистом довкілля та переведенням виробничої, комерційної та фінансової діяльності на зелені «рейки». Окрім того, механізми ефективного вирішення глобальної екологічної проблеми є також наріжним каменем багатьох сфер і секторів транснаціональних і дипломатичних взаємодій, а також структурних, зовнішньоторговельних, інвестиційних, науково-технічних, інноваційних та фінансових політик держав і цілих регіонів. Останні дедалі більшою мірою демонструють нарощування і консолідацію свого ресурсного потенціалу у царині здійснення зеленого переходу та формування якісно нової моделі міжнародно-політичної стратегії конкурентного лідерства.

Аналіз досліджень та публікацій

Фундаментальні наукові ідеї щодо глобального сталого розвитку, зелених інвестиційних процесів та їх суб'єктної структури, зелених фінансів та зеленого облігаційного фінансування містять роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних учених, науковий доробок яких характеризується системним дослідженням процесів «озеленення» національних економік, їх переведення на засади сталого розвитку і відповідального ресурсоспоживання, реалізації корпоративних політик екологічної відповідальності і заходів екологічної дипломатії. До родоначальників можемо віднести вітчизняних учених С. Подолинського, М. Руденка та В. Вернадського, які запровадили у науковий обіг принцип економіко-екологічної збалансованості діяльності людини [22; 23; 18]. Новітній імпульс розвитку надали представники теорії неінституціоналізму Дж. Б'юкенен, Дж. Бреннан та Г. Таллок, які на глибокому теоретичному рівні розглядали екстрактивні й інклюзивні інституційні аспекти макроекономічного зростання держав через призму факторів, котрі визначають його темпи [4, с. 34-36; 5, с. 154-155].

Якщо говорити про базові методологічні засади теорії сталого розвитку, то необхідно згадати лауреата Нобелівської премії 2018 р. У. Нордхауса, який в числі перших чітко окреслив економічний вимір глобальної проблеми зміни клімату, запропонувавши при цьому чіткі механізми її вирішення на основі цінової політики на вуглецевому ринку [13, с. 341-342]. Важливу роль у науковому осмисленні економічної природи глобальної екологічної кризи та розробленні сучасного теоретичного дискурсу процесів екологізації світогосподарського розвитку відіграв також Римський клуб, фахівці якого ще у далекі 1970-і роки підготували цілу низку праць [11; 12; 15], присвячених концептуалізації глобальної екологічної проблеми, моделюванню мегатрендів розвитку глобальної економіки та окресленню стратегічних пріоритетів досягнення нею екологічної рівноваги.

Практично всі напрямки економічної теорії нині шукають відповіді на екологічні виклики соціально-економічному розвитку. У науковій літературі навіть виокремили вектор інвестиційної діяльності, що має справу з екологічними, соціальними та управлінськими вимірами, а також справляє вплив на довкілля (*англ. – ESG and impact investing*) [10].

У наших дослідженнях доводиться, що екологічний вимір став одним з критеріїв стратифікації країн, а також об'єктом докладання інструментів неопротекціонізму [19]. У дослідженнях системи імперативів сталого розвитку набувають особливого значення культура, як капітал, що спирається на відповідні цінності, та освітня діяльність з набуття компетентностей, як механізм якісного формування людського капіталу [8; 20]. Крім того, у наших нещодавніх працях робиться спроба пошуку можливостей насичення фінансовими ресурсами стратегічних планів щодо сталого розвитку через детінізацію [21].

Формулювання цілей статті

Метою роботи є розкриття масштабів, структурних вимірів та закономірностей зеленого інвестування світового сталого розвитку як одного з ключових інструментів пом'якшення глобальної екологічної проблеми.

Виклад основного матеріалу

В останні десятиліття одним з провідних глобальних мегатрендів світогосподарського розвитку є неухильне нарощування масштабів та диверсифікація структури зелених інвестицій. Їх репрезентує інвестиційний капітал, який вкладається приватним бізнесом, інституційними інвесторами і фізичними особами у програми і проекти, пов'язані з підвищенням ефективності ресурсоспоживання, виробництвом екологічних товарів і послуг, зменшенням емісії парникових газів, нарощуванням масштабів рециркуляції відходів, використанням відновлювальної енергії та чистого транспорту тощо. Інакше кажучи, зелені

інвестиції за своїм економічним змістом та цільовим призначенням охоплюють широкий спектр видів інвестиційних операцій, що мають стосунок до поліпшення екологічних параметрів довкілля, адаптацією економічних операцій суб'єктів господарювання до кліматичних змін, переходу до низьковуглецевої економіки та пом'якшення антропогенного навантаження на навколишнє середовище. Наголосимо, що подібного роду цільова мотивація зеленого інвестування визначає по суті специфіку його сучасної суб'єктної структури, яку репрезентують насамперед фінансові інститути, котрі спеціалізуються на фінансуванні різного роду екологічних програм. Це, зокрема, банківські інститути, дохідні компанії, управляючі активами, кліматичні і пенсійні фонди, страхові компанії, біржові інвестиційні фонди тощо. Так, станом на тепер сукупна вартість їх поточних авуарів, інвестованих у зелені інфраструктурні проекти лише на території країн ОЕСР перевищили 300 млрд дол. США, що становить третину загальної суми інвестицій інституційних інвесторів у світову інфраструктуру [2].

Щороку зростає кількість компаній, що дотримуються принципів відповідального інвестування, які активно пропагуються ООН та багатьма іншими міжнародними організаціями. Врахування екологічних, соціальних та управлінських аспектів в інвестиційній діяльності поширилось навіть при управлінні ризиками пенсійних фондів [16].

Важливо зазначити, що включення вищеперахованих інституційних інвесторів у систему глобального зеленого інвестування продиктоване насамперед значним браком державних коштів для здійснення подібного роду інвестиційних капіталовкладень, глобальні потреби яких оцінюються нині на рівні близько 900-950 млрд дол. США щорічно [6, с. 5]. Згідно ж даних Standard & Poor's, переведення світової економіки на низьковуглецеву модель розвитку потребуватиме біля 15 років та щорічних інвестицій на рівні 1,1 трлн дол. США [14]. Не слід скидати з рахунків і поставленої світовим співтовариством амбітної цілі щодо подвоєння на період до 2030 р. річних вартісних обсягів зелених інвестицій, їх доволі високих ризиків та загалом низької рентабельності інвестиційних капіталовкладень, що спричиняє наростаючі потреби у масштабних і диверсифікованих інвестиціях з боку недержавних інституцій.

Звернімось до цифр: упродовж десятирічного періоду (2009-2019 рр.) у світовій економіці було здійснено зелених інвестицій на загальну суму близько 10,4 трлн дол. США [1, с. 3]. З них понад 40% пішло на інвестування відновлювальної енергетики, що свідчить про пріоритетність енергетичного вектору глобальних зелених трансформацій. Що ж стосується перспективних трендів, то у період 2020–2030 рр. вартісний обсяг зелених інвестицій лише за групою держав з новостворюваними ринками досягне кумулятивно 10,2 трлн дол. США, у тому числі у Східній Азії і Тихоокеанському басейні – 5,1 трлн, Південній Азії – 2,8 трлн, Латинській Америці і Карибському басейні – 1,3 трлн, Європі – 0,6 трлн, Африці на південь від Сахари – 0,3 трлн, Близькому Сході та Північній Африці – 0,2 трлн відповідно [7]. Глобальний же вартісний обсяг активів сталих інвестиційних фондів станом на вересень 2021 р. становив у регіональному вимірі: у Європі – 3,4 трлн дол. США, США – 330,7 млрд, Азії (за виключенням Японії) – 50 млрд, Японії – 31,6 млрд, Австралії і Новій Зеландії – 27,2 млрд, Канаді – 22,2 млрд відповідно [3].

Системне дослідження процесів зеленого інвестування глобального сталого розвитку потребує розкриття його секторальної структури. Вона засвідчує по суті пріоритетні сфери нагромадження глобального інвестиційного капіталу за різними секторами світогосподарської системи. Характеризуючи її, слід насамперед відзначити домінування інвестицій приватного сектору у проекти відновлювальної енергетики, вартісні обсяги яких у період 2007–2018 рр. перевищили 4,4 трлн дол. США. Далі йде сектор енергоефективності (2,2 трлн) та зелене будівництво (1,3 трлн) за відносно незначних інвестицій у сферу корпоративних ДіР зеленого напрямку (582 млрд відповідно) (рис. 1).

В останні роки у процесах зеленого інвестування світогосподарського розвитку чітко виокремлюється ціла низка трендів, котрі засвідчують його глобальний характер та визначальний вплив на структурні параметри міжнародної економічної системи. Насамперед слід відзначити, суттєве зростання потреб національних урядів, бізнесового і підприємницького секторів, інституційних інвесторів та домогосподарств у залученні сталого інвестиційного капіталу з метою підвищення рівня своєї конкурентоспроможності на національних і глобальному ринках. Йдеться про системне «озеленення» їх фінансово-господарської діяльності шляхом мобілізації інвестицій у відновлювальну енергетику, сталі сільське та лісове господарство; імплементації чистих технологічних рішень; удосконалення чинних систем поводження з відходами; розширення доступу до зеленого житла і зеленої транспортної мобільності тощо.

Саме зазначений тренд формує по суті міцний фундамент трансформаційних змін глобальної економіки та її переведення на засади сталого розвитку способом позитивного впливу на енергетичні баланси держав та підвищення рівня енергоефективності економік держав і цілих регіонів. Не слід скидати з рахунків і величезні можливості щодо створення нових робочих місць, підвищення рівня платоспроможності широких верств населення в оплаті житлово-комунальних послуг та забезпечення національної енергетичної безпеки. Це вимагає не тільки системної екологізації економічної діяльності суб'єктів господарювання різної національної належності, але й глибокої модернізації чинних корпоративних стратегій та бізнес-моделей у загальному векторному тренді розбудови низьковуглецевої економіки.

По-друге, слід відзначити, значну диверсифікацію фінансових інструментів зелених інвестиційних процесів, яка є наслідком реалізації фундаментальних екологічних трансформацій національних економік.

Мова йде про динамічний розвиток таких інструментів як зелені, соціальні та кліматичні облігації. Їх ринковий обіг, як свідчить світовий досвід, тісно пов'язаний з фінансуванням соціально значимих проєктів у сфері поліпшення якості води, зеленого будівництва, підвищення екологічних стандартів життя населення та пом'якшення глибоких соціальних асиметрій глобального розвитку, котрі відбивають стратегічні цілі глобального сталого розвитку.

По-третє, не можемо не відзначити значну диверсифікацію інституційної структури глобального зеленого інвестування та появу на даному сегменті світового фінансового ринку усе нових і нових інститутів. Так, становлення зеленого інвестиційного ринку пов'язують з першими хвилями облігаційних емісій Європейського інвестиційного банку та Групи Світового банку, що мали місце ще у 2007 р. Нині ж учасниками лише Глобальної інвестиційної коаліції з кліматичних змін є майже три сотні приватних інвесторів, котрі сконцентрували інвестиційного капіталу на загальну суму більше 22 трлн дол. США [9, с. 12], який буде інвестовано у програми і проєкти низьковуглецевого виробництва й екоінноваційних розробок.

По-четверте, в останні роки особливо кристалізовано виявляється ще один тренд розвитку зеленого інвестиційного ринку, а саме: наростання географічних й інструментальних його асиметрій. Наприклад, якщо у Фінляндії ринок зелених облігацій більшою мірою розвинутий у сегменті нерухомості, девелопменту та банківництва, то у Данії, Швеції та Німеччині – у сфері енергетики. Зокрема, шведська фінансова група SEB, яка спеціалізується на управлінні активами, починаючи з 2017 р., спрямовує отримані надходження від інвестицій у зелені облігації у країни Балтії. Це відкриває компаніям і фірмам балтійського регіону широкі можливості щодо залучення масштабного кредитного капіталу для реалізації своїх зелених проєктів [17].

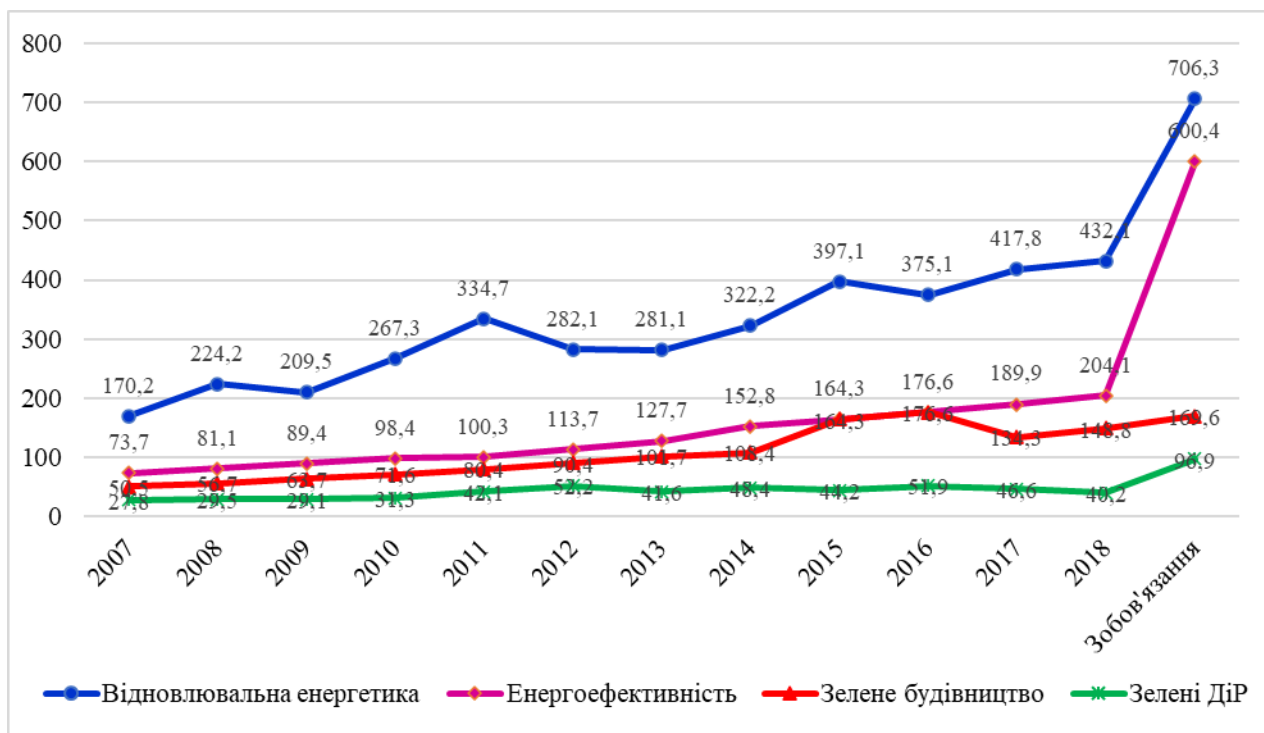


Рис. 1. Приватні зелені інвестиції за окремими секторальними напрямками у 2007–2018 рр., млрд дол. США
Джерело: побудовано за даними [1, с. 6, 7, 9, 10].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Підбиваючи підсумок, слід відзначити, що значне підвищення суспільного значення екологізації світового господарства та її висунення у пріоритети міжнародної економічної політики актуалізує питання щодо нарощування масштабів і диверсифікації структури зелених інвестицій. Колосальні за вартісними обсягами глобальні потреби у подібного роду інвестиційних капіталовкладеннях не дають змоги їх задоволення лише за рахунок державного фінансування, а вимагають широкого включення у даний процес недержавних фінансових інститутів. Визначені чотири тренди підтверджують наші попередні висновки, що екологічний вимір перетворився на ще один з критеріїв стратифікації країн, а також, що не менш важливо, є об'єктом докладання інструментів неопротекціонізму, завдяки яким глобальні асиметрії не тільки не усуваються, але й поглиблюються.

Зростаюча роль приватних, недержавних фінансових інститутів у фінансуванні програм і проєктів низьковуглецевого розвитку вже сьогодні детермінує їх активну участь у міжнародних коопераційних зв'язках у сфері «озеленення» світового господарства. Водночас його системне переведення на модель сталого розвитку є можливим лише на основі глибокої конвергенції зелених інвестиційних процесів з

масштабною державною підтримкою екологічних проєктів та впровадженням відповідного податкового, організаційно-економічного та фінансового інструментарію. Потужну стимулюючу роль у даному процесі здатні відіграти також важелі екологічної дипломатії держав, спрямовані на впровадження заходів, прийомів і методів попередження і урегулювання міжнародних екологічних конфліктів, а також поглиблення міждержавного співробітництва у природоохоронній сфері.

Література

1. 2019-2020 Green Transition Scoreboard. Transitioning to Science-Based Investing. Ethical Markets Media, 2019.
2. Assessing institutional investment in infrastructure. OECD. 2020. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/aaa8a6c2-en/index.html?itemId=/content/component/aaa8a6c2-en>
3. Asset size of sustainable funds worldwide as of September 2021, by region (in billion U. S. dollars). Statista. The Statistic Portal. URL: <https://www.statista.com/statistics/1296334/sustainable-funds-asset-size-by-region/>
4. Buchanan J., Brennan G. The Reason of Rules: Constitutional Political Economy. Cambridge, 1985. 192 p.
5. Buchanan J., Tullock G. The Calculus of Consent: Logical Foundations of Constitutional Democracy. Ann Arbor, 1962. 376 p.
6. Delivering the Green Economy through Financial Policy. Technical Paper. Frankfurt School of Finance & Management, UNEP Collaborating Centre for Climate & Sustainable Energy Finance, March 2014.
7. Green investment opportunities in emerging markets across key sectors between 2020 and 2030 (in trillion U. S. dollars). Statista. The Statistic Portal. URL: <https://www.statista.com/statistics/1258746/global-green-investment-by-sector/>
8. Ihnytskyi D., Kurchenko L., Kolomiyets-Ludwig E. Women's Empowerment as a Tool for Sustainable Development of Higher Education and Research in the Digital Age / In Stagnancy Issues and Change Initiatives for Global Education in the Digital Age. Ed. by T. Neimann, J. Felix, S. Reeves, E. Shliakhovchuk. IGI Global. September, 2020. P. 141-172.
9. Kidney S., Oliver P. Greening China's Financial Markets. Growing a Green Bonds Market in China. IISD Report. February 2014.
10. Matos P. ESG and responsible institutional investing around the world: A critical review. CFA Institute Research Foundation. 2020.
11. Meadows D., Meadows D. L.; Randers J. Behrens III, William W. The Limits to Growth; a Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind. New York: Universe Books, 1972.
12. Mesarovic M., Pestel E. Mankind at the Turning Point: The Second Report to the club of Rome. New-York: E. P. Dutton and Co. Inc., 1974.
13. Nordhaus W. D. Economic growth and climate: The case of carbon dioxide. The American Economic Review. 1977. Vol. 67. № 1. P. 341-346.
14. Reading Between the Lines of the Paris Climate Agreement. URL: https://www.spratings.com/en_US/economicresearch
15. RIO: Reshaping the international Order. A. Report to the Club of Rome/Tinbergen, Dolman van Ettinger (Eds.), New-York: E. P. Dutton, 1976.
16. Sautner Z., Starks L. T. ESG and Downside Risk / in Pension Funds and Sustainable Investment: Challenges and Opportunities. Ed. by Mitchell, O., Hammond, P. B., & Maurer, R. Oxford University Press. 2023. P. 137-156.
17. Sustainable finance: Commission's Action Plan for a greener and cleaner economy. Brussels, 8 March 2018. European Commission. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-1404_en.htm?locale=en
18. Воробйова Л. В. Володимир Вернадський і фізична економія : монографія. Київ : КНЕУ, 2019. 173 с.
19. Столярчук Я. М. Глобальні асиметрії економічного розвитку : монографія. К. : КНЕУ, 2009.
20. Ільницький Д. О., Паценко О. Ю., Сандул М. С. Місія університетів у забезпеченні сталого розвитку в глобальному вимірі. Формування ринкової економіки : зб. наук. праць. 2014. Вип. 32. С. 170-185.
21. Ільницький Д., Столярчук Я. Зелений механізм детінізації глобальної економіки. Ефективна економіка. 2023. № 3. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1260/1269>
22. Подолинський С. А. Вибрані твори / упоряд. : Л. Я. Корнійчук. К. : КНЕУ, 2000.
23. Руденко М. Енергія прогресу. Вибрані праці з економії, філософії і космології / упоряд. Р.А. Руденко. К. : ТОВ «Видавництво «КЛІО», 2015.

References

1. 2019-2020 Green Transition Scoreboard. Transitioning to Science-Based Investing. Ethical Markets Media, 2019.
2. Assessing institutional investment in infrastructure. OECD. 2020. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/aaa8a6c2-en/index.html?itemId=/content/component/aaa8a6c2-en>

3. Asset size of sustainable funds worldwide as of September 2021, by region (in billion U. S. dollars). Statista. The Statistic Portal. URL: <https://www.statista.com/statistics/1296334/sustainable-funds-asset-size-by-region/>
4. Buchanan J., Brennan G. The Reason of Rules: Constitutional Political Economy. Cambridge, 1985. 192 r.
5. Buchanan J., Tullock G. The Calculus of Consent: Logical Foundations of Constitutional Democracy. Ann Arbor, 1962. 376 p.
6. Delivering the Green Economy through Financial Policy. Technical Paper. Frankfurt School of Finance & Management, UNEP Collaborating Centre for Climate & Sustainable Energy Finance, March 2014.
7. Green investment opportunities in emerging markets across key sectors between 2020 and 2030 (in trillion U. S. dollars). Statista. The Statistic Portal. URL: <https://www.statista.com/statistics/1258746/global-green-investment-by-sector/>
8. Inytskyi D., Kurchenko L., Kolomyiets-Ludwig E. Womens Empowerment as a Tool for Sustainable Development of Higher Education and Research in the Digital Age / In Stagnancy Issues and Change Initiatives for Global Education in the Digital Age. Ed. by T. Neimann, J. Felix, S. Reeves, E. Shliakhovchuk. IGI Global. September, 2020. R. 141-172.
9. Kidney S., Oliver P. Greening Chinas Financial Markets. Growing a Green Bonds Market in China. IISD Report. February 2014.
10. Matos P. ESG and responsible institutional investing around the world: A critical review. CFA Institute Research Foundation. 2020.
11. Meadows D., Meadows D. L., Randers J. Behrens III, William W. The Limits to Growth; a Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind. New York: Universe Books, 1972.
12. Mesarovic M., Pestel E. Mankind at the Turning Point: The Second Report to the club of Rome. New-York: E. P. Dutton and Co. Inc., 1974.
13. Nordhaus W. D. Economic growth and climate: The case of carbon dioxide. The American Economic Review. 1977. Vol. 67. № 1. P. 341-346.
14. Reading Between the Lines of the Paris Climate Agreement. URL: https://www.spratings.com/en_US/economicresearch
15. RIO: Reshaping the international Order. A. Report to the Club of Rome/Tinbergen, Dolman van Ettinger (Eds.), New-York: E. P. Dutton, 1976.
16. Sautner Z., Starks L. T. ESG and Downside Risk / in Pension Funds and Sustainable Investment: Challenges and Opportunities. Ed. by Mitchell, O., Hammond, P. B., & Maurer, R. Oxford University Press. 2023. R. 137-156.
17. Sustainable finance: Commissions Action Plan for a greener and cleaner economy. Brussels, 8 March 2018. European Commission. URL: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-1404_en.htm?locale=en
18. Vorobiova L. V. Volodymyr Vernadskyi i fizychna ekonomiiia : monohrafiia. Kyiv : KNEU, 2019. 173 s.
19. Stoliarchuk Ya. M. Hlobalni asymetrii ekonomichnoho rozvytku : monohrafiia. K. : KNEU, 2009.
20. Inytskyi D. O., Patsenko O. Yu., Sandul M. S. Misiia universytetiv u zabezpechenni staloho rozvytku v hlobalnomu vymiri. Formuvannia rynkovoï ekonomiky : zb. nauk. prats. 2014. Vyp. 32. S. 170-185.
21. Inytskyi D., Stoliarchuk Ya. Zelenyi mekhanizm detinizatsii hlobalnoi ekonomiky. Efektyvna ekonomika. 2023. No 3. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1260/1269>
22. Podolynskyi S. A. Vybrani tvory / uporiad. : L. Ya. Korniiichuk. K. : KNEU, 2000.
23. Rudenko M. Enerhiia prohresu. Vybrani pratsi z ekonomii, filosofii i kosmohiii / uporiad. R.A. Rudenko. K. : TOV «Vydavnytstvo «KLIIO», 2015.

Наталія ТАНАСІЄНКО

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0001-6887-903X>e-mail: nataly_tanasienko@ukr.net

Тетяна ГОЛОВАЧ

Хмельницький національний університет

<https://orcid.org/0000-0003-3681-2185>e-mail: ekonomikagolovach@gmail.com

Софія ЗАБОЛОТНА

Хмельницький національний університет

e-mail: sofia200402@gmail.com

ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ TQM У ВІТЧИЗНЯНУ ПРАКТИКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР

У статті на основі теоретико-методологічного дослідження обґрунтовано доцільність застосування інноваційної системи загального управління якістю (TQM). Свою ефективність ця система довела у глобальному економічному просторі. Вона допомагає вирішити нагальні проблеми, які пов'язані зі збільшенням випуску високоякісної продукції, зацікавленості та вмотивованості співробітників, а також зробити управління виробництвом більш ефективним. Розглянуто досвід запровадження даної системи окремими країнами, зокрема, в Японії та в США. Наведено порівняння значень показників японських компаній до та після впровадження моделі TQM.

Зроблено висновок, що на сьогодні більшість вітчизняних підприємств управління якістю продукції здійснюють у відповідності до принципів ISO серії 9000. Стандарти ISO базуються на технічних системах та процедурах, при цьому обов'язковим є залучення працівників та безперервне удосконалення. На відміну від цього система TQM передбачає орієнтацію на філософію, концепції, інструменти і методологію, залучення усіх працівників, безперервне удосконалення якості. Досліджено можливість адаптування системи TQM у практику українських підприємств. За наявного ресурсного потенціалу це є можливим, але передусім для цього необхідно повністю переосмислити підхід до управління організацією, проводити тренінги щодо ознайомлення працюючих із системою TQM. На основі проведеного аналізу основних техніко-економічних показників ПП «Аграрна компанія 2004», запропоновано для підвищення ефективності його діяльності застосовувати ключові принципи TQM, які були розроблені відомим науковцем Е. Демінгом.

Ключові слова: TQM, якість, конкурентоспроможність, підприємство, принципи TQM.

Nataliia TANASIIENKO, Tetiana HOLOVACH, Sofiia ZABOLOTNA

Khmelnitskyi National University

IMPLEMENTATION OF THE TQM SYSTEM IN UKRAINIAN ENTERPRISES

This article substantiates the feasibility of using an innovative system of total quality management (TQM) based on theoretical and methodological research. This system has proven its effectiveness in the global economic space. It helps to solve problems associated with increasing the production of high-quality products, the interest and motivation of employees, and also makes production management more effective. The experience of introducing this system by individual countries, in particular, Japan and the USA, is also considered. A comparison of the indicators of Japanese companies before and after the implementation of the TQM model is given.

It was concluded that today the majority of domestic enterprises manage product quality in accordance with the principles of the ISO 9000 series. ISO standards are based on technical systems and procedures, but employee involvement and continuous improvement are optional. Unlike ISO, the TQM system involves prioritizing philosophy, concepts, tools and methodology, as well as involvement of all employees and a continuous improvement of quality. The possibility of adapting the TQM system to the practice of Ukrainian enterprises was investigated. Given the available resource potential, this is possible, but first of all, for this, it would be necessary to completely rethink the approach to the management of the organization and conduct trainings on familiarizing employees with the TQM system. Based on the analysis of the main technical and economic indicators of the «Agricultural company 2004» PE, it is proposed to apply the key principles of TQM, which were developed by the famous scientist E. Deming, to increase the efficiency of its activities.

Key words: TQM, quality, competitiveness, enterprise, TQM principles.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями

В умовах євроінтеграційного вектору економічного розвитку України продукція вітчизняних підприємств повинна відповідати вимогам світового ринку та Європейського Союзу для того, щоб на рівних конкурувати зі світовими виробниками. Тому, для вітчизняних товаровиробників питання покращення конкурентоспроможності продукції стають нагальними, актуалізується проблема контролю якості та її необхідності на кожному етапі виробництва. Все більше підприємств обирають сучасні системи заходів, які вплинуть на підвищення конкурентоспроможності та якості продукції, розширивши ринки збуту вітчизняної продукції.

Сучасні системи якості на основі концепції TQM є інтегрованим механізмом управління, що дозволяє досягти цілей щодо якості, покращення результативності, більш раціонального використання ресурсів. З огляду на це, впровадження системи TQM у вітчизняну практику підприємницьких структур набуває особливого значення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Питання з управління якістю на підприємствах стають все більш актуальними, що зумовило появу великої кількості досліджень пов'язаних із цією темою, із результатами яких можна ознайомитись у роботах Е. Демінга [1], Г. Плешу [2], Е. Салліс [3] та інших. Проте слід зауважити, що більшість досліджень пов'язаних з темою конкурентоспроможності та загального управління якістю є здебільше зарубіжними. Через це проблема адаптації системи TQM до українських підприємств потребує подальших досліджень та аналізу на основі практичного впровадження.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Основною перешкодою реалізації системи TQM на підприємствах стає український менталітет. Керівний склад ставиться до звичайних працівників як до робочої сили і не сприймає їх в ролі партнерів та однодумців. Відповідно, некомфортні умови праці, неорядне ставлення до працівників, занижена заробітна плата, не заохочують, а навпаки дестимулюють для успішного виконання роботи. В результаті, знижується якість робочого процесу, а разом із ним погіршується якість готової продукції. Отже, в першу чергу, потрібно створити комфортні робочі умови, для всіх робітників підприємства, оскільки саме від цього буде залежати підвищення якості продукції та рівня конкурентоспроможності на ринку, а вже в другу чергу розглядати матеріально-технічне забезпечення.

Формулювання цілей статті

Мета дослідження полягає у тому, щоб на основі аналізу показників діяльності зарубіжних та вітчизняних компаній, в яких була впроваджена система TQM, запропонувати принципи покращення якості й конкурентоспроможності продукції та послуг українському приватному підприємству «Аграрна компанія 2004», шляхом впровадження на підприємстві системи TQM.

Виклад основного матеріалу дослідження

Total Quality Management, або Загальне Управління Якістю – це стратегія управління бізнесом, основною метою якої є покращення конкурентоспроможності та якості продукції і максимальне задоволення клієнтів. Її стратегія зосереджена на постійному вдосконаленні бізнес-процесів.

Назва системи TQM розшифровується та перекладається так: Total (Загальне) – все в одному; Quality (Якість) – відмінні продукти та послуги; Management (Управління) – спосіб поведінки.

Історія загального управління якістю (TQM) розпочалася з використання терміну, який було введено командуванням військово-морських авіаційних сил для опису підходу до управління якістю в японському стилі. На сьогодні, система TQM прийнята у всьому світі та широко впроваджується для того, щоб максимізувати прибуток від проектів. Найбільші компанії та організації у світі використовують систему загального управління якістю для покращення їх фінансових та економічних показників. Одними з найяскравіших прикладів є підприємства Японії та США. Після того як економіка Японії постраждала у світовій війні, було запроваджено систему TQM. Для керівників це стало викликом, оскільки доводилось швидко реагувати на зміни, які їм необхідно було впроваджувати у діяльність власних підприємств, з метою скорочення витрат, пришвидшення часу розробки проектів та задоволення потреб споживачів в умовах високого рівня конкуренції. Якість стала ключовим пріоритетом японської економіки. Ситуація в США кардинально відрізняється від Японії. Економіка країни залежить від імпортих товарів та технологій, через це товаровиробники змушені конкурувати на ринку з іноземними. Для того, щоб конкурувати та підвищувати якість своїх власних товарів, американські компанії використовують систему TQM, де якість є ключовим фактором [4].

Ефективність впровадження системи TQM можна оцінити, порівнюючи результати діяльності компаній, які впровадили загальну систему управління якістю, з тими компаніями, які цього не зробили (табл. 1).

Система TQM добре зарекомендувала себе як за межами, так і безпосередньо в Україні. Вітчизняний та світовий досвід доводять, що в середньому на третій рік після впровадження систем загального управління якістю підприємства досягають таких показників: збільшення реалізації продукції на 25-30%, розширення ринку збуту на 10-11%, зменшення витрат на продукцію на 45-55% [6]. Конкретним прикладом зарубіжної компанії, що впровадила систему TQM, є McDonald's, яка збільшила свої продажі на 20 мільярдів доларів США за два роки після впровадження системи TQM. На вітчизняних підприємствах вона діє у відповідності до принципів загального управління якістю (ISO серії 9000). Наприклад, це система управління якістю в компанії «Лукас». Зазначимо, що стандарти ISO базуються на технічних системах та процедурах, при цьому обов'язковим є залучення працівників та безперервне удосконалення. На відміну

від цього система TQM передбачає орієнтацію на філософію, концепції, інструменти і методологію, залучення усіх працівників, безперервне удосконалення якості [7].

Таблиця 1

Порівняння значень показників японських компаній до та після впровадження моделі TQM [5]

Специфічні показники	Компаній, в яких моделі TQM не використовувалися (традиційні підприємства)	Компаній, в яких моделі TQM функціонували більше 5 років (власники премії ім. Е. Демінга)
1. Частка браку	від 1 до 2%	< 0,00034%
2. Частка задоволених споживачів	від 70 до 80%	> 99,9%
3. Витрати на усунення браку як частка обороту	від 20 до 50%	від 3 до 5%
4. Частка співробітників, які вносять пропозиції щодо поліпшення	від 5 до 10%	від 95 до 100%
5. Кількість пропозицій щодо поліпшення на одного співробітника на рік	від 0,5 до 1	від 30 до 100
6. Частка реалізованих пропозицій	від 15 до 25%	від 85 до 95%
7. Частка часу, яка виділялася на навчання, тренінги і поліпшення процесів	від 0 до 1%	> 10%
8. Захворюваність співробітників	від 3 до 7%	від 1 до 2%
9. Плинність кадрів	від 5 до 40%	> 2%

Об'єкт нашого дослідження – Приватне підприємство «Аграрна компанія 2004», яке входить до складу вертикально інтегрованої структури групи компаній «VITAGRO». ГК «VITAGRO» – один з найбільших виробників сільськогосподарської продукції в Західній Україні. Земельний банк компанії налічує 85 тисяч гектарів у Волочиському, Городоцькому, Кам'янець-Подільському, Хмельницькому, Чемеровецькому, Ярмолинецькому, Ізяславському, Полонському районах Хмельницької області, Борщівському районі Тернопільської області, Рівненському районі Рівненської області. ГК «VITAGRO» вирощує або виготовляє продукцію у таких сферах:

- 1) сільське господарство (тваринництво, садівництво, овочівництво, агропродукція);
- 2) насіння, мікродобрива, зерно; виробництво кормів та кормових добавок;
- 3) сонячні електростанції;
- 4) цегельне виробництво.

ПП «Аграрна компанія 2004» було засновано 01.10.2004 року, розташоване на Хмельниччині. Основний вид діяльності підприємства ПП «Аграрна компанія 2004» – 01.11 Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур. На сьогодні це ще й потужне вітчизняне свиногосподарство. Серед інших напрямків діяльності – молочне скотарство, садівництво та інше. Підприємство має у своєму складі насіннєвий завод, елеватори та власні обслуговуючі структури (парк техніки, інженерна служба, будівельний відділ). Для того, щоб дослідити доцільність та можливість введення системи TQM у практику діяльності підприємства, було розглянуто його техніко-економічні показники (табл. 2).

Таблиця 2

Техніко-економічні показники ПП «Аграрна компанія 2004»

№ п/п	Показники	Одиниці виміру	Рік		Темпи зростання, %	Відхилення (+,-)
			2021	2022		
1	Дохід (виручка) від реалізації продукції, робіт та послуг (без ПДВ та акцизу)	тис. грн.	3186335,0	4601125,0	144,40	1414790,0
2	Середньооблікова чисельність працівників	осіб	1675	1630	97,31	-45
3	Середньорічна продуктивність праці одного працівника	тис. грн. / особу	1902,290	2822,776	148,39	920,486
4	Фонд заробітної плати працівників	тис. грн.	175351,920	170197,514	97,06	-5154,406
5	Середньорічна заробітна плата одного працівника	тис. грн.	104,688	104,416	99,74	-0,272
6	Повна собівартість	тис. грн.	2850257,0	3491089,0	122,48	640832,0
7	Витратомісткість продукції (витрати на 1 грн реалізованої продукції)	грн.	0,89	0,76	84,82	-0,13
8	Прибуток від реалізації	тис. грн.	336078,0	1110036,0	330,29	773958,0
9	Чистий прибуток	тис. грн.	1123867,0	812921,0	72,33	-310946,0
10	Активи	тис. грн.	6373311,0	7328923,0	114,99	955612,0
11	Зобов'язання	тис. грн.	1766828,0	1893607,0	107,18	126779,0
12	Рентабельність:					
	- доходу	%	10,55	24,13	x	13,58
	- витрат	%	11,79	31,80	x	20,01
	- капіталу	%	17,63	11,09	x	-6,54
13	Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн.	1242118,0	1303009,0	104,90	60891,0
14	Фондовіддача	Грн.	2,56	3,53	137,89	0,97

Складено авторами за джерелами [8, 9]

За 2022 рік підприємство отримало чистий дохід від реалізації продукції (робіт, послуг) у розмірі 4601125,0 тис. грн, що на 1414790,0 тис. грн, або на 44,4 % більше, ніж у 2021 році. В структурі усіх доходів підприємства в 2022 році його частка є найбільшою – 99,03 %. Решта припадає на інші операційні доходи. Так, дохід від реалізації інших оборотних активів, курсових різниць та інше складає 0,97 %. Одночасно із доходами за 2022 рік зросли й витрати підприємства, що обумовлено збільшенням обсягів реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Повна собівартість у 2022 році порівняно з 2021 роком зросла на 640832 тис. грн, або на 22,5 %. Темпи зростання повної собівартості є меншими за темпи зростання чистого доходу (122,48 % < 144,4 %), що є позитивною динамікою та позначилося на зменшенні витратомісткості продукції. Так, витрати на 1 грн зменшились на 0,13 грн, або на 15,18 %. Зазначимо, що у першому кварталі 2022 року почалось повномасштабне вторгнення російських загарбників в Україну, що призвело до негативного зменшення деяких показників підприємства. Наприклад, зменшився фонд заробітної плати на 5154,406 тис. грн, або на 2,94 % під впливом скорочення чисельності працюючих та середньої заробітної плати 1 працівника. Середньооблікова чисельність працівників зменшилась на 45 осіб, а середньорічна заробітна плата одного працівника – на 0,272 тис. грн, або на 0,26 %. Продуктивність праці одного працівника підвищилась на 920,486 тис. грн або на 48,32 %. Отже, суттєво зростає навантаження працівників підприємства. Вартість основних засобів зростає: з 1242118,0 тис. грн у 2021 році до 1303009,0 тис. грн у 2022 році. Ефективність використання основних засобів підприємства підвищується, так як темпи зростання середньорічної вартості основних засобів є меншими за темпи зростання чистого доходу від реалізації продукції (104,9 % < 144,4 %). Фондовіддача зросла на 0,97 грн, або на 37,89 %. Попри зовнішні загрози та виклики, діяльність підприємства є прибутковою та рентабельною. За 2022 рік підприємство отримало чистий прибуток у розмірі 812921 тис. грн, що на 310946 тис. грн, або на 27,67 % менше порівняно із 2021 роком. Рентабельність доходу та витрат зростає, відповідно, на 13,58 % та 20,01 %, а ось рентабельність капіталу дещо зменшується – на 6,54 %.

Для покращення виробничої діяльності досліджуваного підприємства пропонуємо запровадити 14 принципів TQM на робочому місці, розроблені доктором Е. Демінгом. Фізик і статистик, він був засновником розвитку системи TQM. Його часто називають «батьком управління якістю». Він розробив дані принципи для того, щоб кожен з них міг служити порадою керівництву щодо того які цінності прийняти та як побудувати корпоративну культуру, яка дозволить процвітати організації. Ці 14 принципів є такими:

- 1) забезпечуйте стабільність для покращення продуктів і послуг;
- 2) прийміть нову філософію управління підприємством;
- 3) перестаньте залежати від перевірки, щоб досягти якості;
- 4) працюйте з окремими постачальниками, а не ведіть бізнес лише на основі ціни закупок;
- 5) здійснюйте постійне вдосконалення: ніколи не припиняйте оцінювати свої процеси планування, виробництва та обслуговування;
- 6) проводьте регулярне навчання на робочому місці;
- 7) візьміть сильне лідерство на себе;
- 8) позбудьтеся страху;
- 9) знищіть будь-які бар'єри між персоналом;
- 10) уникайте або позбудьтеся гасел, закликів і цілей для працівників;
- 11) не встановлюйте кількісні норми і завдання;
- 12) скасуйте щорічні перевірки чи рейтингові системи та відкрийте можливості для того, щоб люди відчували гордість за свою роботу;
- 13) заохочуйте постійну освіту та самовдосконалення в усій компанії;
- 14) залучайте кожного в компанії до змін [10].

Впровадження запропонованої системи матиме позитивний вплив на діяльність ПП «Аграрна компанія 2004», оскільки вирішить низку проблем підприємства. Буде проводитись постійна модернізація основних засобів та технологічних процесів; ретельний контроль якості сировини та матеріалів; буде застосовуватись навчання з контролю якості не тільки співробітників відділу контролю якості, а й усіх працівників підприємства. Це, в свою чергу, дозволить забезпечити підприємству стабільну підтримку високої якості продукції та товарів; встановити тісний зв'язок між результатами праці та її оплатою і, відповідно, підвищити мотивацію персоналу; дозволить не втратити існуючі сегменти ринку, а навпаки їх розширити; збільшити конкурентні переваги при участі у тендерах, міжнародному співробітництві тощо.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

За останні роки, одним із важливих чинників у галузі управління стала якість. Через збільшення різноманітних видів продукції та послуг, відповідно підвищився рівень вимог споживачів до якості, якого повинні дотримуватись товаровиробники. Сьогодні багато українських компаній зосереджуються на реструктуризації та вдосконаленні своєї діяльності, оскільки більшість підприємств дотепер використовують застарілі методи управління якістю, що робить їх менш конкурентоспроможними на тлі зростаючої конкуренції на світовому ринку. Найбільш поширеною інноваційною концепцією останніх років є TQM

(система загального управління якістю), яка довела свою ефективність у глобальному економічному просторі. Вона допомагає вирішити проблеми, які пов'язані зі збільшенням випуску високоякісної продукції, зацікавленості та вмотивованості співробітників, а також зробити управління виробництвом більш ефективним. За наявного ресурсного потенціалу на вітчизняних підприємствах, адаптувати TQM до них абсолютно можливо. Передусім, необхідно повністю переосмислити підхід до управління організацією, а також проводити тренінги, щодо ознайомлення працюючих із системою TQM.

Література

1. Deming W. Edwards. Out of the Crisis: reissue. 2018.
2. Плешу Г., Шаповал С.С, Фоменко Г.С. Управлінські інновації як головний чинник реструктуризації підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Праці Одеського політехнічного університету. 2009. Вип. 1(31). С. 193–198.
3. Edward Sallis. Total Quality Management in Education. 2002.
4. Introduction to Total Quality Management Example. URL: <https://www.educba.com/total-quality-management-example/>
5. Момот О. І. Менеджмент якості та елементи системи якості : навч. посібник. Київ, 2007. С. 226–227.
6. Бондаренко С. М. Особливості використання соціально-орієнтованої концепції загального управління якістю TQM в Україні. Технології та дизайн. 2014. № 1 (10). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2014_1_8.
7. Дудко П. Переваги та недоліки впровадження тотального управління якістю (TQM) на підприємстві. Економіко-правова парадигма розвитку сучасного суспільства. 2016. URL: <https://studlib.org.ua/index.php/eprs/article/view/87/83>.
8. ПП "Аграрна компанія 2004". URL: <https://opendatabot.ua/c/33007579>
9. ПП "Аграрна компанія 2004". URL: <https://vkursi.pro/card/pp-ahrnaa-companiia-2004-33007579>
10. What is TQM? A company-wide strategy for customer satisfaction. URL: <https://www.cio.com/article/217660/what-is-tqm-a-company-wide-strategy-for-customer-satisfaction.html>

References

1. Deming W. Edwards. Out of the Crisis: reissue. 2018.
2. Pleshu H., Shapoval S.S, Fomenko H.S. Upravlinski innovatsii yak holovnyi chynnyk restrukturyzatsii pidpriemstv-subiektiv zovnishnoekonomichnoi diialnosti. Pratsi Odeskoho politekhnichnoho universytetu. 2009. Vyp. 1(31). S. 193–198.
3. Edward Sallis. Total Quality Management in Education. 2002.
4. Introduction to Total Quality Management Example. URL: <https://www.educba.com/total-quality-management-example/>
5. Momot O. I. Menedzhment yakosti ta elementy systemy yakosti : navch. posibnyk. Kyiv, 2007. S. 226–227.
6. Bondarenko S. M. Osoblyvosti vykorystannia sotsialno-orientovanoi kontseptsii zahalnoho upravlinnia yakistiu TQM v Ukraini. Tekhnolohii ta dizain. 2014. № 1 (10). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2014_1_8.
7. Dudko P. Perevahy ta nedoliky vprovadzhennia totalnoho upravlinnia yakistiu (TQM) na pidpriemstvi. Ekonomiko-pravova paradyhma rozvytku suchasnoho suspilstva. 2016. URL: <https://studlib.org.ua/index.php/eprs/article/view/87/83>.
8. PP "Ahrarna kompaniia 2004". URL: <https://opendatabot.ua/c/33007579>
9. PP "Ahrarna kompaniia 2004". URL: <https://vkursi.pro/card/pp-ahrnaa-companiia-2004-33007579>
10. What is TQM? A company-wide strategy for customer satisfaction. URL: <https://www.cio.com/article/217660/what-is-tqm-a-company-wide-strategy-for-customer-satisfaction.html>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-41>

УДК: 005.4:004(477)(045)

Людмила ШАТАЛОВА

ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»

<https://orcid.org/0000-0003-2671-5138>

e-mail: shatalovaljudmyla@gmail.com

ПЕРЕДУМОВИ АДАПТИВНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: НАЦІОНАЛЬНИЙ ВИМІР

В статті визначено фактори, що формують середовище адаптивного управління бізнес-процесами в умовах цифрової трансформації, та характер їх впливу. Визначено, що характерними особливостями цифрових технологій виступають інтеграція, інтелектуалізація, індивідуалізація. Зазначено, що бізнес-процес як послідовність взаємопов'язаних подій, що забезпечують результат діяльності суб'єкту господарської діяльності, залежить від багатьох факторів на кожному із етапів. Визначено, що орієнтація бізнес-процесів на результативність обумовлює об'єктивну необхідність класифікації чинників за характером впливу – позитивного чи негативного. Серед сприятливих умов виділені структурні зрушення на ринку праці під впливом цифровізації, формування кіберфізичних систем і платформових технологій. Загрози несприятливих факторів знаходяться в демографічній і інституціональній площинах та пов'язані з деглобалізацією, ресурсною неспроможністю.

Ключові слова: адаптивне управління; бізнес-процес; цифрові технології; фактори впливу на бізнес-процес; кіберфізична система; платформова технологія.

Liudmyla SHATALOVA

SO "Institute Of Market And Economic&Ecological Researches of the National Academy of Sciences of Ukraine"

PREREQUISITES OF ADAPTIVE MANAGEMENT OF BUSINESS PROCESSES IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION: THE NATIONAL DIMENSION

The article defines the factors that form the environment of adaptive management of business processes in the conditions of digital transformation, and the nature of their influence. It was determined that the characteristic features of digital technologies are integration, intellectualization, and individualization. It is noted that the business process as a sequence of interrelated events that ensure the result of the activity of the subject of economic activity depends on many factors at each of the stages. It has been determined that the orientation of business processes on performance determines the objective necessity of classifying factors according to the nature of the impact - positive or negative. Among the favorable conditions, structural shifts in the labor market under the influence of digitalization, the formation of cyber-physical systems and platform technologies are highlighted. Structural shifts in the labor market under the influence of digitalization are associated with changes in labor relations, forms of employment, the quality of labor resources and their motivation, which will certainly contribute to changes in business models and their management. Cyber-physical systems, embodying material and virtual space, contribute to prompt response to problem situations, effective use of resources, and synchronization of work operations. Platform technologies help reduce transaction costs and save time. The threats of unfavorable factors are in the demographic and institutional planes and are related to deglobalization, resource failure. Unfortunately, it has been determined that the negative trends associated with the decrease in the number of labor resources and the deterioration of their quality characteristics will intensify. It is substantiated that in Ukraine at the current stage of development, the institutional environment does not have enough motivating motives for the effective use of the potential opportunities of business entities in the field of digitalization. It is noted that the resource failure is multi-layered and is a consequence of imperfect state regulation of the national economy, institutional environment, and low labor productivity. Prospects for further research are related to today's challenges and substantiation of the possibilities of using digital technologies in the construction of business models during the post-war reconstruction of our state.

Keywords: adaptive management; business process; digital technologies; factors influencing business processes; cyber physical system; platform technology.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Характерною властивістю сучасності є невизначеність. Суб'єкти господарювання функціонують в складних умовах, в яких підтримувати стан гомеостазу з кожним роком стає складніше. Замість традиційної цілі максимізації прибутку їх першочерговою ціллю стає покриття витрат, тобто простого виживання та пристосування до мінливих умов. Як результат, управління бізнес-процесами стає гнучким і оперативним, тобто адаптивним. Витоки адаптивного управління пов'язані із ситуаційним підходом в менеджменті. В сучасних умовах стрімкий розвиток цифрових технологій стає водночас і рятувальним колом, і новим викликом для суб'єктів господарювання. Опанування цифрових технологій стане шляхом подолання викликів сучасності, водночас плата за їх несприйняття зростатиме в геометричній прогресії. Очевидно, що визначення чинників адаптивного управління бізнес-процесами і характеру їх впливу, як компас, дозволить визначити напрями подальшого руху суб'єктів економічних відносин, а також загрози та можливості зі сторони оточуючого середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Феномен цифрової трансформації знаходиться в центрі уваги сучасних українських вчених, серед яких слід виділити таких, як В. Апальков, Б. Буркинський, О. Вишневський, В. Геєць, А. Гриценко, С. Князєв, О. Лайко, М. Мельник, Т. Уманець, Л. Федулова, С. Філіппова, Н. Шлафман та ін. Теоретико-методологічні засади адаптації механізму функціонування підприємств висвітлені в роботах таких вітчизняних вчених: С. Алексєєв, В. Антонов, М. Буднік, А. Козаченко, О. Кравченко, Ж. Крисько, Т. Савіна, С. Пілецька, Т. Коритько, О. Расвєва, Ю. Степанова, Н. Турица, Л. Фесик та ін. Увага вчених фокусується на сутності адаптивного управління, підходах до побудови адаптивних управлінських систем, критеріях оцінки ефективності їх реалізації тощо. В роботах зазначених вчених висвітлені питання адаптації організаційно-управлінської системи підприємства до змінних умов зовнішнього середовища, однак певною мірою поза увагою залишаються нові аспекти забезпечення довгострокової адаптації підприємств в умовах перманентної нестабільності оточуючого середовища та цифрової трансформації економіки України.

Виділення невирішених частин загальної проблеми

Теоретико-методологічні напрацювання вітчизняних та зарубіжних вчених за даною тематикою дослідження викликають інтерес та повагу. Водночас масштабність та глибина проблеми впливу цифровізації на адаптивне управління бізнес-процесами обумовлюють наявність певних протиріч, зокрема, і в визначенні передумов адаптивного управління бізнес-процесами в умовах цифровізації економіки України та характеру їх впливу, оскільки вони одночасно створюють обмеження і формують стимули у поведінці суб'єктів господарювання, визначають перспективи їх діяльності.

Формулювання цілей статті (постановка завдання)

Метою статті є визначення факторів впливу на адаптивне управління бізнес-процесами та характеру їх впливу в умовах цифровізації економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження

з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів

Як один із видів трансформаційних механізмів адаптаційний механізм передбачає зміни в системі, що сприяють пристосуванню до впливів зовнішнього середовища, зберігаючи при цьому її принципові іманентні властивості [1, с. 263]. На практиці адаптація набуває форми оперативної-відповідної реакції суб'єкту дослідження на неминучі зміни чинників зовнішнього середовища. Проектування феномену адаптації на управління бізнес-процесами пов'язане з поступовим узгодженням вимог бізнес-процесів суб'єктів підприємницької діяльності та ринків [2, с. 66].

На сучасному етапі розвитку суспільства цифрові технології набувають особливого значення, проходячи червоною лінією кризь всі сфери його діяльності (врядування, фінанси, сфери виробництва і обігу), трансформуючи сутнісне наповнення та форму прояву відносин між структуроутворюючими елементами. Цифрова трансформація вийшла за межі суто виробничої діяльності, оскільки здійснює системний вплив на всі сфери життєдіяльності людини, викликає якісні зміни не тільки в усіх секторах економіки, але й в соціальній сфері, глибоко трансформуючи суспільні відносини. Цифрова трансформація пронизує всі види бізнес-процесів: основні, допоміжні, бізнес-процеси управління, бізнес-процеси розвитку [3, с. 235]. В основних бізнес-процесах цифрові технології надають можливість маркувати, відстежувати, локалізувати і обмінюватися даними, пов'язаними з виробництвом продукції за всім ланцюгом створення доданої вартості, що сприяє підвищенню ефективності використання ресурсів і раціональному вибору суб'єктів господарювання і споживачів. Потенціал цифрових технологій для допоміжних бізнес-процесів створює умови для своєчасного виявлення проблемних ситуацій, в процесах управління бізнес-процесами інструменти цифрового документообігу, комунікації, аналізу та накопичення інформації сприяють своєчасно і гнучко приймати управлінські рішення.

Сучасним цифровим технологіям притаманні певні особливості:

- інтеграція, що забезпечує глобальний взаємозв'язок людини з людиною і розумними машинами, а також розумних машин між собою без участі людини;
- інтелектуалізація виробничих процесів, яку забезпечують технології штучного інтелекту;
- індивідуалізація, що витісняє традиційні серійні виробництва орієнтовані на максимізацію обсягів виробництва.

Для країн Європейського Союзу найбільш сприятливими для цифрової трансформації визначені такі сфери, як: виробництво, охорона здоров'я, будівництво, сільське господарство і мобільність [3]. Так, наприклад, в сфері виробництва цифрові технології сприяють більшій координації технологічних процесів, підвищенню продуктивності і безпеки праці, ефективності профілактично обслуговування засобів виробництва, оскільки технології штучного інтелекту, кобо- і роботизація створюють умови для безперервної роботи, моніторингу та управління господарською діяльністю. В галузі охорони здоров'я цифрові технології створюють умови для взаємодії у віртуальному середовищі, завдяки чому забезпечується економія матеріальних ресурсів і ресурсу часу. Під час санітарно-епідеміологічних обмежень в період

COVID пандемії в країнах Європейського Союзу кількість телемедичних консультацій лікарів протягом 1 місяця зросла більше, ніж за 10 років, що сприяло зменшенню черг в закладах охорони здоров'я і контактів між людьми [4]. Однією із цілей Цифрового компасу на 2030 р., що є дорожньою картою цифрової трансформації країн ЄС, є створення електронних медичних карт для всього населення Європейського Союзу. Цифрові технології створюють можливості для лікування смертельних хвороб. Так, наприклад, створення цифрової копії людини та моделювання процесів лікування різними методами дозволить створити прорив в лікуванні хвороб, які раніше вважалися невиліковними. Згідно прогнозів сучасних вчених та практиків в недалекому майбутньому людство відмовлятиметься від серійного виробництва ліків на користь виготовлення унікальних індивідуальних ліків для кожної людини в кожному окремому випадку з урахуванням її особливостей, характеру протікання хвороби та інших факторів. Таким чином, завдяки цифровим технологіям створюються можливості для покращення фізичного стану і збільшення тривалості життя людей, які є носіями робочої сили і унікальних компетентностей (в тому числі креативного класу). В галузі будівництва, в якій спостерігається найменше зростання продуктивності праці протягом останніх 20 років, технологічні процеси передбачають велику кількість алгоритмізованих рутинних трудомістких операцій, які мають великий потенціал для роботизації і автоматизації. Потенціал цифрових технологій в галузі сільського господарства здатний забезпечити великий прорив. Наприклад, безперервний аналіз фізико-хімічних параметрів ґрунту з точки зору придатності для вирощування рослин і забруднення, обсягів викидів парникових газів в атмосферу сприятиме підвищенню врожайності сільськогосподарських культур та зменшенню антропогенного тиску на зовнішнє середовище відповідно. Цифрові технології створюють безмежні можливості для заміни людини в нудних, брудних та небезпечних видах робіт, підвищуючи продуктивність робочих операцій і долаючи межі людських можливостей. В сфері мобільності цифрові технології сприяють координації сумісної роботи найрізноманітніших пристроїв і процесів, підвищуючи ефективність їх роботи. Відносно України, то найпридатнішими сферами для цифрової трансформації виступають такі: галузь машинобудування, металургія та добувна промисловість, переробна і легка промисловість, енергетика, інфраструктурні об'єкти, міська інфраструктура, агропереробна галузь, військово-промисловий комплекс, аерокосмічна галузь.

Бізнес-процес як послідовність взаємопов'язаних подій, що забезпечують результат діяльності суб'єкту господарської діяльності, залежить від багатьох факторів на кожному із етапів. Екзогенні та ендогенні фактори, що формують передумови адаптивного управління бізнес-процесами, традиційно різноспрямовані та здійснюють прямий і опосередкований вплив. В умовах нестабільного стану соціо-еколого-економічного середовища, в якому турбулентність набуває перманентний характер, на фоні затяжних санітарно-епідеміологічних обмежень, обумовлених COVID пандемією, та деструктивного впливу воєнної агресії сусідньої країни фактори впливу на адаптивне управління бізнес-процесами доцільно диференціювати за ознаками раціональності (раціональні та ірраціональні) та можливості прогнозування (прогнозовані та непередбачені). Водночас орієнтація на результативність бізнес-процесів, на думку автора, обумовлює об'єктивну необхідність класифікації факторів впливу на них за ознакою характеру впливу – позитивного чи негативного.

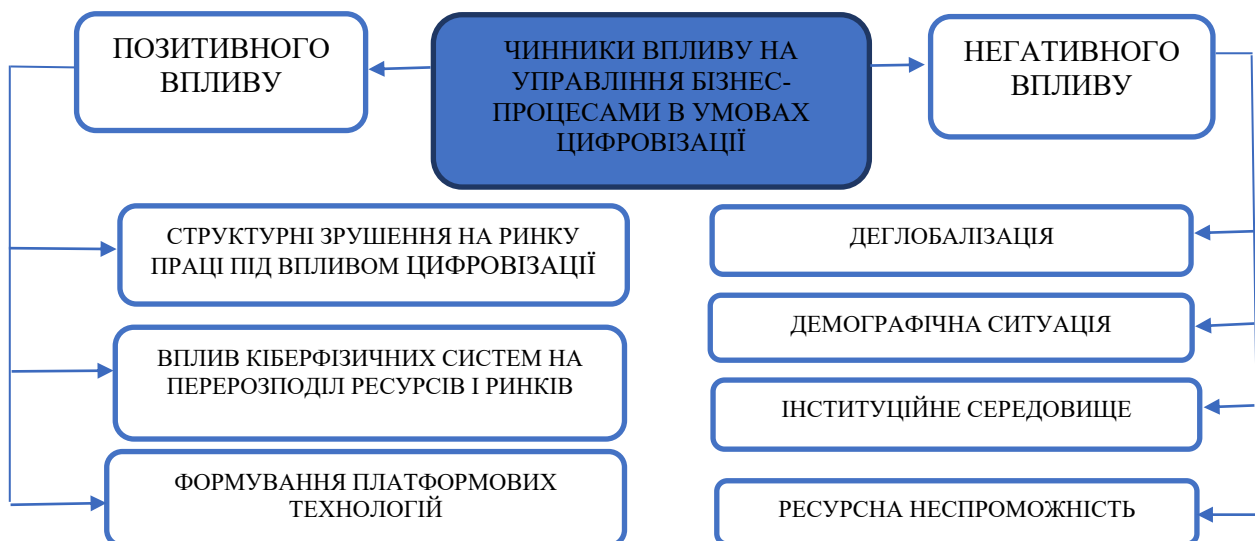


Рис. 1. Фактори адаптивного управління бізнес-процесами в умовах цифровізації

За досить лаконічною назвою кожного із факторів криються складні процеси, у зв'язку з чим доцільно зупинитися окремо на кожному із них.

Структурні зрушення на ринку праці під впливом цифровізації. Ринок праці є індикатором змін, що відбуваються в соціоекономічному просторі держави, які необхідно враховувати при управлінні бізнес-процесами. Під впливом цифрових технологій в сфері праці відбуваються наступні зміни [5]:

- зміст праці ускладнюється, інтелектуалізується;
- скорочується життєвий цикл існуючих професій, формуються нові професії;
- розширюються вимоги до компетентнісного потенціалу робочої сили;
- формуються і поширюються нові моделі трудових відносин і форми зайнятості.

На сучасному ринку праці короткострокові трудові відносини партнерського характеру витісняють довгострокові із найманим характером праці, розмиваються межі між робочим та вільним часом, стираються рамки робочого місця, традиційна модель просування шаблями кар'єрного росту протягом життєвого циклу замінюється моделлю кількох робіт проектного характеру, зменшується соціальна відповідальність роботодавців та формалізація трудових відносин.

Очевидно, що вищезазначені тренди на ринку праці створюють додаткові можливості для роботодавців, оскільки вони мають можливість залучати високопрофесійних працівників з інших країн, знижувати витрати на утримання робочих місць та соціальні зобов'язання.

Вплив кіберфізичних систем на перерозподіл ресурсів і ринків. Виклики сьогодення обумовлюють необхідність оцифрування об'єктів матеріального світу та створення кіберфізичних систем (КФС), що представляють собою мережу взаємодіючих фізичних і обчислювальних компонентів, зданих адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Унікальність кіберфізичних систем міститься в тому, що в них фізичні об'єкти, процеси і їх цифрові копії (математичні моделі) завдяки створенню унікальних інтегрованих систем безперервно взаємодіють між собою, моделюючи реальні процеси і прогнозовані стани. В КФС датчики, обладнання та інформаційні системи з'єднані упродовж усього ланцюга створення вартості, який виходить за межі одного підприємства або бізнесу [6, с. 72].

Для КФС характерні такі особливості [7, с. 28]:

- фізична система є найважливішим структуроутворюючим елементом;
- ядром виступають інформаційні системи;
- інтеграція гетерогенних систем;
- вимоги щодо безпеки, можливості роботи в режимі реального часу та прогнозованості.

Унікальність КФС міститься в тому, що вони поєднуючи фізичні об'єкти алгоритмізованими операціями, створюють середовище, яке здатне змінювати самі фізичні об'єкти, процеси і зв'язок між ними. КФС створюють умови, в яких відбувається оперативне реагування на проблемні ситуації, ефективно використовуються ресурси, робочі операції оптимізуються і синхронізуються. КФС допомагають управляти всіма сферами бізнесу: взаємовідносин з клієнтами, ресурсами, складами, транспортом, даними. Водночас створення КФС є капітаоемним, залежним від рівня розвитку загальної цифрової інфраструктури (мережі передачі даних і інженерного забезпечення), вимагає високого рівня цифрових компетенцій працівників.

Формування платформових технологій. Розвиток платформових технологій обумовив формування концептуально нового базисно-господарського інституту – цифрової платформи, яка була створена як технічний інструмент, що забезпечує взаємодію різних суб'єктів соціоекономічного середовища. Цифрова платформа – це єдина сукупність реєстрів суб'єктів і об'єктів різних комунікацій (споживачів, виробників, послуг тощо), алгоритмів їх взаємодії і сховищ даних, здійснених між ними транзакцій, яка діє онлайн. Цифрові технології, що забезпечують збільшення обчислюваних потужностей та зберігання великих розмірів інформації, змінюють концептуальні основи формування вартості, оскільки цифрові платформи створюють цінності на основі мережевого ефекту, а не традиційним способом – перенесенням вартості уречевленої праці на вартість готового продукту та додаванням новоствореної вартості робочою силою. Успіх платформи залежить від її здатності залучати достатню кількість суб'єктів ринку. Кожний додатковий користувач платформи створює вигоду для інших учасників, що в підсумку трансформується у ресурс для саморозвитку, тобто проявляється так званий «мережевий ефект». Першочергове значення має залучення великої кількості користувачів, яка формує цінність цифрових платформ.

Цифрові платформи, володіючи такими унікальними ресурсами, як інформація, не мають власних матеріальних ресурсів. Сутність їх діяльності зводиться до координації чужих ресурсів. Компанії Uber вдалося масштабувати свій бізнес в 69 країнах за 11 років існування. В ній працюють 26900 співробітників та 5 млн водіїв, які володіють або орендують автомобілі [8]. Основними ресурсами компанії Uber є застосунок, який координує діяльність водіїв і клієнтів, мережі користувачів, дані і бренд.

Синергетичний ефект від взаємодії на основі цифрових платформ забезпечують три основні функції: залучення, стимулювання, об'єднання. Залучення великої кількості виробників та споживачів є необхідною умовою функціонування цифрової платформи. Цифрові платформи мають стимулювати взаємодію між виробниками та споживачами за рахунок надання більш вигідних умов порівняно з традиційними каналами зв'язку для прискореного обміну та кругообігу цінностей. Результатом попередніх двох функцій має стати об'єднання, завдяки якому реалізується інтерес кожного із учасників платформи.

Економічні вигоди використання цифрових платформ пов'язані зі зниженням витрат, підвищенням якості продукції, робіт, послуг, економії часу, збільшенням обсягів продажів, вдосконаленням господарських зв'язків, зменшенням нерівномірності доступу до інформації.

Деглобалізація. Енергетична криза початку 80-х років XX ст. активізувала світові глобалізаційні процеси, а фінансова криза 2008 р. XXI ст. спровокувала їх гальмування. Епоха глобалізаційного капіталізму продовжує розчинятися, але вже в тіні чорних лебедів, якими стали COVID-пандемія і жорстока безглузда військова агресія сусідньої квазі-держави. Слід зазначити, що між I і II Світовими війнами минулого століття мала місце відмова від лібералізації і вільної торгівлі. На сучасному етапі розвитку глобалізація втрачає свою актуальність, держави вводять обмеження та мита, прагнуть регулювати всі сторони зовнішньоекономічних відносин. Посилюється тренд на економічний націоналізм. Заради справедливості слід визнати доцільність захисту національних інтересів країн в умовах панування транснаціональних корпорацій, що користуються розмитими кордонами лише у власних інтересах, отримуючи доступ до ринків сировини і збуту продукції менш економічно розвинутих країн. Зокрема, занепад багатьох галузей національної економіки України став результатом відсутності своєчасної протекціоністської політики з боку держави (машинобудування, виноробство, паперова і текстильна промисловість та ін.).

Водночас економічна оцінка світових подій в світових масштабах дає підстави не вважати деглобалізаційні процеси позитивним фактором. Зокрема, мова йде про:

- скорочення часу між рецесіями і зниження темпів економічного зростання в світовому масштабі. Згідно даних Міжнародного валютного фонду середній темп зростання світового ВВП в 2010-2020 рр., поступається зазначеному показнику попереднього десятиліття, який досяг 3,9%. В той час, як у 80-ті роки XX ст. темпи зростання світового ВВП становили 3,2%, у 90-ті – 3,1%. За даними Світового банку динаміка світового ВВП в 2020 р. порівняно з попереднім роком мала від'ємне значення (-3,2%), в 2021р. і 2022 р. спостерігалось зростання на 5,9 % і 2,9 % відповідно [9]. В умовах сучасної геополітичної розбалансованості в більшості економічно розвинених країнах світу інфляційний тиск змушує центральні банки проводити політику монетарної рестрикції, підвищуючи процентні ставки і жертвуючи економічним зростанням. Лише Центральні банки Туреччини і Китаю знижують ключову відсоткову ставку, не зважаючи на ризики зменшення попиту.

- стиснення обсягів міжнародної торгівлі. До світової фінансової кризи (1990–2007 роки) торгівля товарами у світі зростала приблизно вдвічі швидше, ніж світовий ВВП за ринковими обмінними курсами. Але згодом зростання обох цих показників практично синхронізувалося [10].

- скорочення обсягів міжнародного капіталу.

Демографічна ситуація. Ландшафт демографічної сфери важливий, оскільки носіями робочої сили є люди. За даними фахівців Українського інституту майбутнього в розвинутих країнах людський капітал формує 70% національного багатства, в той час як в Україні лише 30% [11]. Людські ресурси та цифрові технології стануть головними драйверами повоєнного відновлення економіки України. На превеликий жаль, протягом останніх трьох десятиліть склалася стійка тенденція природного скорочення населення України. Згідно офіційним статистичним даним станом на 01.01.2022 р. порівняно зі станом на 01.01.1991 р. чисельність наявного населення України зменшилась на 10,777 млн осіб, що склало 21 % [12]. За той же період часу медіанний вік зріс на 2,6 роки і станом на 01.01.2022 р. склав 42 роки. Демографічне навантаження на населення у віці 15-64 роки протягом останніх трьох десятиліть мало різноспрямовані зміни, проте станом на 01.01.2022 р. порівняно зі станом на 01.01.1991 р. на 1000 осіб постійного населення у віці 15–64 роки припадало менше на 24 особи, які знаходились за межами зазначеної вікової групи. Негативною тенденцією є зменшення демографічного навантаження дітьми та збільшення особами у віці старше 65 років, що свідчить про загальну тенденцію старіння населення [13]. Через воєнні дії в Україні відбувається загибель військового та мирного населення, люди вимушені виїжджати в інші держави в пошуках безпечних умов життєдіяльності, а їх затяжний характер – інтегруватися в іноземні ринки праці і системи освіти. Виїжджають з нашої держави люди працездатного віку з високим рівнем освіти та досвідом, водночас люди похилого віку обмежені в таких можливостях і вимушені залишатися в тяжких умовах. В умовах цифрової трансформації молоде покоління набуває особливого значення, оскільки потенціал молодих людей, які є цифровими аборигенами, дозволяє їм своєчасно адекватно і креативно реагувати на сучасні виклики. Крім того, молоді люди більше схильні інвестувати, ніж зберігати гроші, що властиво людям старшого віку. В свою чергу, країни-реципієнти робочої сили України отримують готових кваліфікованих працівників у віці споживання, яких не потрібно виховувати, навчати, і які погодяться працювати за невеликі заробітні плати. Таким чином, в Україні формуються передумови для ще більшого загострення існуючих проблем в демографічній сфері. Катастрофічні наслідки руйнівної агресії сусідньої країни десятиліттями відгукуватимуться в функціонуванні українського суспільства, оскільки відтворення людського капіталу, що виступає одним із головних факторів виробництва, – це довготривалий процес.

Інституційне середовище як система умов, правил, форм, що визначають поведінку економічних суб'єктів і за якими стоїть система інститутів та інституцій, необхідних для досягнення ефективного розвитку економічних систем, визначають «правила гри» у суспільстві та обмежувальні рамки у взаємовідносинах між людьми, задають структуру спонукальних мотивів людської взаємодії. Інституційні

зміни визначають те, як суспільство розвивається у часі, і, таким чином, є ключем до розуміння історичних змін [14]. Інститути зменшують невизначеність, структуруючи повсякденне життя, вказують напрямок руху, конкурують і згодом змінюються самі.

На вимогу часу з метою реалізації державної політики в сфері цифровізації українського суспільства створено Міністерство цифрової трансформації та Комітет цифрової трансформації Верховної Ради України. Нормативно-правове підґрунтя сфери цифровізації в Україні формують ряд Законів України, а саме: «Про електронну комерцію», «Про електронні довірчі послуги», «Про електронні комунікації», «Про особливості надання публічних (електронних публічних) послуг», «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні» тощо. Крім того, протягом останніх семи років урядом України схвалено низку концепцій, в яких частково відображені питання цифровізації сфери публічного управління та розвитку цифрових компетентностей.

В Україні на сучасному етапі розвитку інституційне середовище має не достатньо спонукальних мотивів для ефективного використання потенціальних можливостей суб'єктів господарювання в сфері цифровізації. Серед проблемних питань слід виділити такі:

- фрагментарний характер регулювання сфери цифрових технологій як реакція на загострення проблеми та відсутність системного висвітлення особливостей її функціонування в документах стратегічного характеру;
- недостатня координація дій на рівні органів законодавчої, виконавчої влади та органів місцевого самоврядування в сфері регулювання відносин сфери цифрових технологій;
- недостатня інтеграція України в світовий цифровий простір та гармонізація вітчизняного законодавства з правовими нормами Європейського Союзу у сфері цифрових відносин;
- високий рівень корупційної складової в діяльності органів державної і місцевої влади.

Масштабність цифрової трансформації, завдяки якій вигоди отримує все суспільство, обумовлюють залучення держави в особі органів державної влади до процесу цифрової модернізації. Зокрема, в процесі цифровізації держава повинна стати лідером та експериментатором, регулятором і захисником, популяризатором. Діяльність органів державної влади повинна сприяти створенню умов для доступу суб'єктів господарювання до фінансових ресурсів та інформації, забезпечуючи при цьому безпеку.

Ресурсна неспроможність. На жаль, ресурсна неспроможність є багатошаровою і різноспрямованою. І представники бізнесу, і населення, і державні органи стикаються з дефіцитом ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових та ін.), а їх успіх є взаємозалежним і взаємообумовленим. Ресурсна неспроможність суб'єктів господарювання є наслідком недосконалості державного регулювання національної економіки, інституційного середовища (в тому числі деструктивного впливу корупційної складової), низької продуктивності праці. Можливість і успіх впровадження цифрових технологій суб'єктами господарювання залежать від рівня розвитку твердої та м'якої цифрової інфраструктури в державі та регіоні. Стан і можливості живої та уречевленої праці суб'єктів господарювання визначають рівень розвитку їх компетентнісного потенціалу в умовах цифровізації економіки України. В Україні ступінь зносу матеріальних активів в 2021 р. досяг 57,6%, в тому числі в переробній промисловості 60,2%, в галузі інформації та телекомунікації 55,7%, в галузі професійної, наукової та технічної діяльності 65,6% [13], наслідком чого є низька продуктивність праці. Ступінь залучення робочої сили до господарської діяльності в великій мірі залежить від її якості, зокрема, від рівня її компетентнісного потенціалу. В умовах цифрової трансформації інтелектуалізація праці обумовлює кардинальні зміни у сфері праці і трудових відносинах. Все більша кількість професій і робочих місць вимагає наявності цифрових компетенцій, люди мають співпрацювати з розумними машинами в безперервних потоках інформації. На превеликий жаль, ситуація складається не на користь покращення якості трудового потенціалу, оскільки задоволення базових потреб матиме першорядне значення. Згідно даним Світового банку, в 2022 р. в Україні рівень бідності зріс з 5,5% до 24,2%, штовхнувши до бідності ще 7,1 млн осіб, причому найгірша ситуація складається в сільській місцевості. В умовах зростання безробіття (на кінець 2022 р. рівень безробіття неофіційно становив 36%) та інфляції (на кінець 2022 р. – 26,6%) створюються передумови для поглиблення негативних тенденцій [14].

Від якісних характеристик робочої сили залежить їх здатність адаптуватися до нових можливостей рефлексивно-активного середовища, що створюють цифрові технології, оскільки цифрова грамотність робочої сили визначатиме їх здатність застосовувати цифрові технології на всіх етапах бізнес-процесів.

Дуже важливим є розуміння того, що низький рівень доходів населення є першорядним деструктивним фактором, оскільки витрати бізнесу на цифрову модернізацію обумовлять, крім підвищення якості продукції та послуг, зростання цін на готову продукцію. Очевидно, що кінцевими платниками стануть споживачі. Таким чином, здатність суспільства пред'являти платоспроможний попит на продукцію, виготовлену за допомогою цифрових технологій, повинна бути в центрі уваги представників бізнесу та держави.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку

Перелік визначених факторів, що впливають на управління бізнес-процесами на засадах адаптивності, не є вичерпним, що витікає зі складності самих бізнес-процесів. Кожний етап бізнес-процесу

залежить від великої кількості факторів, які діють прямо чи опосередковано, мають короткостроковий або довгостроковий вплив. Цифрові технології створюють безмежні можливості для ефективного використання обмежених ресурсів, проте не всі суб'єкти економічної діяльності з суб'єктивних та об'єктивних причин мають можливість бути залученим до їх використання. Перспективи подальших досліджень пов'язані із викликами сьогодення та обґрунтуванням можливостей застосування цифрових технологій при побудові бізнес-моделей під час повоєнного відновлення нашої держави.

Література

1. Melnik L.G. (2021). Economics of Development]. Sumy: Universitetskaya kniga.
2. Уманець Т.В., Дарієнко О. Теоретичне підґрунтя адаптивного управління бізнес-процесами в умовах цифровізації економіки України. Вісник Хмельницького національного університету Серія: «Економічні науки». № 6 Том 2, 2022. С. 64-69.
3. Адаптація управління бізнес-процесами в умовах цифровізації економіки: теоретичний аспект / за заг. ред. Уманець Т.В. ; НАН України, ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України». Одеса : ДУ ІРЕЕД НАНУ, 2022. 380 с.
4. 2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade. URL: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2021/03/2030-Digital-Compass-the-European-way-for-the-Digital-Decade.pdf>
5. Shatalova L.S. Directions of the influence of digital technologies on the labor sphere: global and national dimensions. Economic innovations. 2022. Volume 24 № 4(85). P. 173-181.
6. Єршова О. Л., Одноволик В. І., Бажан Л. І. Кіберфізичні системи як основа смартекономіки. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2019. № 1-2. С. 69-79.
7. Liu Y., Peng Y., Wang B. L., Yao S. R., and Liu Z. H. Review on cyber-physical systems. IEEE/CAA Journal of Automatica Sinica, vol. 4, no. 1, pp. 27–40, Jan. 2017.
8. World Employment and Social Outlook 2021: The role of digital labour platforms in transforming the world of work. International Labour Office. Geneva: ILO, 2021.
9. Global Economic Prospects. URL: <http://surl.li/gmmz>
10. Сподіваючись на відновлення. Куди прямує глобальна економіка. URL: <https://niss.gov.ua/news/statti/spodivayuchys-na-vidnovlennya-kudy-pryamuye-hlobalna-ekonomika>
11. Важливість розвитку людського капіталу у сучасному світі. Якою має бути стратегія України. URL: <https://uifuture.org/publications/vazhlyvist-rozvytku-lyudskogo-kapitalu-u-suchasnomu-sviti-yakoyu-maye-buty-strategiya-ukrayiny/>
12. Населення України за 2021 рік. Статистичний збірник. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/10/zb_nasel%20_2021.pdf
13. Наявність і рух матеріальних активів за видами економічної діяльності. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/ibd/osn_zas/arh_mat_akt_za_ved_u.htm
14. Pawn shops and bread queues: poverty grips Ukraine as war drags on. URL: <https://www.theguardian.com/world/2023/apr/30/ukraine-war-poverty-irpin-pawn-shops-bread-queues>

References

1. Melnik L.G. (2021). Economics of Development]. Sumy: Universitetskaya kniga.
2. Umanets T.V., Darienko O. Teoretychne pidgruntia adaptivnoho upravlinnia biznes-protsesamy v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky Ukrainy. Herald of Khmelnytskyi National University. № 6 Том 2, 2022. С. 64-69.
3. Adaptatsiia upravlinnia biznes-protsesamy v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky: teoretychnyi aspekt / za zah. red. Umanets T.V. ; NAN Ukrainy, DU «Instytut rynku i ekonomiko-ekolohichnykh doslidzhen NAN Ukrainy». Odessa : DU IREED NANU, 2022. 380 s.
4. 2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade. URL: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2021/03/2030-Digital-Compass-the-European-way-for-the-Digital-Decade.pdf>
5. Shatalova L.S. Directions of the influence of digital technologies on the labor sphere: global and national dimensions. Economic innovations. 2022. Volume 24 № 4(85). P. 173-181.
6. Iershova O. L., Odnovolik V. I., Bazhan L. I. Kiberfizychni systemy yak osnova smartekonomiky. Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu. 2019. № 1-2. С. 69-79.
7. Liu Y., Peng Y., Wang B. L., Yao S. R., and Liu Z. H. Review on cyber-physical systems. IEEE/CAA Journal of Automatica Sinica, vol. 4, no. 1, pp. 27–40, Jan. 2017.
8. World Employment and Social Outlook 2021: The role of digital labour platforms in transforming the world of work. International Labour Office. Geneva: ILO, 2021.
9. Global Economic Prospects. URL: <http://surl.li/gmmz>
10. Spodivayuchys na vidnovlennia. Kudy priamuie hlobalna ekonomika. URL: <https://niss.gov.ua/news/statti/spodivayuchys-na-vidnovlennya-kudy-pryamuie-hlobalna-ekonomika>
11. Vazhlyvist rozvytku liudskoho kapitalu u suchasnomu sviti. Yakoiu maie buty stratehiia Ukrainy. URL: <https://uifuture.org/publications/vazhlyvist-rozvytku-lyudskogo-kapitalu-u-suchasnomu-sviti-yakoyu-maye-buty-strategiya-ukrayiny/>
12. Naselennia Ukrainy za 2021 rik. Statystychnyi zbirnyk. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/10/zb_nasel%20_2021.pdf
13. Naiavnist i rukh materialnykh aktyviv za vydamy ekonomichnoi diialnosti. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/ibd/osn_zas/arh_mat_akt_za_ved_u.htm
14. Pawn shops and bread queues: poverty grips Ukraine as war drags on. URL: <https://www.theguardian.com/world/2023/apr/30/ukraine-war-poverty-irpin-pawn-shops-bread-queues>

Олена ПАВЛОВА

Волинський національний університет імені Лесі Українки

<https://orcid.org/0000-0003-2583-9593>

e-mail: pavlova.olena@vnu.edu.ua

Олександр ДЕРЖАЙ

Волинський національний університет імені Лесі Українки

e-mail: naukoviyy@icloud.com

Деркач ОКСАНА

Волинський національний університет імені Лесі Українки

e-mail: naukoviyy@icloud.com

Валентина САЦИК

Волинський національний університет імені Лесі Українки

e-mail: naukoviyy@icloud.com

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Банківська система завжди була дуже важливою складовою економіки країни. А в сучасних економічних умовах вона є особливо важливою, оскільки для того, щоб стабілізувати фінансово-економічну ситуацію в Україні, необхідна надійна, працююча та розвинена банківська система. Для її забезпечення необхідно дослідити ефективність функціонування банківського сектору України та визначити чинники, які на неї впливають. Це визначає актуальність заходів, спрямованих на реформування банківської системи з урахування поточної ситуації. В статті узагальнено поняття «ефективність банківської діяльності», визначено фактори, які впливають на рівень ефективності, розглянуто критерії для оцінки ефективності діяльності банків залежно від суб'єктів банківської діяльності. Проаналізовано динаміку кількості існуючих банків протягом 2015-2022 рр. та розглянуто основні показники банківської діяльності і результати діяльності банків. Запропоновано напрямки підвищення ефективності діяльності банків, зокрема зростання доходів, зменшення витрат, зниження ризиків, пов'язаних з виконанням банками покладених на них обов'язків. Для підвищення прибутковості діяльності банку можна запропонувати наступні заходи: 1. Нарощувати власні кошти банку, що сприятиме зростанню ресурсної бази банку і відповідно їх інвестиційного потенціалу; буде однією з передумов залучення іноземних інвестицій; стимулюватиме інтеграційні процеси; забезпечить незалежність банку і створить умови для виживання банків в період посиленої конкуренції на ринку. 2. Слід раціонально та ефективно розміщувати кошти банку для забезпечення його фінансової стійкості. Виконання цієї умови дозволить позбавитися суперечностей між ліквідністю, надійністю та прибутковістю. 3. Фінансове планування. Багато витрат несуть банки внаслідок неузгоджених дій різних управлінь між собою. Фінансовий план дозволяє спрогнозувати доходи, витрати і прибуток банку на рік. І хоча в умовах, які склалися в нашій країні, через нестабільність, інфляцію реальні дані можуть суттєво відрізнятися від запланованих, але пропорції залишаються практично незмінними. Банківська установа повинна реально бачити перспективи свого розвитку і цілі на поточний рік. 4. Сформувати достатні страхові резерви та резервні фонди. Оскільки основна причина банківських банкрутств — неповернення раніше виданих кредитів, то формування цих фондів сприятиме зміцненню надійності й стабільності банку, а отже, і банківської системи України, зменшенню можливих фінансових ризиків у кредитній діяльності. Створення цих резервів гарантуватиме покриття рахунків у діяльності банку, сприятиме підтримці його ліквідності на необхідному рівні. 5. Застосовувати такі інструменти в банківській діяльності, які дозволяють як планувати, так і одержувати додатковий прибуток. Мова йде про ф'ючерси, опціони, форвардні операції з валютою ті інші форми діяльності, які відповідають умовам ринкових відносин. 6. Систематично і всебічно вивчати кредитні ризики, приймати заходи по їх зниженню. З цієї метою необхідно організувати відділи управління кредитними ризиками. 7. Покращувати рівень професіоналізму. Отже, внаслідок війни і нестабільної економічної ситуації в Україні показники ефективності банківського сектору суттєво знизилися. На рівень ефективності банківської системи впливають такі фактори: структура власності в банківському секторі; зміни в операційній діяльності; питома вага на ринку депозитів; капіталізація банків та ін. Прибуток банків зменшився на 72,44 %, а витрати підвищилися на 62,86 %. Тому необхідно розробити ефективний механізм збільшення доходів, зменшення витрат та використання отриманого прибутку. Також варто визначити напрями збільшення прибутковості, які дадуть змогу зменшити ризики та підвищити рентабельність банківської системи.

Ключові слова: банк, банківська діяльність, банківський сектор, ефективність, економіка, прибутковість.

Olena PAVLOVA, Oleksandr DERZHAI,

Oksana DERKACH, Valentina SATSYK

Lesya Ukrainka Volyn National University

ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF THE BANKING SECTOR OF UKRAINE

The banking system has always been essential to the country's economy. Moreover, it is essential in the current economic conditions because to stabilize the financial and economic situation in Ukraine, a reliable, working and developed banking system is necessary. To ensure it, it is necessary to study the efficiency of the banking sector of Ukraine and identify the factors that affect it. This determines the relevance of measures to reform the banking system, considering the current situation. The article summarizes the concept of "efficiency of banking activity," identifies the factors that affect the level of efficiency and considers the criteria for assessing the efficiency of banks depending on the subjects of banking activity. The dynamics of the number of existing banks during 2015-2022 are analyzed, and the leading indicators of banking activity and the results of banks' activity are considered. The

directions of improving the efficiency of banks, in particular, the growth of income, reduction of costs, and reduction of risks associated with the performance of banks' duties are proposed. To increase the profitability of the bank, the following measures can be proposed: 1) to increase the bank's funds, which will contribute to the growth of the bank's resource base and, accordingly, their investment potential; will be one of the prerequisites for attracting foreign investment; will stimulate integration processes; will ensure the bank's independence and create conditions for the survival of banks in a period of increased competition in the market; 2) the bank's funds should be rationally and efficiently placed to ensure its financial stability. Fulfilling this condition will eliminate contradictions between liquidity, reliability, and profitability; 3) financial planning. Banks incur many costs as a result of uncoordinated actions of different departments among themselves. The financial plan allows for the forecasting of the bank's income, expenses, and profit for the year. Moreover, although in the current conditions in our country, due to instability, and inflation, accurate data may differ significantly from the plan, the proportions remain virtually unchanged. The banking institution should see the prospects of its development and goals for the current year; 4) form sufficient insurance reserves and reserve funds. Since the main reason for bank failures is the non-repayment of previously issued loans, the formation of these funds will strengthen the bank's reliability and stability, and hence the banking system of Ukraine, and reduce possible financial risks in lending activities. The creation of these reserves will guarantee the coverage of accounts in the bank's activities and help maintain its liquidity at the required level; 5) to apply such instruments in banking activities that allow both planning and obtaining additional profit. We are talking about futures, options, forward currency transactions, and other forms of activity that meet the conditions of market relations; 6) systematically and comprehensively study credit risks and take measures to reduce them. To this end, it is necessary to organize credit risk management departments; 7) improve professionalism. Thus, due to the war and unstable economic situation in Ukraine, the efficiency of the banking sector has significantly decreased. The efficiency of the banking system is influenced by the following factors: ownership structure in the banking sector; changes in operating activities; share in the deposit market; capitalization of banks, etc. Banks' profits decreased by 72.44%, while expenses increased by 62.86%. Therefore, it is necessary to develop an effective mechanism to increase revenues, reduce costs and use the profits. It is also necessary to identify ways to increase profitability, which will reduce risks and increase the banking system's profitability.

Key words: bank, banking activity, banking sector, efficiency, economy, profitability

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

В сучасних економічних умовах, що характеризуються значними викликами зовнішнього середовища та нестабільністю економічного простору на всіх рівнях, важливе значення має банківська система України. В умовах війни банківська діяльність є однією з найважливіших складових розвитку ринкової економіки. Тому проблема дослідження ефективності банківського сектору України сьогодні постає особливо гостро.

Економічні кризи 1998 р., 2004 р., 2008 р., та 2013-2015 рр. досить сильно похитнули банківську систему. В сьогоденнішніх економічних умовах важливо не допустити негативного впливу факторів на стабільність банків. Тому актуальним є аналіз ефективності їх функціонування та визначення чинників, які впливають на неї.

Аналіз досліджень та публікацій

Ефективність функціонування банківського сектору України досліджували такі вчені, як Гуляєва Л.Н., Євенко І.Ю., Коваленко В.В., Мудра Р.Р., Ніколенко Ю.В., Павлов К.В., Павлова О.М., Стрішенець О.М., Черноус І.М. та ін. Незважаючи на те, що багато вчених досліджували питання ефективності банківського сектору України, це питання залишилося не до кінця вивченим та потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження ефективності функціонування банківського сектору України.

Виклад основного матеріалу

Багато вчених поняття «ефективність банківської діяльності» трактують по-різному. Тому узагальнення до розуміння цього визначення можна побачити в таблиці 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності «ефективність банківської діяльності» [2, 4, 5, 7]

Автор	Визначення
Мудра Р.Р.	- якісні та кількісні показники діяльності банківських установ, результативності їхньої діяльності, яка досягається під час виконання поставлених завдань перед комерційними банками; впровадження певних заходів, котрі б забезпечували оптимальне співвідношення між витраченими ресурсами та отриманими результатами;
Коваленко В.В., Берновська Г.А.	- спроможність виконувати покладені на них функції;
Євенко І.Ю.	- здатність досягати поставлених цілей шляхом оптимального використання ресурсів, враховуючи при цьому не лише мікроекономічну, а й макроекономічну функції банків у ринковій економіці;
Черноус І.М., Гірченко Т.Д.	- приріст результатів діяльності банку за рахунок реалізації заходів щодо його вдосконалення, що відображається співвідношенням отриманих результатів до обсягів залучених і вкладених ресурсів, здійснених витрат, у результаті чого банк досягає поставлених цілей та зростання його ринкової вартості.

Найбільш точним вважаємо визначення Мудрої Р.Р., «ефективність функціонування банків – якісні та кількісні показники діяльності банківських установ, результативності їхньої діяльності, яка досягається під час виконання поставлених завдань перед комерційними банками».

На рівень ефективності банківської системи впливають такі фактори:

- структура власності в банківському секторі;
- зміни в операційній діяльності;
- питома вага на ринку депозитів;
- капіталізація банків та ін. [4, 5].

Для різних суб'єктів банківської системи критерії оцінки ефективності є різні. Розглянемо їх детальніше (табл. 2).

Таблиця 2

Критерії для оцінки ефективності діяльності банків залежно від суб'єктів банківської діяльності

Суб'єкт	Критерій оцінки
Вкладники депозитів	- процентна ставка за депозитами; - умови сплати банком процентів за користування залученими ресурсами: періодичність, із загальної суми або частки; - пільги; - фінансова стабільність банку;
Позичальники	- процентна ставка; - умови одержання позики та платежу;
Правління банку	- ефективність діяльності банку та його підрозділів, а також прибутковість, ліквідність; - можливість управління роботою основних підрозділів банку, ризиками окремих видів його діяльності; - рейтинг банку;
Акціонери банку	- фінансова стабільність банку; - рівень дивідендів;
Національний банк	- дотримання нормативів, що характеризують фінансовий стан банків;
Банки-партнери	- виконання договірних зобов'язань.

Організація банківської діяльності в Україні здійснюється відповідно до положень Конституції України, Закону України «Про банки і банківську діяльність», Закону України «Про Національний банк України», інших законодавчих актів України, нормативно-правових актів Національного банку України [6, 10, 11].

Станом на 01.11.2022 р. в Україні функціонують 67 банків (з них 30 – з іноземним капіталом, у т. ч. 22 зі 100 % іноземним капіталом). Станом на 01.01.2021 р. кількість банків становила 74 (з них 33 з іноземним капіталом, у т.ч. 23 зі 100 % іноземним капіталом) (рис. 1) [8].

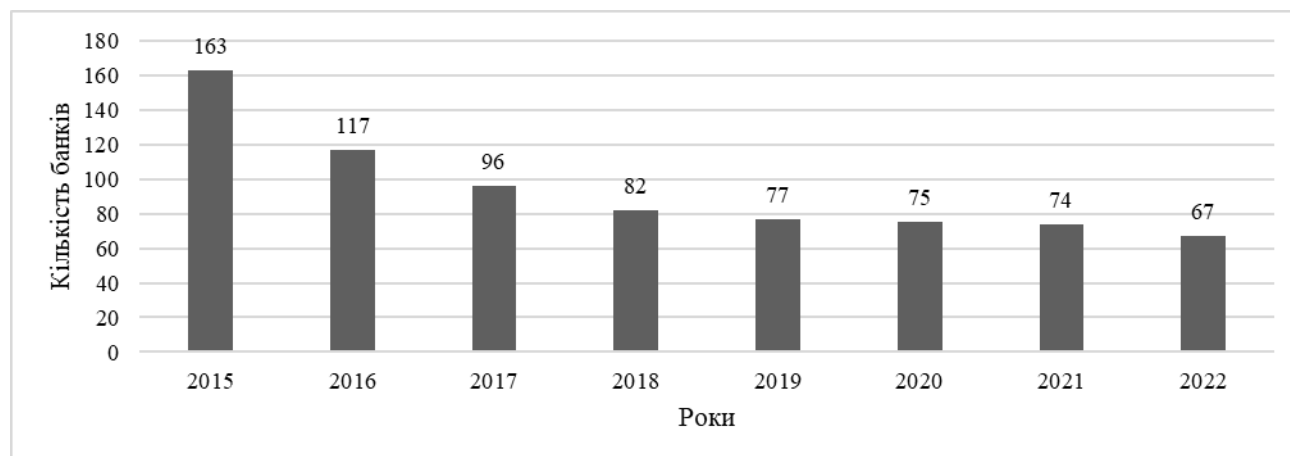


Рис. 1. Динаміка кількості діючих банків протягом 2015–2022 рр., [8]

Як бачимо з рис.1, кількість діючих банків в Україні стрімко зменшується (з 163 – в 2015 р. до 67 – в 2022 р.). Це пов'язано з економічною та політичною несприятливою ситуацією в країні. Банки почали стикатися з проблемами, які були не в змозі вирішити і змушені були згорнути свою діяльність.

Важливими є не тільки кількісні, але й якісні показники. Основними загальними показниками банківської діяльності є доходи, витрати, власний капітал, зобов'язання та активи. Розглянемо як вони змінювалися протягом 2020–2022 рр. (табл. 1).

Спостерігаємо, що усі показники банківської діяльності у 2022 р. порівняно з 2020 р. зросли в межах від 2,91 % (власний капітал) до 62,86 % (витрати), окрім чистого прибутку. Значно зросли зобов'язання (на 31,48 %), порівнюючи з власним капіталом (на 2,91 %). Доходи банків протягом досліджуваних років зросли на 37,11 % у 2022 р. порівняно з 2020 р., що є позитивним для банківської системи. У 2021 р. витрати

зменшилися, що свідчить про спробу дотримуватися режиму економії. Проте негативною динамікою є збільшення витрат у 2022 р. аж на 62,86 % порівняно з 2020 р., що є наслідком отримання збитку на 72,44 %.

Таблиця 1

Основні показники банківської діяльності за 2020-2022 рр., [8]

Показники	Роки, млн. грн			Відносне відхилення (2022/2020), %
	01.11.2020	01.11.2021	01.11.2022	
Доходи	209 251	217 759	286 899	37,11
Активи	1 739 726	1 948 411	2 227 207	28,02
Витрати	169 423	159 405	275 920	62,86
Власний капітал	210 451	236 767	216 570	2,91
Зобов'язання	1 529 275	1 711 644	2 010 637	31,48
Чистий прибуток (збиток)	39 828	58 354	10 978	-72,44

Джерело: складено автором на основі [5]

В економічній літературі для аналізу показників ефективності функціонування банківського сектору використовують різноманітні підходи. Проте найбільшу популярність здобула методика декомпозиційного аналізу прибутковості власного капіталу, або модель Дюпона. Вона досліджує залежність між показниками прибутковості і ризику банку та виявляє вплив окремих чинників на результати його діяльності.

Таблиця 2

Результати діяльності банків України за 2020-2022 рр., [8]

Показник	Роки, млн. грн.			Абсолютне відхилення (2022/2020)
	01.11.2020	01.11.2021	01.11.2022	
Рентабельність власного капіталу (ROE), %	23,22	32,47	5,77	-75,15
Рентабельність активів (ROA), %	2,99	3,74	0,64	-78,59
Мультиплікатор капіталу (МК)	8,27	8,22	10,28	24,30
Чиста маржа прибутку (NPM)	19,03	26,79	3,83	-79,87
Частка власного капіталу в активах	12,09	12,15	9,72	-19,60

Як свідчать дані таблиці 2, рентабельність банківської системи України на кінець 2021 р. досягла свого піку (відповідно, показник ROA досяг 3,74 %, а ROE – 32,47 %), а у 2022 р. знизилася (ROA зменшився на 78,59 %, а ROE – на 75,15 %). Суттєво знизилася чиста маржа прибутку (з 19,03 % у 2020 р. до 3,83 % у 2022 р.).

Для забезпечення конкурентоспроможності банківської системи, її ефективності необхідним є:

- захист національних економічних інтересів має бути фундаментом роботи НБУ, реалізації кредитно-грошової та валютної політики, незалежно від наявності ультимативних вимог зовнішніх партнерів (МВФ);

- посилення регулювання та моніторингу банків, зокрема запровадження вимог Базелю III;

- розкриття інформації про кінцевих власників банків та посилення відповідальності Топ-менеджерів та власників за порушення вимог законодавства щодо ведення банківської справи;

- визначення пріоритетних напрямів кредитування та зниження кредитних ставок; підвищення довіри до банківської системи, у першу чергу через валютно-курсову політику [15].

Існує декілька напрямків підвищення ефективності діяльності банків: зростання доходів, зменшення витрат, зниження ризиків, пов'язаних з виконанням банками покладених на них обов'язків.

Для підвищення прибутковості діяльності банку можна запропонувати наступні заходи:

1) нарощувати власні кошти банку, що сприятиме зростанню ресурсної бази банку і відповідно їх інвестиційного потенціалу; буде однією з передумов залучення іноземних інвестицій; стимулюватиме інтеграційні процеси; забезпечить незалежність банку і створить умови для виживання банків в період посиленої конкуренції на ринку;

2) слід раціонально та ефективно розміщувати кошти банку для забезпечення його фінансової стійкості. Виконання цієї умови дозволить позбавитися суперечностей між ліквідністю, надійністю та прибутковістю;

3) фінансове планування. Багато витрат несуть банки внаслідок неузгоджених дій різних управлінь між собою. Фінансовий план дозволяє спрогнозувати доходи, витрати і прибуток банку на рік. І хоча в умовах, які склалися в нашій країні, через нестабільність, інфляцію реальні дані можуть суттєво відрізнятись від запланованих, але пропорції залишаються практично незмінними. Банківська установа повинна реально бачити перспективи свого розвитку і цілі на поточний рік;

4) сформувати достатні страхові резерви та резервні фонди. Оскільки основна причина банківських банкрутств — неповернення раніше виданих кредитів, то формування цих фондів сприятиме зміцненню надійності й стабільності банку, а отже, і банківської системи України, зменшенню можливих фінансових

ризиків у кредитній діяльності. Створення цих резервів гарантуватиме покриття рахунків у діяльності банку, сприятиме підтримці його ліквідності на необхідному рівні;

5) застосовувати такі інструменти в банківській діяльності, які дозволяють як планувати, так і одержувати додатковий прибуток. Мова йде про ф'ючерси, опціони, форвардні операції з валютою та інші форми діяльності, які відповідають умовам ринкових відносин;

6) систематично і всебічно вивчати кредитні ризики, приймати заходи з їх пониження. З цією метою необхідно організувати відділи управління кредитними ризиками;

7) покращувати рівень професіоналізму

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Отже, внаслідок війни і нестабільної економічної ситуації в Україні показники ефективності банківського сектору суттєво знизилися. На рівень ефективності банківської системи впливають такі фактори: структура власності в банківському секторі; зміни в операційній діяльності; питома вага на ринку депозитів; капіталізація банків та ін. Прибуток банків зменшився на 72,44 %, а витрати підвищилися на 62,86 %. Тому необхідно розробити ефективний механізм збільшення доходів, зменшення витрат та використання отриманого прибутку. Також варто визначити напрями збільшення прибутковості, які дадуть змогу зменшити ризики та підвищити рентабельність банківської системи.

Література

1. Гуляєва Л.П., Ніколенко Ю.В. Економічна ефективність діяльності банків в Україні. Збірник наук. праць професорсько-викладацького складу і аспірантів. 2008. С. 299 – 309. URL: https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Hulyaeva_2008_3.pdf
2. Євченко І.Ю. Оцінка ефективності діяльності банку. URL: http://www.rusnauka.com/18_ADEN_2013/Economics/1_141883.doc.htm
3. Кількість банків в Україні (2008-2022). Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/>
4. Коваленко В.В., Берновська Г.А. Забезпечення ефективності діяльності банків України в умовах фінансової нестабільності. Економіка і суспільство. Випуск 5. 2016 р. С. 357-361. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/64.pdf
5. Коваленко В.В., Вербицька Я.С. Оцінка ефективності функціонування банківської системи в умовах поглиблення глобалізаційних процесів. Ефективна економіка № 2. 2012 р. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=953>
6. Конституція України, прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
7. Мудра Р.Р. Ефективність функціонування банків України на ринку банківських продуктів і послуг. Економіка і суспільство. Випуск 17. 2018 р. С. 573-579. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/85.pdf
8. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
9. Павлова О., Павлов К., Букорос Т., Куденьчук А. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ РЕСУРСАМИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД. Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers / resp. ed. Ondrej Mikulaš. European institute of further education, Podhájska, 2021. 198-199.
10. Про банки і банківську діяльність : Закон України від 07.12.2000 № 2121-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.
11. Про Національний банк України : Закон України від 20.05.1999 № 679-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679>
12. Стрішенець О.М. Аналітичний огляд фінансової стійкості підприємства. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. № 3(15). С. 58-66.
13. Стрішенець О.М. Маркетингове дослідження фінансово-економічних результатів та стратегічних позицій виробників кавової продукції в Україні. Український журнал прикладної економіки. 2018. Том. 3. № 3. С. 219-227. ISSN 2415-8453.
14. Стрішенець О.М., Павлов К.В. Особливості конкурентних відносин на регіональних ринках нерухомості. Науковий вісник ужгородського університету. Серія «Економіка». Збірник наукових праць. Випуск 1(47). Том 2. Ужгород, 2016. С. 35-38.
15. Черноус І.М., Гірченко Д.М. Забезпечення ефективності діяльності банків в умовах фінансової нестабільності. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Credit_Economics_Department/KMBD/konkurs/Konkyrs2016/CHernous_D086rina_pr_ezentacD196ya_konkurs_KNEU_-_kopiya.pdf

References

1. Huliaieva L.P., Nikolenko Yu.V. Ekonomichna efektyvnist diialnosti bankiv v Ukraini. Zbirnyk nauk. prats profesorsko-vykladatskoho skladu i aspirantiv. 2008. S. 299 – 309. URL: https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Hulyaeva_2008_3.pdf
2. Yevenko I.Iu. Otsinka efektyvnosti diialnosti banku. URL: http://www.rusnauka.com/18_ADEN_2013/Economics/1_141883.doc.htm
3. Kil'ist bankiv v Ukraini (2008-2022). Minfin. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/>
4. Kovalenko V.V., Bernovska H.A. Zabezpechennia efektyvnosti diialnosti bankiv Ukrainy v umovakh finansovoi nestabilnosti. Ekonomika i suspilstvo. Vypusk 5. 2016 r. S. 357-361. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/64.pdf
5. Kovalenko V.V., Verbytska Ya.Ie. Otsinka efektyvnosti funktsionuvannia bankivskoi systemy v umovakh pohlyblennia hlobalizatsiinykh protsesiv. Efektyvna ekonomika № 2. 2012 r. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=953>
6. Konstytutsiia Ukrainy, pryiniata na piatii sesii Verkhovnoi Rady Ukrainy 28 chervnia 1996 r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
7. Mudra R.R. Efektyvnist funktsionuvannia bankiv Ukrainy na rynku bankivskykh produktiv i posluh. Ekonomika i suspilstvo. Vypusk 17. 2018 r. S. 573-579. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/85.pdf
8. Ofitsiinyi sait Natsionalnoho banku Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>
9. Pavlova O., Pavlov K., Bukoros T., Kudenchuk A. TEORETYCHNI ASPEKTY REALIZATsII FINANSOVOI ZABEZPECHENOSTI RESURSAMY TERYTORIALNYKh HROMAD. Socially competent management of corporations in a behavioral economy: Collection of scientific papers / resp. ed. Ondrej Mikulaš. European institute of further education, Podhájska, 2021. 198-199.
10. Pro banky i bankivsku diialnist : Zakon Ukrainy vid 07.12.2000 № 2121-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.
11. Pro Natsionalnyi bank Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 20.05.1999 № 679-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/679>
12. Strishenets O.M. Analitichnyi ohliad finansovoi stiiikosti pidpriemstva. Ekonomichni chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky. Luts'k : Vezha-Druk, 2018. № 3(15). S. 58-66.
13. Strishenets O.M. Marketynhove doslidzhennia finansovo-ekonomichnykh rezultativ ta stratehichnykhpozytsii vyrobnykiv kavovoi produktsii v Ukraini. Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky. 2018. Tom. 3. № 3. S. 219-227. ISSN 2415-8453.
14. Strishenets O.M., Pavlov K.V. Osoblyvosti konkurentnykh vidnosyn na rehionalnykh rynkakh nerukhomosti. Naukovyi visnyk uzhhorodskoho universytetu. Seriia «Ekonomika». Zbirnyk naukovykh prats. Vypusk 1(47). Tom 2. Uzhhorod, 2016. S. 35-38.
15. Chernous I.M., Hirchenko D.M. Zabezpechennia efektyvnosti diialnosti bankiv v umovakh finansovoi nestabilnosti. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Credit_Economics_Department/KMBD/konkurs/Konkyrs2016/CHernous_D086rina_prezentacD196ya_konkurs_K_NEU_-_kopiya.pdf

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-43>

УДК 330.4

Олена ГЕЙДАРОВА

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-7253-893x>

Вадим ПАЮК

Хмельницький національний університет

МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Розглянуто можливість обґрунтування управлінських рішень щодо вибору інформаційних технологій, використовуючи методи лінгвістичних векторних оцінок, нечіткого логічного висновку, нечіткого відношення переваг. Наведена методика застосування методів методи лінгвістичних векторних оцінок та нечіткого логічного висновку оцінювання можливих значень управлінських рішень при визначенні доцільності запровадження інформаційних технологій в діяльність суб'єктів господарювання в умовах невизначеності (кризи). Визначено, що застосування даного методу, при більш простому математичному апараті, дозволяє оцінити можливі варіанти значень управлінських рішень при якісних вхідних параметрах в умовах кризи.

Ключові слова: інформаційні технології, нечіткі множини, методи лінгвістичних векторних оцінок, нечіткого логічного висновку.

Olena VEIDAROVA, Vadym PAIUK

Khmelnitsky National University

SIMULATION OF THE MANAGEMENT DECISION-MAKING PROCESS REGARDING THE IMPLEMENTATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES

Informatization in the field of management of the enterprise's economic activity is carried out with the aim of increasing the productivity of employees by reducing the cost of products and services; as well as improving the qualifications and professional knowledge of specialists. The possibility of substantiating managerial decisions regarding the choice of information technologies using the methods of linguistic vector evaluations, fuzzy logical conclusion, and fuzzy relationship of preferences is considered. The method of applying the methods of linguistic vector evaluations and the fuzzy logical conclusion of evaluating possible values of management decisions when determining the expediency of introducing information technologies into the activities of economic entities in conditions of uncertainty (crisis) is presented. It was determined that the application of this method, with a simpler mathematical apparatus, allows to evaluate the possible variants of the values of management decisions with qualitative input parameters in crisis conditions. This technique allows you to predict the results of the enterprise for the case of quantitative information in relation to a number of input parameters, however, the mathematical apparatus for processing input information is quite complex. Therefore, it will be logical to check the possibility of applying other methods of the theory of fuzzy logic to solve the problems of evaluating the results of management decisions with qualitative input parameters

Keywords: information technologies, fuzzy sets, methods of linguistic vector estimation, fuzzy logical inference

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на управління організацією величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного менеджера окремо, так і організації в цілому. Вони прямо впливають на конкурентоздатність на сьогоднішньому ринку. Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та Інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів організації сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку в найближчому майбутньому. Використання можливостей технічного обміну сьогодні дозволяє легше і швидше створювати і продавати пакети послуг споживачам, вирішувати завдання фінансово-операційного управління, маркетингового планування, підвищувати конкурентоздатність і кількість продажів. Вибір методів обґрунтування необхідності та ефективності впровадження тих чи інших новітніх інформаційних технологій для

Аналіз досліджень та публікацій

Питання про можливості сучасних інформаційних систем та комунікаційних технологій в бізнесі розглядаються такими відомими вченими, як Роглев Х., Скопєнь М., Худо В., Кияниця А., Кабушкин Н., Агафонов Л. та іншими. Вивченням питання інформаційної безпеки займалися такі вчені, як С. Ф. Гуцу, Б.А. Кормич, А. І. Марущак, О. А. Сороківська. Одним із таких засобів з теорія нечітких множин, запропонована у Л. Заде. Дослідженням цього підходу займалися Б. Діаз, А. Морілас, В. Чернов, Л. Дорохова, А. Оздівєв, А. Карпова та багато інших науковців. В роботах [1, 4, 5] доведена можливість застосування теорії нечіткої логіки для оцінювання результатів управлінських рішень при кількісних та якісних вхідних параметрах. При цьому для якісних вхідних параметрів була використана методика нечіткого логічного висновку. Слід зазначити, що дана методика дозволяє спрогнозувати результати

діяльності підприємства для випадку кількісної інформації відносно ряду вхідних параметрів, однак математичний апарат обробки вхідної інформації досить складний. Тому логічною буде перевірка можливості застосування інших методів теорії нечіткої логіки для розв'язування задач оцінювання результатів управлінських рішень при якісних вхідних параметрах.

Виклад основного матеріалу

У сьогоднішніх економічних умовах жорстокої конкуренції та ринкової економіки жодна успішна організація не може повноцінно розвиватися та ефективно просуватися без сучасних автоматизованих інформаційних технологій.

Інформатизація в області управління господарською діяльністю підприємства здійснюється з метою підвищення продуктивності праці працівників за рахунок зниження вартості продукції та послуг; а також підвищення кваліфікації і професійних знань фахівців.

Інформаційні технології (ІТ) – це система методів, процесів та способів використання обчислювальної техніки і систем зв'язку для створення, збору, передачі, пошуку, оброблення та поширення інформації з метою ефективної організації діяльності людей.

Чіткої класифікації інформаційних технологій не існує, але узагальнена класифікація наведена в [4].

На сьогоднішній день найбільш актуальними автоматизованими інформаційними системами управління підприємством є наступні (з урахуванням основних типів інформаційних ресурсів).

Таблиця 1

Функціональні можливості АСУП, які представлені на ринку України

Назва програмного продукту	Функціональні можливості АІС									
	Управлінський та бухгалтерський облік	Управління персоналом і ЗП	Управління витратам	Управління операційною діяльністю	Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю	Управління відносинами з клієнтами	Бюджетування, планування, прогнозування	Управління фінансами	СІПР	Рейтингінг бізнес-процесів
ERP від BJET	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-
ERP-система Business Central	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
SAP	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-
Oracle	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
PeopleSoft	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
Delo Pro	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
BAS ERP	+	+	+	+	-	+	-	+	-	-
Microsoft Dynamics AX	+	+	+	+	-	+	-	+	-	-

Інформаційно-комунікаційні технології – це сукупність методів виробничих процесів; програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збору, обробки, збереження, розповсюдження, відображення та використання інформації в інтересах її користувачів [3]. Важливим сучасним засобом ІКТ є комп'ютер, оснащений відповідними програмним забезпеченням і телекомунікаціями разом із розміщеною на них інформацією.

На сучасному етапі функціонування підприємств у будь-якій галузі бізнесу виникають об'єктивні фактори, що ускладнюють процеси прийняття управлінських рішень, в умовах прискореного темпу суспільно-політичного життя. Збільшується обсяг "фахової" інформації, яку слід опанувати й використовувати у повсякденній діяльності, бурхливо розвивається наука й техніка, що спонукає до впровадження більш продуктивних і якісно нових технологій, новітніх інформаційних технологій та надання широкого спектра послуг.

Усі економічно розвинуті країни світу використовують переваги інформаційних технологій у виробничій, комерційній та банківських сферах. Це пояснюється тим, що традиційні методи не дозволяють зорієнтуватись в сучасному інформаційному потоці і проаналізувати динамічні процеси економічної діяльності підприємства. Швидше за все розвиваються технології, пов'язані з глобальною комп'ютерною мережею Інтернет, що призвело до появи таких нових категорій, як електронна торгівля, електронний бізнес, електронний уряд та ін.

Для регулювання економічної безпеки на підприємстві створюється служба інформаційної безпеки, що має виявляти і наочно демонструвати власникам підприємства весь спектр загроз в інформаційній сфері. Завдання керівників служби переконати, що протистояти загрозам можна тільки на основі створення і впровадження ефективних систем захисту інформації [5].

Виділимо найпоширеніші види потенційних загроз безпеці діяльності підприємства у сфері інформаційних технологій [4]:

- відсутність регламентованого доступу до файлів даних;

- вільне втручання в програмне забезпечення;
- відсутність протоколювання змін у програмному забезпеченні;
- відсутність регламентації користувачів інформації;
- відсутність дублювання важливих документів на документальних носіях даних;
- часті удосконалення одного і того ж програмного забезпечення різними особами;
- відсутність схем інформаційного забезпечення рівнів управління;
- наявність невідповідних посадових осіб у системі управління тощо.

Система захисту інформації в інформаційних системах підприємств повинна будуватися на засадах комплексності й адаптивності. Доцільно розробляти організаційну структуру і впроваджувати систему захисту інформації в інформаційних системах підприємств відповідно до рекомендацій міжнародних стандартів і чинного законодавства України. Такі стандарти наведені в [5] стандартами є: ISO/IEC 27002 «Інформаційні технології. Методи захисту. Кодекс практики для управління інформаційною безпекою»; ISO/IEC 27003 «Інформаційні технології. Методи захисту. Керівництво з застосування системи менеджменту захисту інформації»; ISO/IEC 27004 «Інформаційні технології. Методи захисту. Вимірювання»; ISO/IEC 27005 «Інформаційні технології. Методи забезпечення безпеки. Управління ризиками інформаційної безпеки»; ISO/IEC 27006 «Інформаційні технології. Методи забезпечення безпеки. Вимоги до органів аудиту і сертифікування систем управління інформаційною безпекою»; ISO/IEC 27011 «Інформаційні технології. Керівництво з управління інформаційною безпекою для телекомунікацій» [5]. Що стосується інформаційного забезпечення трансферу технологій, основні правові моменти зазначені у Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» ст.10.

Загрози інформаційній безпеці - це можливі дії або події, які можуть вести до порушень ІБ. Загроза розкриття інформаційних ресурсів полягає у тому, що дані, інформація і знання стають відомими тим, кому не слід цього знати. У межах нашої роботи під загрозою розкриття розумітимемо такий стан, коли отриманий несанкціонований доступ до ресурсів системи, при чому йдеться як про відкриті, такі і ті ресурси, які мають обмежений доступ. Ці ресурси мають передаватися один одному і зберігатися у єдиній інформаційній системі [7].

Загроза порушення цілісності інформаційних ресурсів полягає в умисному антропогенному впливі (модифікація, видалення, зниження) даних, які зберігаються в інформаційній системі суб'єкта управління, а також передаються від даної інформаційної системи до інших. Серйозною загрозою можуть бути програмні віруси. Водночас дотримання правил користування комп'ютерною технікою, а також наявність у штаті співробітників органу управління відповідного фахівця з даних питань значно полегшить розв'язання зазначених завдань.

Джерелами помилок у програмному забезпеченні (ПЗ) можуть бути [5]:

- логічні помилки розробників програмного забезпечення;
- непередбачені ситуації, які проявляються при модернізації, заміні чи додаванні нових апаратних засобів, встановленні нових додатків, виході на нові режими роботи ПЗ, появі раніше не зафіксованих нештатних ситуацій;
- віруси, якими інфіковані програми;
- спеціальні програмні компоненти, які передбачені розробниками ПЗ для різного роду цілей.

Віруси самі по собі також становлять небезпеку і можуть знаходити свій вияв у видаванні повідомлень на екран монітора; затиранні інформації на дисках; переміщенні файлів до інших папок; уповільненні роботи комп'ютера; зборі інформації про роботу організації тощо.

Зважаючи на необхідність збереження конфіденційності інформаційних ресурсів організації, атаки на їх інформаційні системи може здійснюватися з метою:

- встановлення доступу до інформації з обмеженим доступом;
- викрадення ключів, паролів, ідентифікаторів, списку користувачів;
- ініціалізація контрольованого алгоритму роботи комп'ютерної системи;
- приведення у непридатність частини або всієї системи управління організацією.

Відповідно виділяють і види загроз. Через їх чисельність нами була зроблена спроба, з урахуванням існуючих напрацювань щодо питань класифікації загроз національній безпеці, виокремити загрози інформаційній безпеці [4].

З метою захисту інформаційно-комунікаційних технологій організацій, доцільно використовувати такі методи: Резервне копіювання; Політика прав доступу (обмеження кола людей, які мають права доступу до важливих даних підприємства); Двофакторна аутентифікація; Сегментація мережі; Мережеві екрани; Використання «приманок».

У сучасних умовах інформаційна безпека є невід'ємною складовою системи економічної безпеки господарюючого суб'єкта. Своєю чергою, надійне забезпечення захисту ІТК є неодмінною умовою переходу на модель стійкого розвитку не тільки окремого підприємства, але й національної економіки в цілому. Щоб зберегти бізнес, розвиватися і бути конкурентоспроможним, підприємствам необхідно створити ефективну систему управління інформаційною безпекою.

Процес моделювання обґрунтування необхідності впровадження ІТ можна представити наступним чином (рис. 1).

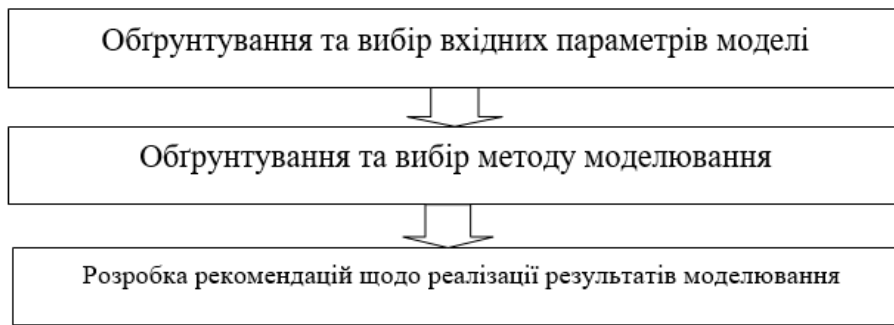


Рис. 1. Алгоритм моделювання процесу вибору ІТ

Для того, щоб вибрати найкращу (оптимальну) ІТ технологію для суб'єкта господарювання, використаємо методологічний апарат нечіткої логіки (нечітких множин).

Першим серйозним кроком в цьому напрямку була теорія нечітких множин, розроблена доктором Лотфі Заде. Його робота "Fuzzy Sets" з'явилася в 1965 році в журналі "Information and Control". Вона заклала основи моделювання інтелектуальної діяльності людини і стала поштовхом до розвитку нової області науки - "fuzzy logic" (fuzzy – нечіткий, розмитий, м'який).

Далі в цій області досліджень з'явилося багато робіт [1], а також приклади практичного застосування [2].

Нечітка змінна описується назвою області визначення, а також нечіткою множиною, яка описує обмеження на можливі значення нечіткої змінної.

Нечіткі змінні або нечіткі вирази можуть бути якісні та кількісні. Саме це використовується в економічному прогнозуванні. Наприклад, при прогнозуванні обсягів надання послуг, або рівня конкуренції (високий/ низький).

Існують різні способи математичної обробки нечіткої інформації [1, 4]: метод нечіткого логічного висновку, метод нечіткого відношення переваг, метод адитивної згортки, метод лінгвістичних векторних оцінок, метод максимінної згортки тощо [2].

Спільним для усіх методів є два моменти. Перший – це побудова експертами матриці знань, яка визначає логічних висловлювань типу «якщо,...то,...інакше», що пов'язує значення вхідних параметрів x_1, \dots, x_n одним з діагнозів d_j .

Наприклад, якщо в одній стоці матриці знань x_1 відповідає **H**, x_2 – **B**, x_3 – **C**, а діагноз d_1 , це можна прочитати таким чином:

якщо x_1 має низьке значення, x_2 має високе значення, а x_3 – середнє значення, то цьому відповідає діагноз d_1 . Математично це можна записати:

$$(x_1 = H) \wedge (x_2 = B) \wedge (x_3 = C) \rightarrow d_1, \quad (1)$$

де знак \wedge означає операцію «І».

Другий важливий момент – для математичної обробки логічних виразів необхідно задати функції належності всіх термів (значень) вхідних параметрів μ_{x_k} . Для цього використовуються графіки, формули або табличні значення [3].

Тоді вираз (1) можна записати:

$$\mu^{d_1}(x_1, x_2, x_3) = \mu^H(x_1) \wedge \mu^B(x_2) \wedge \mu^C(x_3) \quad (2)$$

де μ_{x_k} будуть мати конкретні числові значення.

Подальший аналіз буде залежати від обраного методу на нечіткій логіці.

В роботі [3] отриманий висновок про те, що найбільшою стійкістю щодо вихідних параметрів володіє метод нечіткого логічного висновку.

Розглянемо задачу прогнозування можливих значень на вартість технології, яка пропонується для суб'єкта господарювання, за якісними значеннями вхідних параметрів.

У якості вхідних параметрів прийнято: c_1 – собівартість ІТ; c_2 – якість ІТ c_3 – наявність (рівень) конкуренції; c_4 – купівельна спроможність; c_5 – обсяг наданих послуг (ефективність). Кожний з цих

параметрів може істотно відрізнитися від запланованого. Так, може змінитися вартість матеріалів у постачальників, якість матеріалів, рівень інфляції, вартість енергоносіїв, можна з'явитися імпортна конкурентоспроможна продукція тощо. Тут для обґрунтування можливості застосування методу обмежимося тільки п'ятьма вхідними параметрами і будемо розглядати тільки їхні якісні значення.

Зона можливих значень кожного вхідного параметра розбита на три терми (розглядається ефективність запровадження і використання ІТ): Н – низький, С – середній, В – високий. Принципово кожний вхідний параметр може мати свою шкалу оцінок (наприклад, для c_1 : Н – низька, НС – нижче середньої; С – середня, ВС – вище середньої; В – висока; для c_3 : Н – низька, В – висока і т.п.).

Зону можливих значень вихідного параметра – прибутку розіб'ємо на три діапазони:

$$\begin{aligned} \text{ФР 1: } & N_{+10\%}^{+30\%}; \\ \text{ФР 2: } & N_{-10\%}^{+10\%}; \\ \text{ФР 3: } & N_{-30\%}^{-10\%}. \end{aligned}$$

де N – планове середнє значення прибутку.

Далі використовуємо для аналізу метод нечіткого логічного висновку.

Складемо матрицю знань для можливих станів ФР1...ФР3 залежно від поєднання сукупності вхідних параметрів. Для наочності аналізу обмежимося одним поєднанням термів для кожного діагнозу d : $d_1 = \text{ФР1}$; $d_2 = \text{ФР2}$; $d_3 = \text{ФР3}$, а в принципі, експерти можуть скласти матрицю знань, у якій одному діагнозу може відповідати кілька сполучень вхідних параметрів, як показано в таблиці 3.

Таблиця 3

Матриця знань

c_1	c_2	c_3	c_4	c_5	d
Н	В	Н	В	В	d_1
С	С	С	С	С	d_2
В	Н	В	Н	Н	d_3

У вигляді логічних висловлювань будемо мати:

ЯКЩО $x_1 = \text{Н} \wedge x_2 = \text{В} \wedge x_3 = \text{Н} \wedge x_4 = \text{В} \wedge x_5 = \text{В}$, ТО $d = d_1$ ІНАКШЕ

ЯКЩО $x_1 = \text{С} \wedge x_2 = \text{С} \wedge x_3 = \text{С} \wedge x_4 = \text{С} \wedge x_5 = \text{С}$, ТО $d = d_2$ ІНАКШЕ

ЯКЩО $x_1 = \text{В} \wedge x_2 = \text{Н} \wedge x_3 = \text{В} \wedge x_4 = \text{Н} \wedge x_5 = \text{Н}$, ТО $d = d_3$ ІНАКШЕ

Нехай у результаті маркетингових досліджень отримана нечітка інформація щодо вхідних параметрів: $\hat{x}_1 \approx \text{В}$, $\hat{x}_2 \approx \text{В}$, $\hat{x}_3 \approx \text{В}$, $\hat{x}_4 \approx \text{С}$, $\hat{x}_5 \approx \text{С}$. Спробуємо визначити діагноз.

Розрахунок нечіткої безлічі проводиться за формулою:

$$d = [x_1 \circ H \times d_1 \cap x_2 \circ B \times d_1 \cap x_3 \circ H \times d_1 \cap x_4 \circ B \times d_1 \cap x_5 \circ B \times d_1] \cup [x_1 \circ C \times d_2 \cap x_2 \circ C \times d_2 \cap x_3 \circ C \times d_2 \cap x_4 \circ C \times d_2 \cap x_5 \circ C \times d_2] \cup [x_1 \circ V \times d_3 \cap x_2 \circ H \times d_3 \cap x_3 \circ V \times d_3 \cap x_4 \circ H \times d_3 \cap x_5 \circ H \times d_3] \quad (3)$$

Для проведення розрахунку задамо функції належності $\mu(u)$ терм-множин вхідних змінних і діагнозів. Для універсальної безлічі $u \in [0, 2]$ значення $\mu(u)$ вкажемо для $u = 0$; $u = 0,5$; $u = 1$; $u = 1,5$; $u = 2,0$.

$$\begin{aligned} H &= (1; 0,5; 0,3; 0,2; 0); \\ C &= (0; 0,3; 1; 0,3; 0); \\ B &= (0; 0,2; 0,3; 0,5; 1); \\ d_1 &= (1; 0,7; 0,4; 0,2; 0); \\ d_2 &= (0; 0,3; 1; 0,3; 0); \\ d_3 &= (0; 0,2; 0,4; 0,6; 1). \end{aligned}$$

Примітка. В якості функції належності можуть бути також обрані та апроксимовані значення найпростіших функцій трикутного виду.

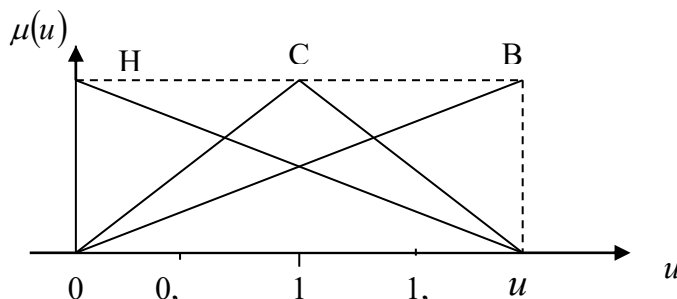


Рис. 2. Функції належності трикутного виду

Наприклад, $H = \{1; 0,75; 0,5; 0,25; 0\}$ чи $H = \{1; 0,5; 0\}$ для $u = 0; u = 1; u = 2$.

Далі визначаємо всі нечітку декартові добутки:

$$H \times d_1 = (1; 0,5; 0,3; 0,2; 0) \times (1; 0,7; 0,4; 0,2; 0) =$$

$$= \begin{pmatrix} 1; & 0,7; & 0,4; & 0,2; & 0 \\ 0,5; & 0,5; & 0,4; & 0,2; & 0 \\ 0,3; & 0,3; & 0,3; & 0,2; & 0 \\ 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0 \\ 0; & 0; & 0; & 0; & 0 \end{pmatrix};$$

$$B \times d_1 = (0; 0,2; 0,3; 0,5; 1) \times (1; 0,7; 0,4; 0,2; 0) =$$

$$= \begin{pmatrix} 0; & 0; & 0; & 0; & 0 \\ 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0 \\ 0,3; & 0,3; & 0,3; & 0,2; & 0 \\ 0,5; & 0,5; & 0,4; & 0,2; & 0 \\ 1; & 0,7; & 0,4; & 0,2; & 0 \end{pmatrix};$$

$$C \times d_2 = (0; 0,3; 1; 0,3; 1) \times (0; 0,4; 1; 0,4; 0) =$$

$$= \begin{pmatrix} 0; & 0; & 0; & 0; & 0 \\ 0; & 0,3; & 0,3; & 0,3; & 0 \\ 0; & 0,3; & 1; & 0,3; & 0 \\ 0; & 0,3; & 0,3; & 0,3; & 0 \\ 0; & 0; & 0; & 0; & 0 \end{pmatrix};$$

$$B \times d_3 = (0; 0,2; 0,3; 0,5; 1) \times (0; 0,2; 0,4; 0,6; 1) =$$

$$= \begin{pmatrix} 0; & 0; & 0; & 0; & 0 \\ 0; & 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0,2 \\ 0; & 0,2; & 0,3; & 0,3; & 0,3 \\ 0; & 0,2; & 0,4; & 0,5; & 0,5 \\ 0; & 0,2; & 0,4; & 0,6; & 1 \end{pmatrix};$$

$$H \times d_3 = (1; 0,5; 0,3; 0,2; 0) \times (0; 0,2; 0,4; 0,6; 1) =$$

$$= \begin{pmatrix} 0; & 0,2; & 0,4; & 0,6; & 1 \\ 0; & 0,2; & 0,4; & 0,5; & 0,5 \\ 0; & 0,2; & 0,3; & 0,3; & 0,3 \\ 0; & 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0,2 \\ 0; & 0; & 0; & 0; & 0 \end{pmatrix}.$$

Підставимо отримані декартові добутки і функції належностей термів фіксованих значень вхідних параметрів $\hat{x}_1 = B$, $\hat{x}_2 = B$, $\hat{x}_3 = B$, $\hat{x}_4 = C$, $\hat{x}_5 = C$ у формулу (3) і після обчислень отримаємо для першої складової першого рядка формули (3):

$$V^{\circ}(H \times d_1) = \begin{pmatrix} 0 \\ 0,2 \\ 0,3 \\ 0,5 \\ 0 \end{pmatrix} \wedge \begin{pmatrix} 1; & 0,7; & 0,4; & 0,2; & 0 \\ 0,5; & 0,5; & 0,4; & 0,2; & 0 \\ 0,3; & 0,3; & 0,3; & 0,2; & 0 \\ 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0 \\ 0; & 0; & 0; & 0; & 0 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0; & 0; & 0; & 0; & 0 \\ 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0 \\ 0,3; & 0,3; & 0,3; & 0,3; & 0 \\ 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0,2; & 0 \\ 0; & 0; & 0; & 0; & 0 \end{pmatrix} =$$

$$= (0,3; 0,3; 0,3; 0,2; 0).$$

Провівши аналогічні обчислення у підсумку отримаємо для п'яти складових першого рядка формули (3):

$$\begin{aligned} &= (0,3; 0,3; 0,3; 0,2; 0) \cap \\ & (1; 0,7; 0,4; 0,2; 0) \cap \\ & (0,3; 0,3; 0,3; 0,2; 0) \cap \\ & (0,3; 0,3; 0,3; 0,2; 0) \cap \\ & (0,3; 0,3; 0,3; 0,2; 0) = \\ & = (0,3; 0,3; 0,3; 0,2; 0); \end{aligned}$$

- по другому рядку:

$$\begin{aligned} &= (0; 0,3; 0,3; 0,3; 0) \cap \\ & (0; 0,3; 0,3; 0,3; 0) \cap \\ & (0; 0,3; 0,3; 0,3; 0) \cap \\ & (0; 0,3; 1; 0,3; 0) \cap \\ & (0; 0,3; 1; 0,3; 0) = \\ & = (0; 0,3; 0,3; 0,3; 0); \end{aligned}$$

- по третьому рядку:

$$\begin{aligned} &= (0; 0,2; 0,4; 0,6; 1) \cap \\ & (0; 0,2; 0,3; 0,3; 1) \cap \\ & (0; 0,2; 0,4; 0,6; 1) \cap \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} & (0; 0,2; 0,3; 0,3; 1) \cap \\ & (0; 0,2; 0,3; 0,3; 1) = \\ & = (0; 0,2; 0,3; 0,3; 1). \end{aligned}$$

Тоді функція належності діагнозу, який шукали, наступна:

$$\begin{aligned} d^* &= (0,3; 0,3; 0,3; 0,2; 0) \cap \\ & (0; 0,3; 0,3; 0,3; 0) \cap \\ & (0; 0,2; 0,3; 0,3; 0,3) = \\ & = (0,3; 0,3; 0,3; 0,3; 0,3) \end{aligned}$$

Для інтерпретації безлічі d^* в термах одного з діагнозів d_1, d_2, d_3 (а також для ранжування діагнозів) визначимо відстані по Хемінгу між множинами d^* і $d_j, j = \overline{1,3}$:

$$\begin{aligned} \Delta(d^*, d_1) &= |1 - 0,3| + |0,7 - 0,3| + |0,3 - 0,4| + |0,2 - 0,3| + |0 - 0,3| = 1,6; \\ \Delta(d^*, d_2) &= |0 - 0,3| + |0,3 - 0,3| + |1 - 0,3| + |0,3 - 0,3| + |0 - 0,3| = 1,3; \\ \Delta(d^*, d_3) &= |0 - 0,3| + |0,2 - 0,3| + |0,4 - 0,3| + |0,6 - 0,3| + |1 - 0,3| = 1,5. \end{aligned}$$

Враховуючи те, що шуканим є діагноз з найменшою відстанню по Хемінгу, то в розглянутому прикладі це буде діагноз $d_2 = \Pi_2 = N_{-10\%}^{+10\%}$, а ранжування діагнозів буде таким: d_2, d_3, d_1 .

Тепер розглянемо цю саму задачу методом лінгвістичних векторних оцінок. В цьому методі, як і в інших методах нечіткої логіки, задаються функції належності термів вхідних параметрів і складається матриця знань, в якій кожному набору термів вхідних параметрів відповідає свій результат (альтернатива, діагноз). Суть даного методу полягає в обчисленні оцінки переваги кожної альтернативи відносно інших.

Для цього спочатку визначаються функції належності $\mu_{<}$ з використанням формул:

$$\mu_{<}(s_j, s_k) = \sum_{i=1}^{n-1} (v_{x_j}(x_i)(1 - w_{s_k}(x_{i+1}))), \quad (4)$$

де $v_s(x)$ – ймовірність того, що в якості точного значення нечіткого числа s використовується величина x ;

$w_s(x)$ – ймовірність того, що в якості точного значення нечіткого числа s використовується величина $y < x$:

$$v_s(x) = \mu_s(x) / \sum_{y \in S} \mu_s(y); w_s(x) = \sum_{y \in S, y < x} v_s(y). \quad (5)$$

Далі обчислюється нечітке відношення порядку μ_{\geq} :

$$\mu_{\geq}(s_j, s_k) = 1 - \mu_{<}(s_j, s_k) \quad (6)$$

і здійснюється оптимізація.

Серед мінімальних значень μ_{\geq} кращою буде альтернатива, що має найбільше значення.

Для цього використаємо цю саму матрицю знань.

Нехай для універсальної безлічі $u \in [0, 10]$ задані значення функцій належності термів вхідних змінних (Н – низький, С – середній, В – високий):

$$\begin{aligned} \text{Н} &= (1/0; 0,8/2; 0,3/3); \\ \text{С} &= (0,5/4; 1/5; 0,4/6); \\ \text{В} &= (0,2/7; 0,9/9; 1/10). \end{aligned}$$

Спочатку обчислюємо ступінь переваги діагнозу d_1 :

$$\begin{aligned} \mu_{<}(c_1(d_1), c_1(d_2), c_1(d_3)) &= \sum_{i=1}^n v_{c_i(d_1)}(x_m) (1 - \sum_{j=1}^m v_{c_i(d_2)}(x_1)) (1 - \sum_{j=1}^m v_{c_i(d_3)}(x_m)) \\ v_{c_i(d_j)}(x_m) &= \mu_{c_i(d_j)}(x_m) / \sum_{y \in S_{c_i(d_j)}} \mu_{c_i(d_j)}(y) \end{aligned}$$

$$\text{Для } i = 1 \text{ та } j = 1 \quad \sum_{y \in S_{c_1(d_1)}} \mu_{c_1(d_1)}(y) = 1 + 0,8 + 0,3 = 2,1.$$

$$\text{Для } i = 1 \text{ та } j = 2 \quad \sum_{y \in S_{c_2(d_2)}} \mu_{c_2(d_2)}(y) = 0,5 + 1 + 0,4 = 1,9$$

$$\text{Для } i = 1 \text{ та } j = 3 \quad \sum_{y \in S_{c_1(d_3)}} \mu_{c_1(d_3)}(y) = 0,2 + 0,9 + 1 = 2,1$$

Враховуючи те, що в матриці знань фігурують всього три терми (Н, С, В), то отримані значення будуть використовуватися і за критеріями c_2, c_3, c_4, c_5 . Отже, функція належності $\mu_{<}(d_1)$ для всіх вхідних параметрів визначається таким чином:

$$\begin{aligned} \mu_{<}(c_1(d_1), c_1(d_2), c_1(d_3)) &= \frac{1}{2,1} \left(1 - \frac{0,5}{1,9}\right) \left(1 - \frac{0,2}{2,1}\right) + \frac{0,8}{2,1} \left(1 - \frac{1}{1,9}\right) \left(1 - \frac{0,9}{2,1}\right) + \frac{0,3}{2,1} \left(1 - \frac{0,4}{1,9}\right) \left(1 - \frac{1}{2,1}\right) = 0,478; \\ \mu_{<}(c_2(d_1), c_2(d_2), c_2(d_3)) &= \frac{0,2}{2,1} \left(1 - \frac{0,5}{1,9}\right) \left(1 - \frac{0,2}{2,1}\right) + \frac{0,9}{2,1} \left(1 - \frac{1}{1,9}\right) \left(1 - \frac{0,9}{2,1}\right) + \frac{1}{2,1} \left(1 - \frac{0,4}{1,9}\right) \left(1 - \frac{1}{2,1}\right) = 0,495. \end{aligned}$$

З урахуванням матриці знань

$$\mu_{<}(c_3(d_1), c_3(d_2), c_3(d_3)) = \mu_{<}(c_1(d_1), c_1(d_2), c_1(d_3)) = 0,478;$$

$$\mu_{<}(c_4(d_1), c_4(d_2), c_4(d_3)) = \mu_{<}(c_5(d_1), c_5(d_2), c_5(d_3)) = \mu_{<}(c_2(d_1), c_2(d_2), c_2(d_3)) = 0,495.$$

Нечіткі відношення $\mu_{<}(d_2)$ відповідно до формули (2) мають таке значення:

$$\mu_{\geq}(c_1(d_1), c_1(d_2), c_1(d_3)) = 1 - \mu_{<}(c_3(d_1), c_3(d_2), c_3(d_3)) = 0,522$$

$$\mu_{\geq}(c_2(d_1), c_2(d_2), c_2(d_3)) = 1 - 0,495 = 0,505$$

$$\mu_{\geq}(c_3(d_1), c_3(d_2), c_3(d_3)) = 1 - 0,478 = 0,522$$

$$\mu_{\geq}(c_4(d_1), c_4(d_2), c_4(d_3)) = \mu_{\geq}(c_5(d_1), c_5(d_2), c_5(d_3)) = 1 - 0,495 = 0,505$$

Ступінь переваги діагнозу d_1 дорівнює мінімуму з цих значень, тобто $\mu_{\geq}d_1 = 0,505$.

Відмітимо, що повторюваність результатів для різних вхідних параметрів обумовлена тим, що тут в якості прикладу взято всього три терми для кожного вхідного параметру. Якщо взяти більшу кількість термів, наприклад, Н – низьке, НС – нижче середнього, С – середнє, ВС – вище середнього, В – високе значення, то результати по величинам та за різними критеріями будуть відрізнятися.

Провівши аналогічні розрахунки для діагнозу d_2 , отримаємо:

$$\mu_{<}(c_3(d_1), c_3(d_2), c_3(d_3)) = \frac{0,5}{1,9} \left(1 - \frac{0,5}{1,9}\right) \left(1 - \frac{0,2}{2,1}\right) + \frac{1}{1,9} \left(1 - \frac{0,9}{2,1}\right) \left(1 - \frac{0,8}{2,1}\right) + \frac{0,4}{1,9} \left(1 - \frac{1}{2,1}\right) \left(1 - \frac{0,3}{2,1}\right)$$

$$= 0,405$$

При цьому для всіх інших параметрів отримано той же результат, оскільки в матриці знань відносно терми С терми В та Н тільки міняються місцями.

Отже, ступінь переваги діагнозу d_2 становить $\mu_{\geq}(d_2) = 1 - 0,505 = 0,495$. Для діагнозу d_3 отримаємо такі результати за формулами (2), (3) та (4):

$$\mu_{<}(c_1(d_1), c_1(d_2), c_1(d_3)) = 0,481$$

$$\mu_{<}(c_2(d_2), c_1(d_2), c_2(d_3)) = 0,476$$

$$\mu_{<}(c_3(d_1), c_3(d_2), c_3(d_3)) = 0,481$$

$$\mu_{<}(c_4(d_1), c_4(d_2), c_4(d_3)) = 0,476$$

$$\mu_{<}(c_5(d_1), c_5(d_2), c_5(d_3)) = 0,476$$

За даними таблиці випливає, що ступінь переваги діагнозу d_3 , тобто $\mu_{\geq}(d_3) = 1 - 0,481 = 0,519$. Таким чином, $\max(\mu_{\geq}(d_1), \mu_{\geq}(d_2), \mu_{\geq}(d_3)) = 0,595$. Тобто шуканим є діагноз d_2 , ранжування діагнозів має таку послідовність d_2, d_3, d_1 . Такий діагноз та ранжування альтернатив було отримано в роботі [3].

В результаті застосування методу лінгвістичних векторних оцінок отримано повністю аналогічний результат порівняно з методом нечіткого логічного висновку при більш простому математичному апараті обробки інформації і доведена можливість застосування цього методу для обґрунтування доцільності впровадження тої чи іншої ІТ.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

В загальному випадку окремі критерії будуть мати різний ступінь значущості. Для обліку цього можна ввести вагові коефіцієнти критеріїв $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$, де n – кількість критеріїв. Тоді відповідні функції належності критеріїв підносяться до ступеня: $(\mu(x_i))^{\alpha_i}$. Згідно з даними роботи [5] ці коефіцієнти повинні задовільніти умовам:

$$\alpha_i \geq 0; \quad i = 1, \dots, n; \quad \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \alpha_i = 1$$

а їх величини можна визначити використовуючи процедуру попарного порівняння критеріїв. Процедру знаходження коефіцієнтів $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ автори роботи [4] рекомендують використовувати в такій послідовності.

Спочатку формується квадратна матриця попарних порівнянь n критеріїв. Для цього можна використати, наприклад, 9-бальну шкалу порівняльних оцінок [4]. Далі знаходиться головний власний вектор матриці $W = \{\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n\}$, де $\beta_1 + \beta_2 + \dots + \beta_n = 1_n$. Для цього можна скористатися рекомендаціями робіт.

Значення показників степені $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$, які шукали, знаходяться, відповідно, як $\alpha_1 = n\beta_1$, $\alpha_2 = n\beta_2, \dots, \alpha_n = n\beta_n$

Література

1. Zadeh L.A. Fuzzy Sets as a Basis for a Theory of Possibility. Fuzzy Sets and Systems. 1978. Vol. 1. № 1. 100 p.
2. Saaty T. The Analytic Hierarchy Process. 1996. doi.org/10.1007/978-1-4612-3982-6
3. Косенкова О.В. Прогнозування результатів діяльності підприємства на нечіткій логіці. Економіка: проблеми теорії та практики. Дніпропетровськ : ДНУ, 2002. Вип. 123. С. 63-72.

4. Гейдарова О.В., Паюк В.П. Інформаційні технології у моделюванні процесів прийняття рішень на підприємстві. Вісник Хмельницького національного університету. 2018. С. 228-230
5. Гейдарова О.В. Інформаційно-комунікаційні технології у забезпеченні бізнес-процесів організації. Міжнародна науково-практична конференція “Актуальні проблеми економіки, фінансів, менеджменту і права”. 2 грудня 2022. Житомир.
6. Гейдарова О.В. Особливості захисту сучасних інформаційно-комунікаційних технологій управління організацією. Міжнародна НПК «Сучасні технології менеджменту», Польща, Україна, 15-16 жовтня, 2022, Пшеворськ, Польща.
7. Hryhoruk P.M., Khrushch N.A., Grygoruk S.S. (2018). Підхід до побудови нечітких відношень переваги в прийнятті управлінських рішень. Науковий вісник Полісся, 2(4(12)), 92–99. <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/125936>

References

1. Zadeh L.A. Fuzzy Sets as a Basis for a Theory of Possibility. Fuzzy Sets and Systems. 1978. Vol. 1. № 1. 100 p.
2. Saaty T. The Analytic Hierarchy Process. 1996. doi.org/10.1007/978-1-4612-3982-6
3. Kosenkova O.V. Prohnozuvannia rezultativ diialnosti pidpriemstva na nechitkii lohitsi. Ekonomika: problemy teorii ta praktyky. Dnipropetrovsk : DNU, 2002. Vyp. 123. S. 63-72.
4. Heidarova O.V., Paiuk V.P. Informatsiini tekhnolohii u modeliuvanni protsesiv pryiniattia rishen na pidpriemstvi. Herald of Khmelnytskyi National University. 2018. S. 228-230
5. Heidarova O.V. Informatsiino-komunikatsiini tekhnolohii u zabezpechenni biznes-protsesiv orhanizatsii. Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia “Aktualni problemy ekonomiky, finansiv, menedzhmentu i prava”. 2 hrudnia 2022. Zhytomyr.
6. Heidarova O.V. Osoblyvosti zakhystu suchasnykh informatsiino-komunikatsiinykh tekhnolohiiiv upravlinni orhanizatsiieiu. Mizhnarodna NPK «Suchasni tekhnolohii menedzhmentu», Polshcha, Ukraina, 15-16 zhovtnia, 2022, Pshevors'k, Polshcha.
7. Hryhoruk P.M., Khrushch N.A., Grygoruk S.S. (2018). Pidkhid do pobudovy nechitkykh vidnoshen perevahy v pryiniatti upravlynskykh rishen. Naukovyi visnyk Polissia, 2(4(12)), 92–99. <http://nvp.stu.cn.ua/article/view/125936>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-44>

УДК 332.025

Юлія ЯКУБЕНКО

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

<https://orcid.org/0000-0001-5409-4792>

Yakubenko.yu.l@dsau.dp.ua

Сергій КОБЕРНІУК

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

<https://orcid.org/0000-0001-6282-1304>

sergiy.oleksandrovuch@gmail.com

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАСОБАМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Узагальнено загальний склад маркетингового інструментарію підприємств. Метою дослідження стало формування інструментарію підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств засобами маркетингових комунікацій. Показано місце маркетингових комунікацій підприємств у загальній системі маркетинг-міксу. Окреслено загальні критерії конкурентоспроможності підприємств аграрної сфери. Визначено напрями та засоби використання маркетингових комунікацій в цілях зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів аграрного бізнесу, зокрема за групами: (1) поширення комунікаційно-дослідницької політики, (2) комунікації в сфері продуктово-ринкового портфелю, (3) фінансово-ресурсне планування комунікацій, (4) розвиток стратегічних ринкових комунікацій. Визначено чинники розвитку процесів інтерпретації отриманої користувачами інформації. Констатовано, що конкурентоспроможність підприємства аграрної сфери є складною системною категорією, яка дає комплексну характеристику його здатності до протидії прямим конкурентам, як на поточний момент часу, так і в стратегічній перспективі, в цільовому ринковому сегменті, де позиціонується продукція підприємства, з метою забезпечення функціонування і планового розвитку під тиском конкуренції та дії чинників і умов бізнес-середовища. Розроблено структурно-функціональну модель вдосконалення політики забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств. Розроблено арсенал інструментарію підвищення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектора національної економіки засобами маркетингових комунікацій.

Ключові слова: маркетингові комунікації, аграрний бізнес, підприємства сільського господарства, конкурентоспроможність, засоби зміцнення.

Yuliia YAKUBENKO, Serhii KOBERNIUK

Dnipro State University of Agriculture and Economics

TOOLS FOR INCREASING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES USING MARKETING COMMUNICATIONS

The general composition of the marketing toolkit of enterprises is summarized. The goal of the study was the formation of tools for increasing the competitiveness of agricultural enterprises by means of marketing communications.

The place of marketing communications of enterprises in the general system of the marketing mix is shown. The general criteria of competitiveness of agricultural enterprises are outlined. The directions and means of using marketing communications in order to strengthen the competitiveness of agrarian business entities have been determined, in particular by groups: (1) dissemination of communication and research policy, (2) communications in the field of product and market portfolio, (3) financial and resource planning of communications, (4) development of strategic market communications.

The factors of the development of processes of interpretation of the information received by users are determined. It has been established that the competitiveness of an agricultural enterprise is a complex system category that gives a comprehensive description of its ability to oppose direct competitors, both at the current time and in the strategic perspective, in the target market segment where the enterprise's products are positioned, in order to ensure the functioning and planned development under the pressure of competition and the action of factors and conditions of the business environment.

A structural and functional model for improving the policy of ensuring the competitiveness of agricultural enterprises has been developed. An arsenal of tools for increasing the competitiveness of enterprises in the agrarian sector of the national economy by means of marketing communications has been developed.

Keywords: marketing communications, agrarian business, agricultural enterprises, competitiveness, means of strengthening.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Як відомо, маркетингові комунікації є одним зі чотирьох елементів комплексу маркетингу, що являє собою інтегрований набір засобів комунікації, які застосовуються для передачі повідомлень від виробника або продавця продукції до його цільових ринків. Маркетингова комунікація охоплює будь-яку діяльність підприємства, спрямовану на інформування, переконання, нагадування споживачам та ринку в цілому про свої товари і свою діяльність. Відповідно, якісні та ефективні маркетингові комунікації дозволяють безпосереднім чином впливати на конкурентоспроможність суб'єктів аграрного бізнесу. Натомість, потенціал аграрного сектору економіки України використовується не в повній мірі, малою залишається частка угідь, залучених для ведення сільського господарства, де використовуються сучасні передові світові технології і засоби праці, низькими врожайність і ефективність використання фінансового та ресурсного

забезпечення галузі, спостерігається значний спад у тваринництві. Це в тому числі є проявом недостатньо ефективних маркетингових комунікацій підприємств цієї галузі, що негативно позначається на економічному і соціальному розвитку держави через недоотримання ВВП і доданої вартості, погіршення показників розвитку галузі і суміжних з нею видів агропромислового виробництва, обмеження обсягів експорту, зайнятості, скорочення потенційних робочих місць та погіршення рівня якості життя на сільських і периферійних територіях, формування системних перешкод реалізації структурних і інституціональних реформ.

Попри впровадження заходів багатьох стратегічних і програмних документів системного і якісного розвитку підприємств аграрного сектору економіки України все ще не відбулося, а існуюча політико-економічна, та воєнно-суспільна нестабільність позначилися на погіршенні їх важливих характеристик, що гостро актуалізувало потребу в модернізації науково-методичних основ та пошуку більш дієвих засобів підвищення конкурентоспроможності підприємств засобами їх маркетингових комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Конкурентоспроможність як системна узагальнююча характеристика спроможності суб'єктів господарювання до життєздатності, а також реалізації економіко-ресурсного потенціалу бізнесу вже не перше століття перебуває у фокусі наукового дискурсу. Якщо спершу мова йшла про якість і ціну як ключові фактори конкурентоспроможності бізнесу, то на сьогодні в центрі уваги виступають інновації, передові технології, цифровізація і т. п. Такі висновки достатньо ґрунтовно доведені результатами численних досліджень С. Давимуки, Л. Федулової [1, с.155-206], В. Куйбіди [2, с.76-87] та ін.

Попри інноваційність як основу конкурентоспроможності, її також все більше визначають аспекти діджитал-відносин. Їх впровадження системно ефективізує всі процеси, а також пришвидшує комунікацію підприємства з покупцями і споживачами продукції, суб'єктами бізнес-інфраструктури, а також суспільством на загал. Теоретико-методичні та прикладні аспекти цифровізації та цифрових комунікацій стали предметом досліджень Т. Васильціва, О. Мульської, О. Левицької, Б. Семака, Т. Штець [3, с.44-58], Р. Лупака [4, с.79-94], О. Пришляка [5, с.271-277], О. Сербіна та Л. Галагана [6, с.1-2], О. Ястремської [7, с.64-82] та ін. науковців.

Цікаво, але такі аспекти, як (1) інноваційність, (2) цифровізація та (3) конкурентоспроможність якнайкраще та ефективніше поєднує саме маркетинг. Він стає тією прикладною основою, на засадах якої створюються і втілюються у практику проекти, які модернізують бізнес та систему його комунікацій, а це прямий шлях до природного посилення конкурентоспроможності, особливо в реальному секторі національного господарства, до якого відносять себе суб'єкти аграрного бізнесу. Суто прикладні інструменти та засоби покращення конкурентних позицій підприємств засобами сучасних маркетингових комунікацій представлені у публікаціях К. Вакулєнка [8], І. Вахович та О. Чуль [9, с.182-186], Т. Постнової, О. Химороди, Н. Тершак [10, с.81-87], О. Тімоніна та Ю. Сиваш [11, с.177-181], Р. Лупака та М. Куницької-Ляш [12, с.70] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Однак, питання формування та зміцнення конкурентних позицій підприємств аграрного сектора національної економіки стабільно актуальне й потребує постійного вдосконалення, адже змінюються економіко-правові засади бізнесу, еволюціонує бізнес-середовище, з'являються нові конкуренти, модифікується кон'юнктура ринку, розвиваються смаки і запити споживачів, не сталою залишаються місткість ринку та купівельна спроможність оптових й роздрібних покупців та споживачів продукції.

Формулювання цілей статті

Метою статті є формування інструментарію підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств засобами маркетингових комунікацій.

Виклад основного матеріалу

Існує широкий спектр інструментів маркетингу, кожен з яких тісно взаємопов'язаний з іншими: маркетингові дослідження, товарна політика, канали збуту, ціна, реклама, сервісне обслуговування. Загалом інструменти маркетингу формують систему маркетингу підприємства, від ефективності якої багато в чому і залежить успіх діяльності підприємства. Інструменти маркетингу спрямовані на забезпечення міцних зв'язків між клієнтом і підприємством. Інструменти маркетингу піддаються контролю з боку організації. Основні інструменти маркетингу групуються по функціях: продуктова політика; комунікаційна політика; цінова політика; збутова політика.

Підбір і застосування всіх маркетингових інструментів для досягнення поставленої мети реалізується через процедури маркетинг-міксу (комплексу маркетингу), коли маркетингові інструменти слугують способами здійснення маркетингу: реклама, збут, обслуговування покупця, гнучка політика цін, вивчення потреб і попиту, зв'язок зі споживачами та громадськістю.

Ключове завдання інструментів маркетингу – забезпечити високу ефективність маркетингової

політики суб'єкта господарювання на загал. У чому проявляється така ефективність? Відповідь на це питання може бути як розлогою, так і конкретною. Щодо другого варіанта, то це збільшення обсягів реалізації продукції, розширення чисельності лояльних покупців та споживачів, а також збільшення власної присутності на ринку, іншими словами – розширення ринкової частки. Досягти всіх цих орієнтирів можливо лише одним шляхом – посилення конкурентних позицій та зміцнення конкурентоспроможності суб'єкта бізнесу і його продукції. Відомо, що конкурентоспроможність підприємства є здатністю виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування. Конкурентоспроможність підприємства це також можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво й реалізація конкурентоспроможних товарів є обов'язковою умовою конкурентоспроможності підприємства. У ширшому змісті для забезпечення конкурентоспроможності необхідна систематична робота з усього виробничо-господарського циклу, що приводить до конкурентних переваг у сфері НДДКР, виробництва, управління, фінансів, маркетингу й т. п. Конкурентоспроможність підприємства стає результатом його конкурентних переваг за всім спектром аспектів управління бізнесом.

Критерій конкурентоспроможності – це обсяги продаж і стабільне місце на ринку. Оптимізація політики поведінки в умовах специфічного ринку України здатна істотно підвищити «виживаність», стабільність, тривалість конкурентних переваг і забезпечити подальше зростання підприємства. Поняття конкурентоспроможності містить у собі великий комплекс економічних характеристик, що визначають положення підприємства на галузевому ринку (національному або світовому). Цей комплекс може включати характеристики товару, обумовлені сферою виробництва, а також фактори, що формують у цілому економічні умови виробництва, і збуту продукції. Рівень конкурентоспроможності підприємства відображає сукупні підсумки роботи практично всіх служб підприємства.

Конкурентоспроможність продукції відображає її здатність більш повно відповідати запитам покупців порівняно з аналогічними товарами, представленими на ринку. Вона визначається конкурентними перевагами: з одного боку, якістю товару, його технічним рівнем, споживчими властивостями, з іншого боку, цінами, установленими продавцями товарів.

Високий рівень конкурентоспроможності продукції свідчить про доцільність її виробництва й можливості вигідного продажу. Разом з тим конкурентоспроможність продукції це не лише висока її якість, але й уміле маневрування в ринковому просторі й у часі, а головне максимальний облік вимог і можливостей конкретних груп покупців. Причому об'єктивна оцінка всіх аспектів рівня конкурентоспроможності може бути вироблена тільки на основі критеріїв, якими оперує споживач, для якого цей товар призначений.

Головні причини конкурентоспроможності підприємства необхідно шукати в конкурентних перевагах за елементами комплексу маркетингу. Особливо в ситуації, коли ціни стабільні, ринок відомий і т. п. чи не ключовими стають саме маркетингові комунікації. Виходячи з цього на рис. 1 подано напрями та засоби застосування маркетингових комунікацій заради зміцнення конкурентоспроможності підприємств, на прикладі сфери аграрного бізнесу.

Критично важливо вказати на те, що на забезпечення розвитку процесів інтерпретації отриманої користувачами інформації чи не найбільший вплив мають такі чинники: 1) потреби (максимальна відповідність сільськогосподарської продукції запитам конкретного користувача інформації, а також своєчасність подання йому такої інформації); 2) цінності (подання інформації у формі, вигляді, стилі, який найбільшою мірою імпонує відповідному споживачу сільськогосподарської продукції); 3) груповий вплив (доведення розуміння того, що ухвалення рішення на користь того чи іншого бренду, співпраці з конкретним підприємством аграрного бізнесу забезпечує належність споживача до певного класу).

Глибина проникнення маркетингової інформації – одна з ключових характеристик (поруч з якістю самої інформації та її сприйняття) ефективності інтернет-маркетингових комунікацій аграрних підприємств. Першим кроком на шляху її аналізування є перевірка обізнаності споживача (чи іншого суб'єкта комунікації) про підприємство та його продукцію. Адже якщо обізнаність відсутня, то, фактично, жодної інформації до її отримувача не надійшло.

Надалі ведемо мову про інтерес, інакше кажучи – зацікавлення споживача щодо комплексу брендів та продуктів, продукції аграрного підприємства. Наявність інтересу є свідченням не лише отримання відповідного інформаційного повідомлення, а й його опрацювання, формування певних попередніх висновків.

Важливо, аби інтерес споживача переріс у сприйняття продукту, позитивне ставлення до нього та прийняття попереднього рішення про його придбання. Для успішної реалізації цього завдання важливо ефективно впливати на мотивацію споживача як ще один критерій якості та ефективності маркетингових комунікацій підприємств аграрного сектора національної економіки. Зауважимо, що найбільше на поведінку споживача впливають такі групи чинників: 1) культурні; 2) соціальні та референтні групи; 3) особистісні; 4) психологічні.

Варто визнати і погодитися, що конкурентоспроможність підприємства є складною системною категорією, яка дає комплексну характеристику його здатності до протидії прямим конкурентам, як на

поточний момент часу, так і в стратегічній перспективі, в цільовому ринковому сегменті, де позиціонується продукція підприємства, з метою забезпечення функціонування і планового розвитку під тиском конкуренції та дії чинників і умов бізнес-середовища. Її визначальною умовою є спроможність налагодити процес виробництва і представлення на ринку якісної сільськогосподарської продукції у відповідності із запитами та потребами споживача. Проте, конкурентоспроможність підприємства не обмежується виробничо-технологічної ланкою, а досягається в процесі реалізації вдалої маркетингової стратегії, де одне з провідних місць відводиться системі маркетингових комунікацій.

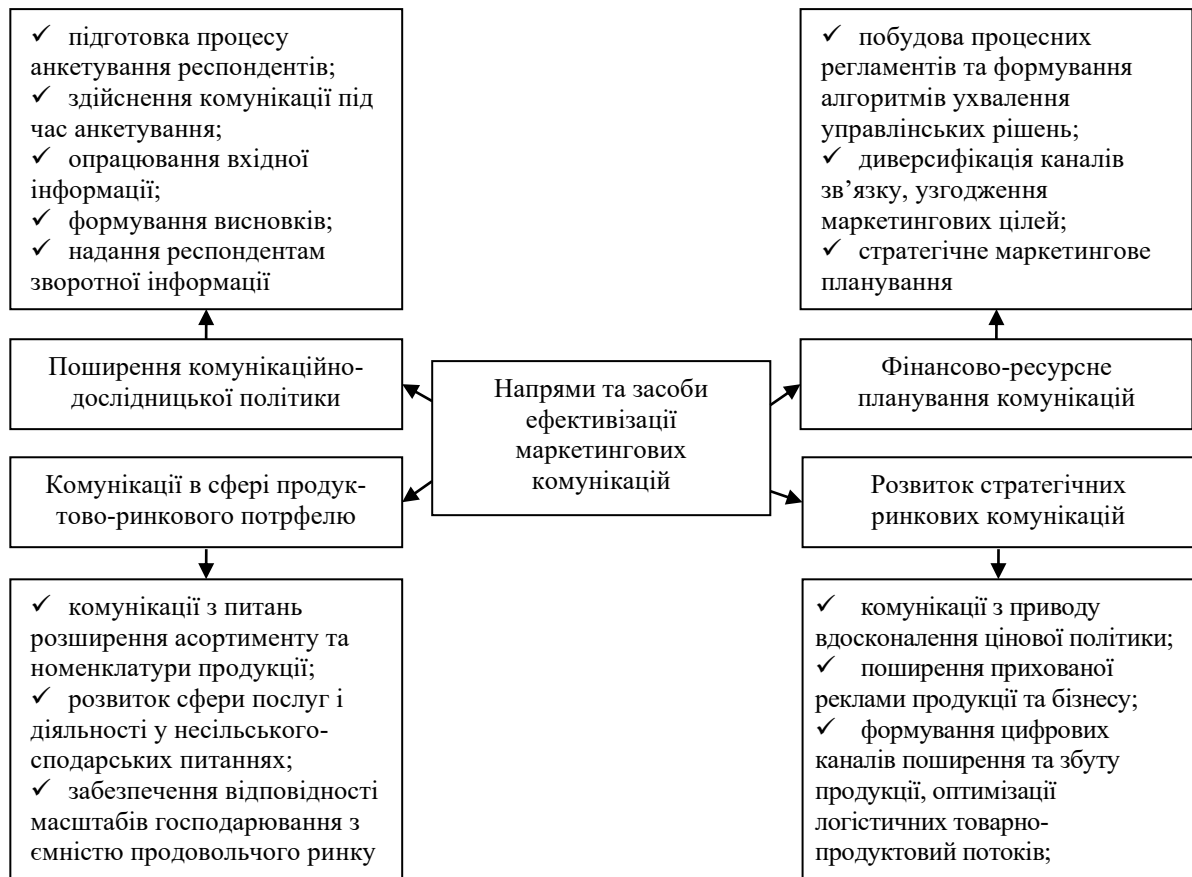


Рис. 1. Напрями та засоби використання маркетингових комунікацій в цілях зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів аграрного бізнесу

Джерело: авторська розробка

Причому в сьогоднішніх реаліях активного й бурхливого розвитку процесів цифровізації та діджиталізації особливої значимості (а також і переваг) набуває Інтернет-маркетинг. Відтак, ефективна маркетингова комунікаційна політика аграрних підприємств має трактуватися як інструментальна система відносно планування та реалізації постійної комунікації (в цифровому полі та форматі) зі споживачами та іншими суб'єктами з метою формування позитивного іміджу як компоненти конкурентоспроможності підприємства та його брендів і продукції. Розвиток цифрових комунікацій та використання їх можливостей забезпечує зміщення акцентів з міжорганізаційних відносин на об'єднану взаємодію і комунікації. Це сприяє розширенню потенціалу маркетингової комунікативної політики підприємств аграрного бізнесу за напрямками: значно глибша (фактичні та потенційні споживачі послуг) та ширша (інші ринкові агенти) аудиторія отримувачів інформації; висока швидкість поширення даних та отримання відповідей; великі обсяги одномоментної передачі даних; одночасна комунікація з аудиторіями різних сфер; опосередковане спілкування; передача не тільки інформації, але й одночасно засобів реклами, стимулювання збуту тощо.

У відповідності до такого підходу елементами ефективної та повноцінної маркетингової комунікативної політики аграрних підприємств стають суб'єкти комунікації, канали поширення даних, елементи інформаційно-комунікативної системи, механізм управління інформаційно-комунікативною політикою. При цьому послідовність маркетингової комунікативної політики підприємств аграрного сектору національної економіки України в системі цифрових комунікацій передбачає етапи: планування звернення до аудиторії; контроль процесів доведення інформації (коригування звернення за необхідності); отримання зворотної реакції, опрацювання даних, вироблення і ухвалення рішень; аналіз глибини проникнення та ефективності комунікації; диференціація функцій комунікації задля найбільш якісного впливу на споживчу

поведінку; управління інтерактивним маркетингом в системі комунікацій з владними структурами, громадським сектором та бізнес-аудиторією.

Структурно-функціональною складовою вдосконалення політики забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств є раціоналізація управління їх стратегічним маркетингом, що передбачає реалізацію заходів фінансово-економічного, організаційно-виробничого, інтелектуально-кадрового та соціально-економічного характеру, коли відповідна структурно-управлінська модель менеджменту маркетингових комунікацій суб'єктів бізнесу формалізується на засадах замкнутого циклу таких етапних компонентів, як проведення маркетингових досліджень, стратегічне маркетингове планування, узгодження виробничо-господарських параметрів підприємства з потребами ринку, формування стратегічного набору та налагодження стратегічних ринкових комунікацій підприємства.

При цьому визначення відповідної стратегії ефективізації маркетингових комунікацій підприємств аграрної сфери доцільно диференціювати в розрізі загальноприйнятих базових етапів їх життєвого циклу на засадах дотримання такої паритетності: стратегія проникнення на ринок (етап створення), стратегія експансії ринку (етап зростання), стратегія утримання ринкових позицій (етап зрілості) та стратегія структурної перебудови маркетингових бізнес-процесів (етап занепаду).

Важливе місце під час розвитку та вдосконалення системи маркетингових комунікацій аграрних підприємств відводиться імплементації систем управління якістю в цій сфері. Такі практики доречно розвивати за напрямками: упровадження системи якості управління розвитком і конкурентоспроможністю підприємства; створення і розвиток системи управління якістю бізнес-процесів; формування системи якості управління формуванням та використанням ресурсів; імплементація системи якості залучення та використання технологій; впровадження системи якості продукції за міжнародними вимогами і стандартами.

Значним незадіяним резервом підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є реалізація інструментів активізації їх інноваційного розвитку, що дозволяє переорієнтувати ресурсні потужності в площину ведення конкурентної боротьби продовольчого ринку, який характеризується оптимістичними перспективами зацікавленості з боку платоспроможних споживачів і можливістю отримання більшої маржі прибутку завдяки реалізації інноваційних видів продукції, що наділена властивостями відмінними від продукції конкурентів. Стратегічні напрями та пріоритетні види інновацій (виробничо-продуктові, техніко-технологічні та організаційно-управлінські) мають диференціюватися залежно від розмірів і масштабів господарювання підприємств, а також їх галузевої спеціалізації.

Арсенал інструментарію підвищення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектора національної економіки доцільно формувати за наступними напрямками: інституційно-правовий (покращення середовища здійснення цифрової комунікаційної діяльності), інвестиційно-фінансовий (грошово-фінансове забезпечення реалізації рекламних кампаній, а також заходів зі стимулювання збуту сільськогосподарської продукції), організаційно-виробничий (вдосконалення інформаційно-комунікаційних бізнес-процесів підприємства), науково-технічний (розвиток кооперації в сфері цифрових бізнес-комунікацій аграрного підприємства), збутово-логістичний (оптимізація інформаційно-аналітичної підтримки процесів формування збутово-логістичних потоків підприємства), соціально-психологічний (формування мотиваційних механізмів активізації та ефективізації бізнес-комунікації), інформаційно-комунікаційний (полегшення доступу та підвищення рівня обізнаності управлінського персоналу підприємств щодо перспективних тенденцій розвитку ринків збуту сільськогосподарської продукції).

Реалізація дієвої політики забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств потребує розробки та впровадження організаційно-економічного механізму підвищення ефективності просування і збуту продукції на зовнішні ринки із інституційними (впровадження вітчизняних норм і стандартів до вимог ЄС, конвергенція норм виробництва сільськогосподарської продукції до законодавства, державна підтримка через сільськогосподарські бізнес асоціації), економічними (модернізація та ресурсне переоснащення сільськогосподарських підприємств, розвиток аграрної інфраструктури), соціально-екологічними (екологізація аграрного виробництва, необхідне інтелектуально-кадрове забезпечення) заходами.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Найвища ефективність політики забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств України досягається за умови її реалізації на основі повноцінного інституційно-економічного механізму, що складається з двох взаємопов'язаних між собою підсистем – інституційної та господарської. В рамках інституційно-економічного механізму передбачається поєднання таких елементів, як інституційно-суб'єктний та інституційно-правовий блоки, інституційно-методичне забезпечення, управлінський блок та блок реалізації стратегії. Особливо важливе місце в контексті нарощування і реалізації конкурентних переваг вітчизняних аграрних підприємств відводиться вибудуванню інституційно-об'єктного забезпечення сільськогосподарського виробництва і збуту сільськогосподарської продукції, адже результатом такої політики стає формування системи заготівлі сільськогосподарської продукції; створення кластерів, територіальних об'єднань, суб'єктів міжгалузевої співпраці; налагодження системи партнерсько-договірних

відносин в рамках замкнутого циклу виробництва і збуту сільськогосподарської продукції, її переробки; вертикальна та горизонтальна інтеграція сільськогосподарських підприємств; інтеграція в систему просування, розподілу та збуту продукції, що в підсумку приводить до посилення інституційно-організаційної спроможності та конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Таким чином маркетингова комунікаційна політика вітчизняних аграрних підприємств потребує свого вдосконалення, особливо її поширення у площину цифрових комунікацій, Інтернет-маркетингу, адже розвиток цифрових комунікацій та використання їх можливостей забезпечує зміщення акцентів з міжорганізаційних відносин на об'єднану взаємодію і комунікації. Це сприяє розширенню потенціалу маркетингової комунікативної політики аграрних підприємств за напрямками: значно глибшої та ширшої аудиторії отримувачів інформації; висока швидкість поширення даних та отримання відповідей; великі обсяги одномоментної передачі даних; одночасна комунікація з аудиторіями різних сфер; опосередковане спілкування; передача не тільки інформації, але й одночасно засобів реклами, стимулювання збуту, ін.

Елементами системи формування маркетингової комунікаційної політики аграрних підприємств є елементи комунікативної політики, суб'єкти комунікації, канали поширення даних, елементи інформаційно-комунікативної системи, механізм управління інформаційно-комунікативною політикою суб'єктів аграрного бізнесу. При цьому послідовність маркетингової комунікативної політики аграрних підприємств в системі цифрових комунікацій передбачає етапи: планування звернення до аудиторії; контроль процесів доведення інформації (коригування звернення за необхідності) до цільової аудиторії; отримання зворотної реакції від аудиторії, опрацювання даних, вироблення і ухвалення рішень; аналіз глибини проникнення та ефективності комунікації; диференціація функцій комунікації задля найбільш якісного впливу на споживчу поведінку; управління інтерактивним маркетингом в системі комунікацій з владними структурами, громадським сектором та бізнес-аудиторією.

Подальші наукові пошуки доцільно зосередити навколо аспектів обґрунтування стратегії реалізації потенціалу поширення цифровізації маркетингу аграрних підприємств.

Література

1. Давимука С. А., Федуллова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови: монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». 2017. 528 с.
2. Давимука С. А., Куйбіда В. С., Федуллова Л. І. Тенденції розвитку нової регіональної політики країн-членів Європейського Союзу. Регіональна економіка. 2019. № 1 (91). С. 76-87.
3. Vasylytsiv T., Mulska O., Levytska O., Lupak R., Semak B., Shtets T. Factors of the Development of Ukraine's Digital Economy: Identification and Evaluation. Science and innovation. 2022. № 18 (2). P. 44-58.
4. Лупак Р. Л. Напрями реалізації потенціалу сектора інформаційно-комунікаційних технологій у контексті забезпечення якісних характеристик функціонування внутрішнього ринку та розвитку інформаційного суспільства в Україні. Галицький економічний вісник Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя. 2019. № 60 (5). С. 79-94.
5. Лупак Р. Л., Штець Т. Ф., Пришляк О. П. Інституціональні аспекти державного регулювання розвитку цифрової економіки України. Бізнес Інформ. 2020. № 1. С. 271-277.
6. Сербін О., Галаган Л. Інновації в науці як чинник розвитку знаннєвого середовища. Вісник Книжкової палати. 2012. № 5. С. 1-2.
7. Ястремська О. М. Мотивація креативності новаторів: монографія. Харків: ХНЕУ, 2013. 212 с.
8. Вакуленко К. М. Розвиток креативного сектору світової економіки. 2017. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/23132>.
9. Вахович І. М., Чуль О. М. Розвиток креативної економіки в умовах транскордонного співробітництва. Проблеми економіки. 2014. № 3. С. 182-186. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pecon_2014_3_24.
10. Поснова Т. В., Химорода О. П., Тершак Н. А. Креативна економіка: сутність, особливості та передумови формування. Міжнародний научний журнал «Інтернаука». 2018. № 3 (43), 2 т. С. 81-87.
11. Тімонін О. М., Сиваш Ю. М. Креативність як чинник інноваційної діяльності підприємств. Причорноморські економічні студії. 2016. Вип. 11. С. 177-181.
12. Lupak R., Kunitska-Iliash M. Substantiation of the directions of structural reforms in the economy of Ukraine in the context of realization of the state region and branch policy of import substitution. Інноваційна економіка, 2017. № 7-8. С. 70.
13. Кравчик, Ю., & Каткова, Т. (2022). СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА. Innovation and Sustainability, (1), 84–95. <https://doi.org/10.31649/ins.2022.1.84.95>

References

1. Davymuka, S. A. and Fedulova, L. I. (2017). Creative sector of the economy: experience and directions of development. Lviv: Dolishniy Institute of Regional Research of NAS of Ukraine.

2. Davymuka, S. A., Kyibida, V. S. and Fedulova, L. I. (2019). Trends in the development of new regional policies of the European Union member states. *Rehional'na ekonomika*, no. 1 (91), pp. 76-87.
3. Vasylytsiv, T., Mulska, O., Levytska, O., Lupak, R., Semak, B., Shtets, T. (2022). Factors of the Development of Ukraine's Digital Economy: Identification and Evaluation. *Science and innovation*. no. 18 (2). pp. 44-58.
4. Lupak, R. L. (2019). Directions for realizing the potential of the information and communication technology sector in the context of ensuring the quality characteristics of the functioning of the internal market and the development of the information society in Ukraine. *Galician economic bulletin of Ternopil National Technical University named after Ivan Puluy*. no. 60 (5). pp. 79-94.
5. Lupak, R. L., Shtets, T. F. and Pryshliyak, O. P. (2020). Institutional aspects of state regulation of digital economy development in Ukraine. *Biznes-Inform*. no. 1, pp. 271-277.
6. Serbin, O. and Galagan, L. (2012). Innovations in science as a factor in the development of the knowledge environment. *Visnyk Knyzhkovoyi Palaty*, no. 5, 1-2.
7. Yastremskaya, O. M. and Bardadim, O. I. (2013). Motivation of creativity of innovators. Kharkiv: KhNEU.
8. Vakulenko, K. M. (2017). Development of the creative sector of the world economy. Retrieved from <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/23132>.
9. Vakhovych, I. M. and Chul, O. M. (2014). Development of creative economy in conditions of cross-border cooperation. *Problemy ekonomiky*, no. 3, pp. 182-186. Retrieved from http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-3_0-pages-182_186.pdf.
10. Posnova, T. V., Hymoroda, O. P. and Terhak, N. A. (2018). Creative economy: essence, features and preconditions of formation. *Mezhdunarodnyy nauchnyy zhurnal «Internauka»*, no. 3 (43), pp. 81-87.
11. Timonin, O. M. and Syvash, Yu. M. (2016). Creativity as a factor of innovative activity of enterprises. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*, no. 11, pp. 177-181.
12. Lupak R., Kunytska-Iliash M. (2017). Substantiation of the directions of structural reforms in the economy of Ukraine in the context of realization of the state region and branch policy of import substitution. *Innovative economy*, no. 7-8. pp. 70.
13. Kravchyk Yu., & Katkova T. (2022). STRUCTURAL AND FUNCTIONAL CHARACTERISTICS OF ECONOMIC SECURITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISE. *Innovation and Sustainability*, (1), 84-95. [in Ukrainian] <https://doi.org/10.31649/ins.2022.1.84.95>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-45>

УДК 336. 531 (001. 13) (477)

Ігор ЗВАРИЧ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
<https://orcid.org/0000-0003-2033-5054>
e-mail: igor.zvarych@pnu.edu.ua

Леся ДМИТРИШИН

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
<https://orcid.org/0000-0003-1842-8112>
e-mail: lesia.dmytryshyn@pnu.edu.ua

Олена ЗВАРИЧ

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
<https://orcid.org/0000-0002-5088-7565>
e-mail: olena.zvarych@pnu.edu.ua

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМИ ПРОЄКТАМИ У СИСТЕМІ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

У цій статті висвітлено сучасну проблематику управління проєктами у контексті формування потенціалу розвитку регіонів України. При цьому із використанням системного та синергетичного підходів, методів аналізу і синтезу, індукції та дедукції, історичного і компаративного аналізу встановлено, що без належної організації управління проєктами неможливе ефективне використання фінансових ресурсів, які інвестуються у розвиток регіону. Водночас у світі вже давно відомо, що система їх менеджменту – це особливий напрямок сучасного управління, застосування якого дає відчутні як поточні, так і перспективні результати. Будь-який проєкт у процесі виконання проходить різні стадії, які у сукупності називаються його життєвим циклом. А для реалізації різних функцій із управління проєктом потрібні відповідні дії, що визначаються як процеси їх менеджменту. Одночасно управління проєктами – це інтегрований процес: дії (або їх відсутність) у одному напрямку впливають і на інші спрямування. Такий взаємозв'язок змушує балансувати між завданням проєкту – часто поліпшення в одній із сфер може бути досягнуте тільки за рахунок погіршення в іншій. Водночас процеси управління проєктами можуть бути поділені на 6 основних груп, за якими реалізуються різні функції управління: інновації, планування, виконання, аналізу, управління та завершення. Одночасно із цим варто окремо виділити систему методів мережевого планування і управління – це сукупність методів планування та менеджменту розробки господарських комплексів і науковими дослідженнями та конструкторськими і технологічними роботами та продукції нового виду, спорудженням і реконструкцією будинків та споруд і капітальним ремонтом основних засобів із використанням мережевих графіків, які застосовуються сьогодні у національній економіці, що і дає можливість позитивно впливати на управління інвестиційними проєктами і в Україні.

Ключові слова: регіон, інвестиції, інновації та проєкт, інвестиційний проєкт, потенціал, розвиток.

Ihor ZVARYCH, Lesia DMYTRYSHYN, Olena ZVARYCH
Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC SUPPORT FOR THE MANAGEMENT OF INVESTMENT PROJECT IN THE SYSTEM OF FORMING THE POTENTIAL FOR DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN REGIONS

Highlights the current issues of project management in the context of regional development. Using systematic and synergetic approaches, methods of analysis and synthesis, induction and deduction, comparative analysis, it is established that without proper organization of project management it is impossible to effectively use those financial resources invested in regional development. At the same time, the world has long known that their management system is a special area of modern management, the application of which gives tangible both current and future results. Every project in the process of implementation goes through various stages, which together are called its life cycle. And for the implementation of various functions of project management requires appropriate actions, defined as the processes of their management. At the same time, project management is an integrated process: actions (or lack thereof) in one direction affect other areas. This relationship forces a balance between project objectives – often improvement in one area can only be achieved through deterioration in another. At the same time, project management processes can be divided into six main groups, which implement different management functions: innovation, planning, implementation, analysis, management and completion. At the same time, the system of network planning and management methods should be singled out – a set of planning and management methods for economic development and research and development and design and technological work, new products, construction and reconstruction of buildings and structures, overhaul of fixed assets using network schedules used today in the national economy, which gives the opportunity to have a positive impact on the management of investment projects in Ukraine.

Key words: region, investments, innovations, project, investment project, potencial, development.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Той факт, що інвестиції (як внутрішні, так і зовнішні) здійснюють визначальний вплив на стан соціально-економічного та культурного розвитку території є в цілому незаперечним. Однак, питання аналітичного визначення такого впливу і розробка відповідних методів та моделей все ще залишається на

сьогодні відкритим. Під інвестиціями розуміють такі економічні ресурси, які спрямовуються не лише на розширення чи модернізацію виробничих процесів, а і у людський капітал (витрат на освіту, наукові дослідження, підготовку кадрів тощо). Водночас останнім часом в економічній літературі виділяють нову – інноваційну форму інвестицій, що пов'язано із інноваційним напрямком розвитку економіки. У цілому ж ми дотримуємось думки, що інновації повинні бути невід'ємною ознакою будь-яких інвестицій. Одночасно із цим за умов кризових явищ, зокрема, у перехідних економіках, важливими є й інвестиції на підтримку діючих технічно відсталих виробництв, чим не заперечується їх подальший інвестиційно-інноваційний розвиток, що актуалізує проблематику управління інвестиційними проектами та системні дослідження у цьому важливому напрямку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

На наше переконання, наводити окремі праці із проблем управління проектами із їхнього широкого загалу, які давно увійшли у вітчизняний науковий простір, який активно поповнюється особливо останнім часом, гострої необхідності немає. Поруч із цим варто звернути увагу на публікації таких науковців, як Батенко Л. [1], Благун І. [2, 7, 11], Бушуєв С. [3], Вербицька Г. [4], Гейзер П. [5], Діба М. [6], Дункан Р. [7], Жигалкевич Ж. [8], Рубіш М. [12], Саричев Д. [13], Єпіфанов А. [14].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Водночас належить значно детальніше проаналізувати основні важелі, які використовуються в Україні в умовах розбудови у нашій державі сучасної ринкової економіки і спричинені ними методи управління проектами та їх вплив на інвестиційно-інноваційний розвиток регіону, що і стало основною метою у пропонованій науковій розвідці.

Формулювання цілей статті

Метою статті є організаційно-економічне забезпечення управління інвестиційними проектами у системі формування потенціалу розвитку регіонів України.

Виклад основного матеріалу

Ефективне використання фінансових ресурсів, які інвестуються, неможливе без належної організації управління інвестиційними проектами. У світі вже давно визнано, що система управління проектами – це по суті визначальний напрямок сучасного менеджменту, застосування якого дає відчутні результати. Професіонали у цій сфері порівняно високо поцінуються, для прикладу, у США – це третя за середнім розміром оплати професія після юристів і лікарів. Саме використовувана методологія управління проектами стала сьогодні фактично стандартом управління на багатьох тисячах підприємств та зазвичай застосовується по суті практично в усіх, у тому числі найбільших корпораціях. Так, у 2002 році прийнято стандарти управління проектами ANSI і підготовлено відповідний проєкт стандартів управління проектами ISO 10006 [3; 14–20].

Управління проектами (Project Management) дає відчутні результати в усіх сферах застосування, чим і пояснюється популярність цієї технології. Проте, у нашій державі не всі та не завжди вірно розуміють предмет менеджменту проєктів, нерідко плутаючи його зі складанням бізнес-планів. Управління проектами – це діяльність із планування, організації, координації, мотивації та контролю впродовж життєвого циклу проєкту шляхом застосування системи сучасних методів і техніки управління для забезпечення щонайбільш ефективної реалізації визначених ним результатів за складом та обсягом робіт, вартістю і якістю та задоволенням потреб його учасників.

Проєкт – це тимчасове підприємство для створення унікальних продуктів чи послуг. «Тимчасове» визначає, що будь-який проєкт має початок і неодмінно завершується, коли досягаються поставлені цілі або виникає розуміння того, що вони не можуть бути досягнуті. А «унікальних» означає, що створені продукти чи послуги істотно відрізняються від аналогічних. Одночасно унікальність продуктів або ж послуг проєкту спричиняє необхідність послідовного уточнення їх характеристик у міру його виконання. Як приклад інвестиційного проєкту можливо навести будівництво чи освоєння будь-якої новітньої продукції та здійснення капітальних ремонтних робіт, як і впровадження інформаційної системи на підприємстві або проведення виборчої кампанії, зйомки кінофільму тощо, що відповідає такому визначенню. Управління проектами підпорядковується чіткій логіці, якими пов'язується між собою різні сфери знань, як і ключові процеси управління. Передовсім кожний проєкт обов'язково має одну чи кілька цілей. Цілями будемо вважати надалі не тільки його кінцеві результати, а і шляхи їх досягнення, приміром, застосування технологій та відповідних систем менеджменту проєктів. Вони можуть бути реалізовані різноманітними способами. Для їх порівняння потрібні критерії успішності за досягнення поставлених цілей. А одним із ключових критеріїв оцінки різних варіантів виконання проєкту є строк і вартість досягнення результатів. Водночас заплановані цілі та якість можуть обмежуватись за розгляду і оцінювання його різних варіантів. До цього можливо використовувати й інші критерії та відповідні обмежуючі засоби, зокрема, ресурсні [3].

Для управління проектами треба мати належні важелі. Впливати на шляхи досягнення їх результатів, цілі, якість, терміни і вартість виконання робіт можливо, обираючи із цією метою технології, склад, характеристики та ресурси для виконання тих або ж інших робіт. Отже, технології, які застосовуються, і ресурси проекту логічно віднести до основних важелів управління проектами. Окрім цього, існують різні допоміжні засоби, що призначені для управління основними. До них логічно віднести, наприклад, контракти, які дають можливість залучати необхідні ресурси на відповідний термін. Одночасно для управління ресурсами потрібно забезпечити ефективну організацію робіт. Це стосується і структури управління проектом, організації інформаційної взаємодії його учасників та координації персоналу. Водночас із цим інформація, яка використовується в управлінні проектами, не буває повністю достовірною. Врахування цієї невизначеності необхідне як за планування проекту, так і для грамотного укладення контрактів та аналізу і врахування невизначеностей зазвичай присвячується аналіз ризиків [3; 8; 14, 15].

Процеси управління проектами. Будь-який із проектів у процесі виконання проходить різні стадії, які у сукупності називають його життєвим циклом. Для реалізації різних функцій стосовно управління проектом потрібні відповідні дії, що у подальшому будуть визначатись як процеси управління ними. Одночасно управління проектами – інтегрований процес. Дії (чи їх відсутність) у одному із напрямків впливають і на інші спрямування. Такий взаємозв'язок і змушує балансувати між завданнями проекту – часто поліпшення у одній із сфер може бути досягнуте за рахунок погіршення в іншій.

Проект складається із певних процесів як сукупності дій, які приносять результат. Вони зазвичай розподіляються на такі дві основні групи:

- управління – стосуються головним чином організації та опису відповідних робіт за проектом, що будуть докладно описані у подальшому [4; 15];
- зорієнтовані на продукт і його специфікацію та виробництво. Визначаються життєвим циклом проекту і залежать від сфери застосування [3; 14].

Процеси менеджменту проектів та тих, які орієнтуються на продукт, накладаються і взаємодіють. Для прикладу, цілі проекту не можуть бути визначені за відсутності вичерпного розуміння того, як саме створити продукт. Водночас процеси управління проектами можуть бути поділені на шість основних груп, за якими реалізуються різні функції управління:

- ініціації – ухвалення рішення про початок виконання проекту [4; 15];
- планування – визначення конкретних цілей та різних критеріїв успіху проекту і розробка відповідних робочих схем їхнього досягнення [7; 14, 15];
- виконання – координація людей та ресурсів для виконання плану [14];
- аналізу – визначення відповідності плану і виконання проекту згідно із наперед поставленими цілями та критеріями успіху, прийняття рішень відносно необхідності застосування тих або інших коригувальних впливів [13];
- управління – вичерпне визначення відповідних коригувальних впливів, їхнє чітке узгодження, затвердження і у подальшому – застосування [1];
- завершення – належна формалізація виконання проекту та його доведення до наперед визначеного відповідно упорядкованого фіналу [7; 14, 15].

Усі процеси управління проектами відбуваються із різною інтенсивністю, накладаються один на одного на усіх їх стадіях рис. 1. Окрім цього, усі вони пов'язані своїми результатами. Результат виконання одного стає вихідною інформацією для іншого. Ці взаємозв'язки проілюстровані нами на рис. 2. І, нарешті, існують взаємозв'язки усіх груп процесів різних фаз проекту. Закриття однієї з них може бути входом для ініціації наступної, як, приміром, завершення фази проектування потребує схвалення проектною документації, яка необхідна для початку етапу його реалізації її замовником. У реальному ж проекті фази можуть не лише передувати одна одній, а і накладатись.



Рис. 1. Графік процесів у фазі управління проектами [14, 15]

Повторення ініціації на його етапах допомагає контролювати актуальність його виконання. Якщо потреба у ньому відпадає, чергова ініціація дає можливість вчасно це встановити та уникнути зайвих витрат. Ініціація ж включає єдиний підпроцес – авторизацію (рішення розпочати чергову фазу проекту).

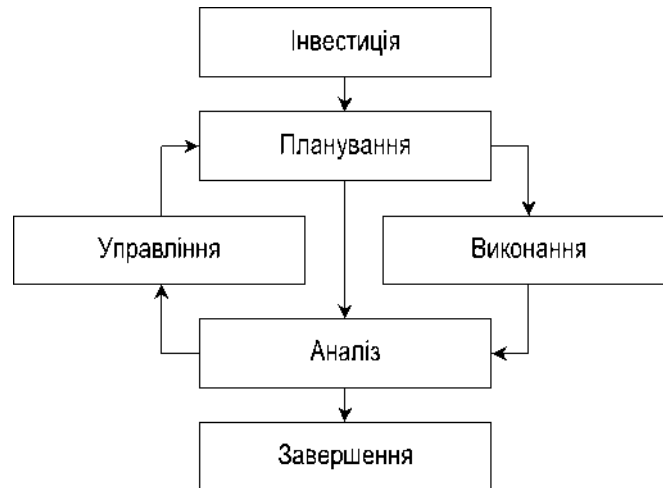


Рис. 2. Взаємозв'язки процесів управління проектами [14, 15]

Планування теж має велике значення для проекту, оскільки він містить те, що раніше не виконувалось. Воно включає порівняно багато процесів. Одночасно у жодному випадку не потрібно вважати, що управління проектами – це тільки саме планування. Усі зусилля, які докладаються для планування, необхідно порівнювати із цілями проекту і корисністю отриманої інформації. Водночас із цим нагадаємо, що варто розрізняти цілі проекту та цілі його продукту. Продукт проекту – це продукція (чи послуги), яка створена у результаті його виконання. Цілі продукту – це властивості та функції, якими має володіти кінцева продукція проекту, отже робота, яку і належить виконати для виробництва продукту із заданими властивостями [1; 14, 15].

У ході виконання проекту процеси управління його різними фазами багаторазово повторюються. Змінюватись можуть цілі проекту та його бюджет і ресурси тощо. Окрім цього, планування проекту – це не точна наука. Різні його творці можуть розробити різні плани для одного і того ж проекту. Відтак, пакети менеджменту ними зазвичай містять різні види виконуваних робіт за однакових вихідних даних. Деякі із процесів планування мають чіткі логічні або інформаційні взаємозв'язки та виконуватимуться у одному і тому ж порядку в усіх проектах. Для прикладу, спочатку визначають, із яких робіт він складається, а вже потім розраховувати конкретні терміни його виконання та вартість. Такі процеси виконуються по декілька разів впродовж кожної фази проекту. Окрім основних процесів планування, є і низка допоміжних, необхідність у яких залежить від конкретного проекту, у тому числі:

- планування якості – це визначення того, якими стандартами якості потрібно керуватись у виконуваному проекті та як цих стандартів досягти;
- планування організації – документування і визначення відповідних ролей, відповідальності та взаємостосунків необхідної звітності в організації;
- призначення персоналу – це визначення людських ресурсів із метою належного виконання усіх запланованих робіт чітко за конкретним проектом;
- планування взаємодії – встановлення потоків інформації та різноманітних способів взаємодії, що вкрай потрібні кожному із учасників проекту;
- ідентифікація ризику – це визначення і документування різних подій ризику, які можуть істотно вплинути на виконання відповідного проекту;
- оцінка ризику – оцінювання ймовірностей настання подій ризику та їхніх характеристик і ймовірного впливу на конкретний виконуваний проект;
- розробка реагування – це окреслення необхідних обґрунтованих дій із метою завчасного попередження ризиків та реакції на інші загрозливі події;
- планування постачань – це визначення того, що саме, як і коли повинне бути вчасно поставлене із метою безумовної та якісної реалізації проекту;
- підготовка умов – вироблення відповідних вимог до належного постачання і визначення потенційних постачальників потрібного для проекту.

Взаємозв'язок між допоміжними підпроцесами залежить від природи проекту. Його виконання повинне регулярно аналізуватись для того, щоби виявити відхилення від плану із оцінкою їх впливу на проект. Регулярне вимірювання основних параметрів проекту та ідентифікація відхилень відносять до процесів реалізації, називаючи контролем виконання. Його потрібно здійснювати за усіма параметрами, які входять у план проекту. Як і у плануванні, процеси реалізації поділяють на основні та допоміжні. До основних відносять процес виконання плану проекту. Серед допоміжних визначимо:

- облік виконання – це підготовка і розподіл відповідної інформації, яка необхідна кожному учаснику виконуваного проекту з певною періодичністю;

- підтвердження якості – систематичне оцінювання виконання проєкту для підтвердження його відповідності усім прийнятими стандартами якості;
- підготовка пропозицій – це збір належно обґрунтованих рекомендацій та відгуків і відповідних пропозицій та заявок щодо виконання проєкту тощо;
- вибір постачальників – це оцінка наявних пропозицій і вибір постачальників та підрядників і укладення із ними відповідних контрактів (угод);
- контроль контрактів – це постійний контроль за процесом безумовного належного виконання контрактів між постачальниками та підрядниками;
- розвиток команди проєкту – це планомірне і систематичне підвищення кваліфікації усіх із учасників команди виконавців відповідного проєкту.

Процеси аналізу. Процеси аналізу включають насамперед аналіз плану та аналіз виконання проєкту. Аналіз плану передбачає передовсім визначення того, чи відповідає складений план виконання проєкту різним встановленим вимогам до нього і очікуванням усіх його учасників. Він виражається в оцінюванні показників плану його командою або іншими учасниками проєкту. На стадії ж планування результатом аналізу плану може бути і ухвалення рішення про необхідність змін початкових умов та складання його нової версії чи прийняття розробленої версії як базового плану проєкту, що надалі стане основою для його виконання. Аналіз плану не виділяється як окремий процес, а включається безпосередньо у планування і робить таку групу процесів за своєю природою ітеративною. Тобто, усі основні процеси аналізу вважатимемо процесами аналізу виконання. Вони призначені для оцінки стану та прогнозу успішності реалізації проєкту у відповідності із критеріями і обмеженнями, які визначені на стадії планування. Через унікальність проєктів ці критерії – не універсальні, але для більшості із них до основних обмежень та критеріїв успіху належать передовсім цілі, терміни, якість і вартість робіт. Одночасно за негативного прогнозу приймається рішення про необхідності коригувальних впливів, вибір яких здійснюється у процесах управління змінами. Процеси аналізу можна розподілити на основні та допоміжні. До основних відносяться процеси аналізу, що безпосередньо пов'язані із цілями проєкту і показниками, які характеризують успішність його виконання:

- аналіз термінів – це визначення відповідності фактичних та прогнозних термінів реалізації операцій проєкту директивним або ж запланованим;
- аналіз вартості – це визначення, наскільки фактична і прогнозована вартість операцій та фаз проєкту відповідають директивним (запланованим);
- аналіз якості – це моніторинг результатів із метою їхньої перевірки на відповідність прийнятими стандартами якості та визначення подальших шляхів неодмінного усунення причин небажаних результатів виконання проєкту;
- підтвердження цілей – це процес формалізованого прийняття результатів проєкту його усіма учасниками (як-то інвесторами, споживачами тощо).

Допоміжні процеси аналізу пов'язані із аналізом чинників, що впливають на цілі та критерії успіху проєкту. Вони включають [2; 4; 6; 10; 12–15]:

- оцінку виконання – аналіз результатів роботи і розподіл усієї проєктної інформації задля належного постачання учасників проєкту відповідними даними про те, як використовуються ресурси для досягнення цілей проєкту;
- аналіз ресурсів – це скрупульозне визначення відповідності фактичного та прогнозованого завантаження і продуктивності різних наявних ресурсів запланованим та фактичним витратам матеріалів, які витрачаються планово [2].

До таких процесів не включається аналіз взаємодії стосовно оптимізації процедур обробки інформації та виконання контрактів із метою своєчасного внесення відповідних змін і запобігання зриву, отже низка тих процесів, що не мають регулярного характеру (аналіз взаємодії) чи складають певну частину включених процесів (аналіз контрактів). У результаті аналізу приймається рішення щодо продовження реалізації проєкту за раніше наміченим планом або визначається необхідність застосування коригувальних впливів [14, 15].

Процеси управління. Менеджмент виконання проєкту є визначенням застосування управлінських впливів із метою успішної реалізації проєкту. Якщо вона відбувається за наміченим планом, управління фактично зводиться до безпосередньо виконання – доведення до учасників проєкту планових завдань та контролю за їхньою реалізацією. Однак, коли у процесі виникають відхилення, аналіз яких вказує на потребу у застосуванні коригувальних впливів, потрібно віднайти оптимальні коригувальні впливи і переглянути план робіт, що залишилися, погодивши такі зміни із учасниками проєкту. Тож, процеси управління призначені для узгодження та внесення необхідних змін у цей план. Їх нерідко називають управлінням змінами, які зумовлюють зміст аналізу. До основних процесів менеджменту, що зустрічаються практично у кожному виконуваному проєкті, зазвичай на практиці відносять:

- загальне управління змінами – це визначення, узгодження і уточнення, затвердження та прийняття до безумовного виконання усіх коригувальних впливів і координація відповідних змін до усього виконуваного проєкту;

- управління ресурсами – це внесення потрібних змін до складу та призначення належних ресурсів для успішного виконання відповідного проєкту;
- управління цілями – систематичне корегування відповідних цілей проєкту за кінцевими результатами процесів виконаного поглибленого аналізу;
- управління якістю – це оперативна розробка відповідних заходів із усунення безумовного ймовірних причин незадовільного виконання проєкту.

Серед допоміжних процесів управління відзначимо [2; 4; 6; 10–15]:

- управління ризиками – це належне реагування на усі без винятків події та зміну тих чи інших ризиків у процесах виконання відповідного проєкту;
- управління контрактами – координація роботи субпідрядників, як і корегування контрактів та належне врегулювання виникаючих конфліктів.

Завершення проєкту супроводжується низкою таких процесів:

- закриття контрактів – це завершення і закриття контрактів, які включають врегулювання усіх наявних на той час суперечок стосовно нього;
- адміністративне завершення – це підготовка, збір та розподіл інформації, яка є необхідною для відповідної формалізації завершення проєкту.

Методи і технології реалізації таких процесів та їх інтеграція складають суть управління проєктами. Звернемо увагу і на те, що охарактеризовані процеси застосовуються до різних проєктів, серед яких – будівельні, інформаційні та будь-які інші. Проте, є й істотні відмінності у менеджменті проєктами різних типів. Водночас необхідно зазначити, що впровадження системи управління проєктами пов'язане із певною організаційною перебудовою і впровадженням відповідних спеціалізованих програмних засобів [2].

Методи управління інвестиційними проєктами. Методи прогнозування та планування призначаються насамперед для визначення можливих і бажаних (цільових) характеристик стану керованого об'єкта у майбутньому. Однак, для того, щоби найуспішніше реалізувати оптимальний план розподілу виробничих ресурсів, слід спланувати та виконати цілу низку заходів. Моделі мережевого планування і управління призначаються для складання плану реалізації певного комплексу взаємозалежних робіт (операцій), які характеризуються коротшими термінами. Він створюється як мережа, графічне зображення якої називається мережевим графіком, а чітке відображення усіх часових взаємозв'язків майбутніх робіт є відмінною рисою мережевих моделей. Система методів мережевого (сіткового) планування та управління (СПУ) – сукупність методів планування і управління розробкою господарських комплексів науковими дослідженнями, конструкторськими та технологічними роботами, продукції нового виду, спорудженням і реконструкцією будинків та споруд, капітальним ремонтом основних засобів із використанням мережевих графіків. Перші такі системи були розроблені у США наприкінці 50-х років XX століття. Вони одержали назву СРМ (англ. аббревіатура – метод критичного шляху) і PERT (метод оцінки та огляду програми). Система СРМ вперше була застосована в управлінні будівельними роботами, а PERT – у процесі розробки відомої системи «Поларис».

Діапазон застосування СПУ доволі широкий: від завдань із питань діяльності окремих осіб, до проєктів, у яких беруть участь сотні організацій та десятки тисяч людей. Це може бути в числі іншого розробка і створення потужного територіально-виробничого комплексу. Саме така мережева модель є описом комплексу робіт (операцій проєкту). Це означає будь-яке завдання, із метою виконання якого потрібно здійснити досить велику кількість різних дій, наприклад, будівництво будинку, корабля, літака або ж створення будь-якого іншого складного об'єкта, розробка їх проєкту та процес планування його реалізації. Отже, основними утворюючими елементами мережевої моделі є різноманітні події чи роботи. Термін «робота» використовують у мережевому плануванні для позначення процесів і зв'язків між подіями [14, 15]:

- дійсна робота – це протяжний у часі процес, який потребує витрат різних ресурсів (у тому числі й виготовлення деталей та складання виробу, як і налагодження устаткування та інше). Кожна із робіт повинна бути чітко описана і одночасно мати конкретно визначеного її безпосереднього виконавця;
- очікування – тривалий процес, яким не передбачаються витрат у різних ресурсів та праці (сушіння після фарбування і твердіння бетону та інше);
- залежність (фіктивна робота) – логічний зв'язок між двома або де кількома роботами (подіями), які не потребують витрат матеріальних ресурсів, праці чи часу. Вона вказує головним чином на те, що можливість початку однієї із робіт та її результати безпосередньо залежать саме від результативності іншої, а тривалість такої фіктивної роботи вважається рівною нулеві.

Подія – це момент завершення процесу, яким відображається окремих етап реалізації проєкту. Така подія може бути результатом однієї роботи або сумарним підсумком декількох робіт і здійснитись винятково тільки тоді, коли закінчені усі роботи, які їй передують. Своєю чергою подальші роботи можуть починатись лише після здійснення такої події. Водночас вважається, що подія не має тривалості та здійснюється миттєво. Тому кожна із таких подій, які включаються у модель, має бути точно визначеною, а формулювання містити результат попередніх робіт. Серед подій мережевої моделі особливо виділяються вихідна і завершальна. Вихідна подія стосується попередніх робіт, які відносяться до цього ж комплексу. Натомість, завершальна – наступних, що належать до неї. Мережа є граф-фігурою, яка складається із точок

та з'єднуючих ліній. Точки у такій фігурі називають вершинами графа, а лінії, які їх з'єднують – ребрами (дугами).

Модель СПУ є особливим видом графів:

- по-перше, це зв'язний граф, тобто усі його визначальні вершини безпосередньо пов'язуються одна із одною із використанням відповідних дуг;
- по-друге, це кінцевий граф – безліч його ребер є кінцевими (приклад нескінченного графа – це координатна мережа на координатній площині);
- по-третє, це орієнтований граф – можна із його вершин з'єднується упорядковано, а дуги в орієнтованому графі позначають відповідними стрілками, якими показується порядок переходу від однієї вершини до іншої. Події мережевого графіка – вершина графа (традиційно зображуються кружками), а ті чи інші роботи – дуги (звичай позначаються стрілками). Для побудови економіко-математичної моделі необхідно послідовно здійснити низку таких дій: сформулювати економічну проблему і виконати її якісний аналіз; побудувати математичну модель; здійснити її математичний аналіз; підготувати вихідну інформацію для моделі; розрахувати чисельне рішення; проаналізувати чисельні результати, застосувати їх на практиці.

Порядок створення та використання мережевої моделі виглядає так: 1) запланований процес розподіляється на окремі роботи, на підґрунті чого складається перелік робіт і подій, аналізуються логічний зв'язок та послідовність виконання, роботи закріплюються за конкретними виконавцями; 2) із використанням виконавців оцінюється тривалість кожної такої роботи; 3) складається (зшивається) мережевий графік, а мережа упорядковується; 4) розраховуються різні параметри подій і робіт, визначаються резерви часу та, відповідно, критичний шлях; 5) здійснюється поглиблений аналіз оптимізація мережевого графіка; 6) за необхідності такий графік викреслюється заново із вичерпних перерахуванням усіх параметрів відповідних подій і робіт.

За побудови мережевого графіка слід дотримуватися таких правил: не повинно бути «тупикових» подій – таких, за якими немає будь-якої жодної роботи, окрім як завершальної події. В іншому ж випадку власне така робота не потрібна, тому її необхідно ліквідувати, або наступна за цією подією залишилась неврахованою. Отже, потрібно ретельно вивчити взаємозв'язки подій та робіт для виправлення такої недопустимої неузгодженості; у мережевому графіку не може бути жодних «хвостових» подій (окрім, хібащо, вихідної), яким не передє хоча б одна робота; у мережі не повинно бути замкнених контурів і петель – шляхів, що з'єднують відповідні події із ними ж самими. За виникнення контуру, а у складних мережах (з високим показником складності) це буває дуже часто та виявляється тільки із використанням комп'ютерів, слід повернутись до вихідних даних і шляхом перегляду складу робіт домагатись його усунення; будь-які із двох мають повинні бути безпосередньо пов'язані жодним чином не більше, аніж однією роботою (стрілкою); у мережі рекомендується мати лише одну початкову та одну завершальну події [3; 15].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Ефективне використання інвестованих фінансових ресурсів, неможливе без належної організації управління інвестиційними проектами. У світі давно визнано, що система менеджменту проектів – це особливий напрямок сучасного менеджменту, застосування якого дає доволі відчутні результати. Проте, в Україні не всі та не завжди правильно розуміють предмет управління проектами, нерідко плутаючи його зі складанням бізнес-планів. Відтак, управління проектами (Project Management) – це діяльність із планування і організації, координації, мотивації та контролю впродовж життєвого циклу проекту шляхом застосування системи найсучасніших методів і техніки управління, метою якої є забезпечення більш ефективної реалізації визначених ним результатів за складом та обсягом робіт, вартістю, якістю і задоволенням різних потреб усіх його учасників.

Процеси управління проектами можуть бути поділені на шість основних груп, за якими реалізуються ті чи інші функції управління: ініціація, планування, процеси виконання, аналізу та управління і завершення. Методи менеджменту планування призначаються головним чином для визначення можливих та бажаних (цільових) характеристик стану керованого об'єкта у майбутньому. Але, щоб найбільш успішно реалізувати оптимальний план відповідного розподілу виробничих ресурсів, потрібно спланувати і виконати цілу низку заходів. При цьому для складання плану реалізації відповідного комплексу взаємозалежних робіт (операцій), що характеризуються короткими термінами, призначенні моделі мережевого планування та управління. Такий комплекс створюється як певна мережа, графічне зображення якої називають мережевим графіком, а чітке відображення усіх часових взаємозв'язків майбутніх робіт є істотною відмінною рисою мережевих моделей.

Система методів мережевого планування і управління (СПУ) – сукупність методів планування та управління розробкою господарських комплексів і науковими дослідженнями, конструкторськими та технологічними роботами і продукції нового виду, спорудженням та реконструкцією будинків і споруд, капітальним ремонтом основних засобів із використанням мережевих графіків, які широко застосовуються сьогодні у різних сферах національної економіки, що надає можливість істотного позитивного впливу на управління відповідними інвестиційними проектами і в Україні.

Література

1. Батенко Л.П., Лезіна А.В., Москалюк В.М. Забезпечення зрілості управління проектами: методичні підходи та практична реалізація. Економічний аналіз. 2020. Том 30. № 1. С. 22–37.
2. Blahun I., Dmytryshyn L., Leshuk H. Simulative model for evaluation of investment processes in the regions of Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*. 2017. № 14(3), 322–329.
3. Керівництво з питань проектного менеджменту. Пер. з англ. Під ред. Бушуєва С., 2000. 198 с.
4. Вербицька Г.Л., Мельник О.Г. Удосконалення механізму оцінювання ефективності інвестиційного проекту. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. № 635, 2008. С. 156–163.
5. Гейзер П.С., Зав'ялова О.В. Управління проектами. Мн. : БДЕУ, 2005. 255 с.
6. Дйба М., Гернего Ю. Структурно-функціональний аналіз інвестиційної привабливості проекту. Європейська проектна культура в Україні: стан, проблеми, перспективи : збірник Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 29-30 травня 2020 року. За ред. О. Гури, В. Меньяло). Запоріжжя, 2020. С. 58–61.
7. Dmytryshyn L., Zvarych O. Innovations as a priority factor of the regional economic development. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. Issue. 2. P. 70–77.
8. Керівництво з основ проектного менеджменту : довідник. Під. ред. В. Р. Дункан. Пер. з англ. К. : Віпол, 1999. 198 с.
9. Жигалкевич Ж. М., Чухліб В. Є. Управління проектами та їх ризиками: підходи та методи. Приазовський економічний вісник. Вип. 6 (17), 2019. С. 126–130.
10. Проектний аналіз. Під ред. С. О. Москвіна. К. : Лібра, 1998. 368 с.
11. Blahun I., Dmytryshyn L., Leshuk H. Cognitive approach to analysis of investment attractiveness of the regions. *Науковий вісник Полісся. ЧНТУ*, 2017. № 4(12). Ч.1. С. 171–176.
12. Рубіш М. А. Управління інвестиційно-проектною діяльністю підприємств. *Наук. вісник Ужгородського нац. ун-ту. Серія «Економіка»*. Вип. 1 (47). Т. 2, 2016. С. 302–305.
13. Саричев Д. О. Оцінювання зрілості процесів управління проектами: теорія і практика. Вісник Чернівецького торг.-екон. ін-ту КНТЕУ. Економічні науки. Вип. 3, 2014. С.131–144.
14. Єпіфанов А.О., Мінченко М.В., Додашев Б.А. Управління регіоном. За заг. ред. А. О. Єпіфанова. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. 361 с.
15. Зварич І.Т., Зварич О.І., Хома В.Б. Управління соціально-економічним розвитком регіону. Івано-Франківськ, 2019. 467 с.
16. Зварич І.Т., Зварич О.І. Методологія управління проектами сталого розвитку регіону як засіб запровадження безперервної освіти і економіки знань у публічне адміністрування. Моделювання регіональної економіки : збірник наук. праць. Івано-Франківськ : Вид-ць Віктор Дяків, 2017. № 2 (30). С. 200–216.
17. Зварич І.Т., Зварич О.І. Сучасні підходи до методології управління проектами сталого розвитку регіону в контексті безперервної освіти державних службовців. Вісник Київського нац. ун-ту. технологій та дизайну. № 5 (115), 2017. С. 11–23.
18. Економіко-математичні методи та моделі : навч. посібн. (кол. авт.). За ред. Маукул В. М. Одеса, 2018. 404 с.
19. Управління проектами та розвиток виробництва. Збірн. наук. праць Східноукраїнського держ. ун-ту., 2020-2022.
20. Щодо напрямів удосконалення політики запровадження національних проектів в Україні: аналітична записка. URL: <https://niss.gov.ua/articles/1170>
21. Закон України від 18 вересня 1991 року № 1561-XII «Про інвестиційну діяльність» (зі змін та доп.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>

References

1. Batenko, L. P., Lezina, A. V., Moskaliuk, V. M. (2020). Ensuring the maturity of project management: methodological approaches and practical implementation. *Economic analysis*. 2020. Vol. 30. No 1. P. 222–237.
2. Blahun I., Dmytryshyn L., Leshuk H. (2017). Simulative model for evaluation of investment processes in the regions of Ukraine. *Investment Management and Financial Innovations*. 2017. № 14(3), 322–329.
3. Project Management Guide. Trans. from English (2000). Edit. by S. Bushujev. K.: Business Ukraine, 2000. 198 p.
4. Verbycka, G. L., Melnyk, O. G. (2008). Improving the mechanism for evaluating the effectiveness of the investment project. *Bulletin of the Nat. un-t «Lviv polytechnic»*. Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development. No 635, 2008. P. 156–163.
5. Hejzer, P. S., Zavjalova, O. V. (2005). Project management. Mn.: BSEU, 2005. 255 p.
6. Dyba, M., Gernego, Ju. (2020). Structural and functional analysis of investment attractiveness of the project. *European project culture in Ukraine: state, problems, prospects*. Collect. of mater. intern. scient. and pract. conf. (Zaporozhzhia, May 29–30, 2020. Edit. by O. Gura, V. Menialo). Zaporozhzhia, 2020. P. 58–61.
7. Dmytryshyn, L., Zvarych, O. (2018). Innovations as a priority factor of the regional economic development. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2018. Vol. 4. Issue. 2. P. 70–77.
8. Guide to the basics of project management (1999). Hardbook. Edit by W. R. Duncan. Transl. from English. K.: Vipol, 1999. 198 p.
9. Zhygalkevych, Zh. M., Chukhlib, V. Je. (2019). Project management and their risks: approaches and methods. *Priazovsky Economic Bulletin*. Iss. 6 (17), 2019. P. 126–130.
10. Project analysis (1998). Edit. by S. O Moskvina. K.: Libra, 1998. 368 p.

11. Blahun, I., Dmytryshyn, L., Leshuk, H. (2017) Cognitive approach to analysis of investment attractiveness of the regions. Scientific bulletin of Polissia. 2017. № 4(12). Part 1. P. 171–176.
12. Rubish, M. A. (2016). Management of investment and project activities of enterprises. Scient. Bulletin of the Uzhhorod nat. un-ty. Series «Economics». Iss. 1 (47). Vol. 2, 2016. P. 302–305.
13. Sarychev, D. O. (2014). Estimation of maturity of project management processes: theory and practice. Bulletin of Chernivtsi trade and economics in-t. Economic sciences. Iss. 3, 2014. P.131–144.
14. Jepifanov, A. O., Minchenko, M. V., Dodashev, B. A. (2008). Regional management: a textbook. Under the gener. Editorship of the dok. of econ. scien. A. O. Jepifanov. Sumy: HSEI «UABS NBU», 2008. 361 p.
15. Zvarych, I. T., Zvarych, O. I., Khoma, V. B. (2019). Management of socio-economic development of the region. Ivano-Frankivsk: Publisher PE «Suprun V. P.», 2019. 476 p.
16. Zvarych, I. T., Zvarych, O. I. (2017). Methodology of project management of sustainable development of the region as a means of introduction of continuous education and knowledge economy in public administration. Modeling of the regi-onal. econ. Collect. of stient. works. Ivano-Frankivsk, 2017. No 2 (30). P. 200–216.
17. Zvarych, I. T., Zvarych, O. I. (2017). Modern approaches to the methodology of project ma-nagement of sustainable development of the region in the context of continuing education of civil servants. Buletin of Kyjiv nac. un-ty of Technology and De-sign. No 5 (115), 2017. P. 11–23.
18. Economic and mathematical methods and models: textbook. Team of auth. Edit dy Mackul V. M. Odesa, 2018. 404 p.
19. Project management and production development. Coll. of scient. pract. of the Eastern Ukrainian state un-ty, 2020–2022.
20. On the areas of improving the policy of national projects in Ukraine: an analytical note. URL: <https://niss.gov.ua/articles/1170>
21. Law of Ukraine of September 18, 1991 № 1561-XII «On Investment Activity» (with amend. and add.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-46>

УДК 351.85

Дмитро МЕЛЬНИЧУК

Державний університет «Житомирська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0002-9918-0608>

e-mail: melndp@ukr.net

Ірина ВОЙНАЛОВИЧ

Державний університет «Житомирська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0002-6580-8049>

e-mail: fem_via@ztu.edu.ua

СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

У дослідженні наголошено на проблематиці загострення та необхідності вирішення проблем соціально-гуманітарного розвитку України та її регіонів на сучасному етапі функціонування та розвитку соціально-економічної системи країни. Метою дослідження визначено узагальнення викликів, а також обґрунтування пріоритетів соціально-гуманітарної політики України з прицілом на збереження людського капіталу. Показано, що ключові виклики соціально-гуманітарної сфери України на сучасному етапі стосуються: критично великих обсягів біженців за кордон, масових внутрішніх переміщень населення країни, дестабілізації внутрішньо регіональних ринків праці, втрати доходів і поширення бідності населення, погіршення та посилення навантаження на об'єкти соціальної інфраструктури. Пріоритетними завданнями державної соціально-гуманітарної політики в таких умовах визначено: регулювання зовнішніх міграцій населення та створення стимулів для повернення вітчизняних емігрантів, посилення соціальної захищеності внутрішньо переміщених осіб, збереження та розвиток соціальної інфраструктури, а саме покращення якості освітніх послуг та активізація процесів посилення суспільної єдності, відновлення стійкості системи охорони здоров'я, вирішення проблем житлового забезпечення внутрішньо переміщених осіб, підвищення ефективності функціонування системи соціальної підтримки населення, формування банків та раціональне використання комунального, соціального і службового житла, послаблення загроз демографічних диспропорцій розвитку областей та територіальних громад України.

Ключові слова: соціально-гуманітарний розвиток, державна політика, державне регулювання, стратегічні завдання та пріоритети, людський капітал, людський потенціал, виклики війни.

Dmytro MELNYCHUK, Iryna VOINALOVYCH

State University «Zhytomyr Polytechnic»

MODERN CHALLENGES AND PRIORITIES OF THE SOCIAL AND HUMANITARIAN POLICY OF UKRAINE

The research emphasizes the problem of aggravation and the need to solve the problems of social and humanitarian development of Ukraine and its regions. The purpose of the research is to generalize the challenges, as well as justify the priorities of the social and humanitarian policy of Ukraine with the aim of post-war recovery and preservation of human capital. It is shown that the key challenges of the social and humanitarian sphere of Ukraine in war conditions relate to: critically large volumes of refugees abroad, mass internal movements of the country's population, destabilization of internal regional labor markets, loss of income and the spread of population poverty, worsening and increasing the load on social welfare facilities infrastructure. The priority tasks of the state social and humanitarian policy in such conditions are defined: development of the educational infrastructure of communities and territories, improvement of the quality of educational services and activation of processes of strengthening social unity (in the educational component of patriotic education, integration of displaced persons and educational rehabilitation of combatants); restoring the sustainability of the health care system by deploying a network of hospital districts in accordance with the territorial specificity and needs of the population, creating coordination centers for tracking and distributing patients, improving the resource support of health care institutions in communities, using the potential of IDPs to overcome personnel "hunger" in the industry; solving the problems of housing provision for IDPs, increasing the efficiency of the functioning of the system of social support of the population, optimizing the territorial placement of objects of social support of the population in conditions of growing demand for social services; formation of banks and rational use of communal, social and service housing; alleviation of the threats of demographic disparities in the development of regions and territorial communities in accordance with the characteristics of their demographic development and post-war population resettlement in the regions of Ukraine.

Keywords: social and humanitarian development, state policy, state regulation, strategic tasks and priorities, human capital, human potential, challenges of war.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Соціально-гуманітарна сфера України на початку XXI ст. залишалася нестабільною. На це впливали як внутрішні, так і зовнішні чинники, більша частина яких були еволюційно-історичними, тяглися ще зі здобуття країною незалежності і не були призупинені та/чи змінені якісними системними реформами. Йдеться про старіння населення, скорочення його чисельності та демографічну кризу, значні обсяги зовнішньої трудової міграції, деградацію сільських поселень та їх вимирання, високий рівень бідності, низьку якість послуг соціальної інфраструктури і т. п.

Однак, повномасштабна війна, що розпочалася у лютому 2022 р. критично посилила існуючі та оголила нові виклики соціальної безпеки і гуманітарної стабільності України. Особливо критичними для збереження потенціалу для подальшого соціально-гуманітарного розвитку України стали масові зовнішні міграції населення, значні обсяги внутрішніх переміщень, втрата домівок і робочих місць, зниження рівня доходів населення, зростання обсягів та рівня безробіття, нарощення проблем соціальної вразливості населення та зростання навантаження на і без того слабку, кволу соціальну інфраструктуру країни, особливо на місцевому рівні.

Вказане актуалізує гостроту напрацювання, а ще більше – впровадження інструментів ефективної соціально-гуманітарної політики орієнтованої на принаймні послаблення, а що краще – нівелювання сучасних викликів кризи на збереження людського капіталу України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Загальна проблематика, механізми, інструменти, засоби, принципи та ключові положення формування і реалізації державної соціально-гуманітарної політики достатньо системно і комплексно представлені у публікаціях таких вітчизняних науковців, як В. Гошовська [1,с.259-265], В. Карлова [2,с.3-15], А. Колот [3,с.23-41], В. Куценко [4,с.15-25], Е. Лібанова [5,с.12-18] та інші.

Адекватні сучасним проблемам соціально-гуманітарної сфери України інструменти та засоби державного регулювання достатньо змістовно напрацьовані у дослідженнях таких вчених, як А. Меляков [7,с.32-37], О. Власюк [8,с.396-459], Р. Луцак, Б. Мізюк, В. Зайченко, М. Куницька-Іляш [9,с.70-88], О. Мульська, О. Левицька, Т. Васильців, О. Іляш [10,с.283-300] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Однак, ситуація швидкоплинна, особливо в середовищі повномасштабної війни, яка обумовлює все нові більш критичні виклики соціально-гуманітарній сфері України, і це потребує напрацювання нових, більш якісних та ефективних механізмів й інструментів державного регулювання в соціально-гуманітарній сфері, здатних нівелювати виклики і загрози, а також стабілізувати ситуацію зі збереженням людського потенціалу та капіталу країни.

Формулювання цілей

Метою статті є узагальнення викликів, а також обґрунтування пріоритетів соціально-гуманітарної політики України з прицілом на повоєнне відновлення і збереження людського капіталу.

Виклад основного матеріалу

Російсько-українська війна 2022 року підтвердила, що людський чинник залишається ключовим у боротьбі проти агресора та водночас прогресивним рушієм подальшої євроінтеграції. Зважаючи на це, освітні детермінанти людського розвитку мають ставитись в центр пріоритетів повоєнної розбудови України. Таке бачення відповідає проєкту Плану відновлення України та національній програмі «Розвиток системи освіти» як важливої ланки в системі заходів прискорення стійкого економічного зростання та досягнення високого рівня розвитку людського капіталу.

У регіонах України, не зважаючи на нестабільність і загрози територіальній цілісності країни, повинні впроваджувати цілеорієнтовані заходи розвитку сфери освіти, які доцільно розділяти на інфраструктурні, якісні та суспільноєднавчі.

Розвиток інфраструктури має здійснюватися, виходячи з моніторингу змін навантажень на заклади освіти внаслідок міграційних втрат та притоку внутрішньо переміщених осіб, виявлення потреб регулювання таких навантажень, можливостей деконцентрації учнів/студентів у регіонах і різних типах поселень. Актуальним є визначення переліку закладів освіти зі статусом пріоритетних з правом першочергового покращення оснащення за новітніми технологічними підходами. В умовах браку бюджетних коштів та специфіки залучення міжнародної допомоги на рівні регіонів слід обґрунтувати стратегію розвитку освітніх метрополій на нових засадах інфраструктурної розбудови, що б стимулювало частину молоді продовжувати навчатись в Україні. На рівні вищої освіти доцільним є відновлення реалізації проєкту «Президентський університет» з формуванням мережі філій у регіонах. Перспективною є реалізація проєкту державної цифрової школи, що забезпечить доступ до освітніх послуг школярів незалежно від місця перебування та збереження соцієтальних зв'язків з інститутами діаспори нової хвилі вимушеної еміграції.

Покращення якості є обов'язковим для підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг в Україні у міжнародному (європейському) мобільному просторі. Умови 2022 року посилили і так зростаючу освітню міграцію з України за кордон. Усе більше молоді віку абітурієнтів розглядає можливість навчання в інших державах, які, своєю чергою, проводять ефективну політику залучення кращих студентів з України та інтеграції молоді, яка вже перебуває за кордоном у статусі біженця чи шукача притулку. Для врегулювання поточних тенденцій нагальними мають бути заходи спрямовані на підвищення якості освітніх послуг в Україні. Зокрема, вимагає врегулювання питання мотивації педагогічної діяльності та зниження міграції педагогів за кордон. Набутий у часи пандемії досвід дистанційного навчання має бути основою для

визначення змішаних форм організації освітнього процесу та обґрунтування частки традиційного навчання з врахуванням безпекових загроз.

Розвиток сфери освіти має слугувати посиленню суспільної єдності, в тому числі шляхом залучення внутрішньо переміщених осіб – педагогів, учнів/студентів на шляху їх повноцінної інтеграції у приймаюче суспільство та акультурації з місцевим населенням. Змістовна складова освітнього процесу має посилювати складову патріотичного виховання, роз'яснення цінностей державотворення та гібридних форм конфліктів. Суспільноєднана функціональність освіти має також проявлятися у пропозиції спеціальних програм для військових-учасників бойових дій у рамках їх реабілітації та повоєнної інтеграції.

Повномасштабна війна спричинила одну з найбільших гуманітарних криз в новітній історії Європи. Понад 10 млн українців змушені були покинути свої домівки. Більше 3,7 млн зареєструвались для отримання тимчасового захисту в інших країнах, а всередині країни перемістилось 6,6 млн осіб і оселилися в більш безпечних регіонах. За даними Міністерства з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій, 800 тис. українських громадян втратили своє житло.

Хоча спершу більшість внутрішньо переміщених осіб декларує наміри щодо повернення до місць свого постійного проживання, та з кожним місяцем війни частка таких осіб скорочується. Тобто найбільш гострою і найактуальнішою проблемою територіальних громад, які приймають внутрішньо переміщених осіб, є забезпечення їх житлом на тимчасовій чи постійній основі. Для цього необхідно розробляти схему розміщення житла з урахуванням технічної та економічної доцільності його будівництва у громадах з найвищою концентрацією ВПО, або ж запроваджувати стимули подальшого переміщення таких осіб в депресивні регіони, які розпочали програму свого комплексного відновлення.

Через те, що з початком війни багато людей втратили свої домівки, майно, роботу та засоби до існування, а діти своїх батьків чи годувальників, за останній період в кілька разів зросла кількість осіб, які потребують соціальної підтримки з боку держави. Це спричинило значне навантаження на систему соціальної підтримки населення в окремих регіонах. Частково вирішенню цієї проблеми сприяла б активізація впровадження єдиної інформаційної системи соціальної сфери. Зокрема, до її експлуатації доцільно було б долучити першочергово ті області, які прийняли найбільшу кількість ВПО - Київську, Дніпропетровську та Полтавську (понад 190 тис. в кожній).

Оскільки соціальна підтримка включає не лише надання матеріальної допомоги чи різноманітних пільг, а й широкого спектру соціальних послуг, що потребує розвитку соціальної інфраструктури територій. Розміщення об'єктів системи соціальної підтримки населення повинно спиратися на принципи доцільності та оптимальності. Для цього необхідно спершу здійснити соціальну паспортизацію територіальних громад, що має містити не лише демографічні відомості та інформацію про потенційних отримувачів соціальних послуг, а й дані про гуманітарну сферу та громадські організації. Ці паспорти стануть основою для розробки спеціальних карт, що візуалізують розміщення певних соціальних інституцій та дозволяють відстежити доступність тих чи інших соціальних послуг, а також наявні приміщення і ресурси які можуть бути використані для соціальних цілей.

Реформа деінституціалізації, яку ще у 2017 р. розпочало Міністерство соціальної політики України, повинна стосуватися не лише дитячих інтернатів, а й інших об'єктів системи соціальної підтримки населення. Зокрема, використання соціальних карт дало б змогу не лише визначити потребу в соціальних працівниках, оптимально планувати розвиток нових послуг та розміщення структурних підрозділів з питань соціального захисту населення, а й визначити можливості кооперації між невеликими територіальними громадами для створення спільних соціальних центрів з віддаленими робочими місцями соціальних працівників та мобільними соціальними бригадами. Співпраця між громадами дозволить економити ресурси та ефективно вирішувати актуальні проблеми. Крім того, у випадку значного зростання потреби у соціальних послугах певного виду доцільним вбачається тимчасове залучення громадських організацій недержавного сектора економіки до їх надання. Наприклад, вже зараз стрімко зростає попит на послугу соціально-психологічної реабілітації військових, медиків, волонтерів та цивільних осіб, які опинилися в епіцентрі військових дій чи стали свідками злочинів агресора.

Загалом, функціонування системи соціальної підтримки населення має керуватися принципом проактивності, тобто не узалежнювати реципієнтів від допомоги, а сприяти подоланню ними складних життєвих обставин, виведенню окремих осіб чи сімей зі стану бідності та стимулювати їх до економічної незалежності.

Система охорони здоров'я України почала помітно втрачати свою стійкість у період поширення пандемії COVID-19, а з розгортанням повномасштабної російсько-української війни – зазнала колосальних потрясінь через переведення частини медичних працівників на служіння потребам армії, міграційні втрати персоналу, посилення навантаження на галузь у зв'язку з великою кількістю постраждалих цивільних людей та військових, а також новою хвилею вимушених мігрантів (понад 6 млн ВПО), знищення багатьох інфраструктурних об'єктів (122 заклади охорони здоров'я – повністю, понад 800 – частково) та систем забезпечення доступу до медичної допомоги, зменшення фінансової підтримки галузі з боку держави (через вирівнювання підходів до фінансування надавачів медичних послуг без врахування навантаженості), призупинення моніторингу якості послуг та «замороження» медичної реформи в цілому.

У зв'язку з цим змінились пріоритети розвитку галузі і виникло багато нагальних питань, що потребують вирішення на різних рівнях управління. Пріоритетними заходами для відновлення стійкості системи охорони здоров'я та її ефективного функціонування з позиції задоволення потреб населення, в період війни і повоєнного часу, мають стати такі рекомендації Кабінету Міністрів України та зокрема Міністерству охорони здоров'я України: ініціалізація інфраструктурної частини реформи охорони здоров'я – в першу чергу, на умовно безпечних територіях з підвищеним навантаженням на інфраструктуру галузі. Згідно з реформою мережа закладів охорони здоров'я у регіоні, об'єднана в один госпітальний округ, має бути додатково поділена на госпітальні кластери (зі спеціалізованими реабілітаційними відділеннями), з урахуванням: меж адміністративно-територіальних одиниць, географічних особливостей регіону та стану автомобільних доріг, поточних і прогнозованих демографічних показників, структури захворюваності і смертності, оптимальних клінічних маршрутів пацієнтів задля своєчасного доступу до медичної допомоги, навантаження на медичних працівників); створення єдиного координаційного центру на базі центру екстреної медичної допомоги та медицини катастроф для відстеження, розподілення пацієнтів та збалансування навантаження між закладами охорони здоров'я; розроблення положень щодо вразливих груп населення, у тому числі ВПО, у контексті отримання необхідної медичної та реабілітаційної допомоги.

Своєю чергою регіональна політика в цій сфері має спрямовуватися на: активізацію роботи з міжнародними фондами щодо отримання гуманітарних вантажів санітарно-медичного призначення для надання своєчасних і якісних медичних послуг у всіх ланках системи охорони здоров'я; забезпечення чергування медичних і соціальних працівників у пунктах зустрічі ВПО (зокрема, у ЦНАПах) для допомоги їм в отриманні доступу до необхідних медичних послуг, ліків, консультацій, психологічної підтримки тощо.

Важливо додати, що на мікрорівні, а саме – на рівні закладів охорони здоров'я слід надалі працювати над налагодженням тісної співпраці з органами місцевого самоврядування для покращення фінансування комунальних послуг та інших потреб, посилення комунікації і практичної роботи із центрами зайнятості щодо залучення медичних працівників, у тому числі з числа вимушено переміщених осіб, для поповнення кадрових втрат і доукомплектування штату відповідних закладів, разом із центрами підвищення кваліфікації сприянням у підвищенні рівня цифрової компетентності медичних працівників відповідно до професійних стандартів для покращення якості та оперативності надання медичних послуг з належним їх обліком, особливо у регіонах підвищеного навантаження на галузеву інфраструктуру (за винятком тих закладів охорони здоров'я, які знаходяться в зоні бойових дій чи під окупацією).

Війна змінила і продовжує змінювати кількісну, якісну та територіальну структури населення України. Після її закінчення надзвичайно важливим буде детальна інформація про реальний стан населення України: його чисельність, статево-вікову структуру, територіальний розподіл, соціально-економічний склад, освіту тощо. Тому одним із першочергових завдань післявоєнного відновлення України має бути проведення Всеукраїнського перепису населення.

Воєнні дії по-різному вплинули на демографічну сферу регіонів України. Поряд зі скорочення чисельності населення внаслідок загибелі військових та цивільних громадян України, не менш гострою загрозою демографічній безпеці повоєнної України є міграція. З початку повномасштабної війни близько третини мешканців України змінили своє місце проживання. Станом на 03.08.2022 р. за оцінками УВКБ ООН, всього поза межами України знаходиться близько 6,3 млн українських біженців, з яких близько 2 млн – в РФ. Їхнє повернення повинно стати одним з пріоритетних завдань уряду країни. Крім цього внутрішньо переміщеними особами станом на кінець липня 2022 р. залишаються близько 6,6 млн осіб.

Вимушена міграція в сучасній Україні має чітку географічну специфіку. Задля визначення головних обмежень та ризиків демографічного розвитку доцільно окреслити схему демографічного районування України, яка, окрім особливостей перебігу військових дій на певних територіях, враховує також різні терміни тимчасової окупації українських територій, їхню структуру населення, що склалася там за час окупації.

Окуповані з 2014 р. території АР Крим, м. Севастополя, ОРДЛО. Проблеми реінтеграції цих окупованих територій полягають передусім у політико-демографічній площині. Відносно тривалий час їхній розвиток відбувався під безпосереднім впливом тоталітарного режиму з чіткими антиукраїнськими наративами, що мало на меті сформувати загалом нетерпиме ставлення до української держави та несприйняття належності цих територій та їхнього населення до України. У контексті демографічних структур важливим є повернення близько 1,5 млн ВПО, що покинули ці території з 2014 р. після початку війни та водночас організація масового переселення іммігрантів-громадян РФ та інших мешканців цих територій, що не захочуть бути громадянами України, дотримуватися її законів, в РФ. На наступному етапі там повинна бути реалізована чітка проукраїнська соціально-гуманітарна політика формування проукраїнської більшості та повернення населення цих територій в український мовний, освітній, інформаційний та культурно-історичний простір.

Ревіталізація тимчасово окуповані (з часу вторгнення) частини Харківської, Луганської, Донецької, Запорізької, Херсонської та Миколаївської областей, що зазнали значних руйнувань, повинна бути тісно пов'язана з поверненням вимушених мігрантів та залученням іммігрантів.

Території 50-100 кілометрової смуги вздовж лінії фронту, що залишається майже незмінною впродовж літа 2022 р. та регулярно піддається російським обстрілам (південна та східна частина

Миколаївської, південь Дніпропетровської, неокуповані частини Запорізької та Донецької областей, частина Харківської області разом з Харковом) разом з окупованими у 2022 р. повинні бути пріоритетними регіонами репопуляції – відновлення довоєнної чисельності населення як за рахунок колишніх мешканців, так і з широким залученням мігрантів з подальшою їхньою інтеграцією в регіональні соціуми.

Звільнені від окупації частини Сумської, Чернігівської, Київської та Житомирської областей та прилеглі до них території, що зазнали суттєвих руйнувань інфраструктури ще до війни були найбільш демографічно депресивними в Україні. Забезпечення стійкого економічного, соціального та демографічного розвитку цих регіонів є неможливим без значного притоку працездатного населення (у фертильному віці), що має бути наслідком реалізації комплексних стратегій ревіталізації та подальшого розвитку цих областей, спрямованих передусім в напрямку активізації інвестиційної діяльності, смарт-спеціалізації та інноваційної зайнятості. Без таких дій загострюються ризики демографічного колапсу передусім сільських периферійних територій Чернігівської та Сумської областей.

Тимчасово окуповані у 2022 р., звільнені від окупації та прифронтові регіони у післявоєнний матимуть підвищений ризик депопуляції та демографічного колапсу, тому саме ці території мають бути визнані регіонами пріоритетного демографічного розвитку. Програми ревіталізації цих регіонів повинні бути спрямовані на широке залучення реемігрантів та іммігрантів задля формування нових стійких демографічних структур у кількісному, якісному та територіальному відношеннях.

Решта регіонів України, що є здебільшого реципієнтами ВПО. Передусім інтеграція тих ВПО, що залишаться на постійне проживання, забезпечення їхнього проживання, зайнятості, доступу до необхідних соціальних послуг.

Розуміючи неможливість забезпечення переходу до розширеного відтворення населення, який міг би частково компенсувати демографічні втрати внаслідок загибелі військових і цивільних громадян України та вимушеної еміграції, метою демографічного розвитку у його кількісному вимірі в повоєнний період для всіх регіонів України повинна стати стабілізація чисельності населення та забезпечення простого його відтворення. Враховуючи дуже низький сучасний рівень народжуваності та ризики неповернення значної частини мігрантів фертильного віку й дітей, для реалізації такої мети необхідна чітка пронаталістська політика держави та її регіонів, зокрема, орієнтація на модель трьох дітей у сім'ї. Така політика повинна містити комплекс прямих та непрямих заходів підтримки багатодітних сімей, пов'язаних передусім з проблемами забезпечення житлом, роботою та відповідною соціально-економічною інфраструктурою. Розвиток саме цих трьох визначальних чинників рееміграції та імміграції повинні стимулювати регіони пріоритетного демографічного розвитку до розроблення та реалізації власних програм залучення та підтримки передусім молодих сімей з дітьми.

Загальна стратегія демографічного розвитку та повоєнного розселення населення в Україні загалом залежатиме й від потенційної загрози з боку РФ чи білорусі, передусім для прикордонних областей, що можуть бути першочерговими цілями нової агресії. У випадку реальності такої загрози активна політика рееміграції в ці регіони є недоцільною.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Таким чином, пріоритетними завданнями державної соціально-гуманітарної політики України на сучасному етапі мають стати: регулювання зовнішніх міграцій населення та створення стимулів для повернення вітчизняних емігрантів, посилення соціальної захищеності внутрішньо переміщених осіб, збереження та розвиток соціальної інфраструктури, а саме покращення якості освітніх послуг та активізація процесів посилення суспільної єдності, відновлення стійкості системи охорони здоров'я, вирішення проблем житлового забезпечення внутрішньо переміщених осіб, підвищення ефективності функціонування системи соціальної підтримки населення, формування банків та раціональне використання комунального, соціального і службового житла, послаблення загроз демографічних диспропорцій розвитку областей та територіальних громад України

Пріоритетними завданнями розвитку соціальної інфраструктури України мають стати: розвиток освітньої інфраструктури громад і територій, покращення якості освітніх послуг та активізація процесів посилення суспільної єдності (в освітній складовій патріотичного виховання, інтеграції переселенців та освітній реабілітації учасників бойових дій); відновлення стійкості системи охорони здоров'я шляхом розгортання мережі госпітальних округів відповідно до територіальної специфіки і потреб населення, створення координаційних центрів для відстеження і розподілення пацієнтів, покращення ресурсної підтримки закладів охорони здоров'я у громадах, використання потенціалу ВПО для подолання кадрового «голоду» у галузі; вирішення проблем житлового забезпечення ВПО, підвищення ефективності функціонування системи соціальної підтримки населення, оптимізація територіального розміщення об'єктів соціальної підтримки населення в умовах зростання попиту на соціальні послуги; формування банків та раціональне використання комунального, соціального і службового житла; послаблення загроз демографічних диспропорцій розвитку областей та територіальних громад відповідно до особливостей їхнього демографічного розвитку й повоєнного розселення населення в регіонах України.

Подальші наукові дослідження у цьому напрямі стосуються удосконалення методики аналізування ефективності державної соціально-гуманітарної політики в умовах війни.

Література

1. Гошовська В. Соціальна держава: типи, сутність, зміст. Вісник НАДУ. 2007. № 3. С. 259-265.
2. Карлова В. Державна політика у сфері культури як важлива складова механізму формування і зміцнення української національної свідомості. 36. наук. пр. НАДУ. 2015. Вип. 2. С. 3-15.
3. Колот А. Соціальна політика в умовах глобалізації та лібералізації економічних відносин: здобутки, втрати, тенденції. Демографія та соціальна економіка. 2009. № 1 (9). С. 23-41.
4. Куценко В. Соціальна держава (проблеми теорії, методології, практики). К.: Заповіт, 2013. 228 с.
5. Лукашевич М. Гуманітарна політика в Україні. К.: ІПК ДСЗУ, 2010. 30 с.
6. Лібанова Е. Бідність населення України: методологія, методика та практика аналізу. К.: КНЕУ, 2012. 330 с.
7. Меляков А. Гуманітарна сфера як предмет до# сліджень в науці державного управління. Теорія та практика державного управління. Х.: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр». 2012. № 1. С. 32-37.
8. Структурно-інституціональні трансформації та економічна безпека держави : монографія за ред. Власюк О. С. Львів : Априорі. 2012. С. 396-459.
9. Lupak R., Mizyuk B., Zaychenko V., Kunytska-Iliash M., Vasylytsiv T. Migration processes and socio-economic development: interactions and regulatory policy. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. Т. 8. Вип. 1868-2022-397. С. 70-88.
10. Mulska O., Levytska O., Zaychenko V., Vasylytsiv T., Ilyash O. Pull enviro
11. nment of migration in the EU countries: Migration vector from Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. 2021. № 19 (4), С. 283-300.

References

1. Hoshovska, V. (2007). Social state: types, essence, content. *Bulletin of NADU*. no. 3. pp. 259-265.
2. Karlova, V. (2015). State policy in the sphere of culture as an important component of the mechanism of formation and strengthening of Ukrainian national consciousness. *Col. of science NADU Ave*. Iss. 2. pp. 3-15.
3. Kolot, A. (2009). Social policy in the conditions of globalization and liberalization of economic relations: gains, losses, trends. *Demography and social economy*. no. 1 (9). pp. 23-41.
4. Kutsenko, V. (2013). Social state (problems of theory, methodology, practice). K.: Zapovit, 228 p.
5. Lukashevich, M. (2010). Humanitarian policy in Ukraine. K.: IPK DSZU, 30 p.
6. Libanova, E. (2012). Poverty of the population of Ukraine: methodology, methodology and practice of analysis. K.: KNEU, 330 p.
7. Melyakov, A. (2012). The humanitarian sphere as a subject of research in the science of public administration. *Theory and practice of public administration*. no. 1. pp. 32-37.
8. Structural and institutional transformations and economic security of the state: monograph edited by Vlasjuk O. S. Lviv: Apriori. 2012. P. 396-459.
9. Lupak, R., Mizyuk, B., Zaychenko, V., Kunytska-Iliash, M., Vasylytsiv, T. (2022) Migration processes and socio-economic development: interactions and regulatory policy. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. Vol. 8. Iss. 1868-2022-397. pp. 70-88.
10. Mulska, O., Levytska, O., Zaychenko, V., Vasylytsiv, T., Ilyash, O. (2021). Pull environment of migration in the EU countries: Migration vector from Ukraine. *Problems and Perspectives in Management*. no. 19 (4), pp. 283-300.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-47>

УДК 338.512

Наталія БОНДАРЕНКО

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

<https://orcid.org/0000-0003-4733-8159>

e-mail: bondarenkonatalya1@gmail.com

ВИЗНАЧЕННЯ ОБЛІКОВОЇ СУТНОСТІ ВИТРАТ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

У статті досліджено сутність поняття «витрати» у нормативних документах. Проаналізовано наявні підходи до трактування обліково-економічної категорії у економічній літературі, що дало можливість уточнити сутність дефініції «витрати». У процесі дослідження було встановлено суперечливість питання розмежування витрат та затрат, оскільки частина науковців вважає їх синонімами, а інша – наголошує на суттєвих розбіжностях між ними. З'ясовано, що дієва система упорядкування інформації про витрати надає можливість визначити особливості формування та розподілу витрат за певними об'єктами управління. Виявлено основні класифікаційні ознаки для розрізнення видів витрат та згруповано їх залежно від деталізації інформації, яку вони передають.

Ключові слова: витрати, підприємство, класифікація витрат, бухгалтерський облік, управління.

Natalya BONDARENKO

Oles Honchar Dnipro National University

DETERMINATION OF THE ACCOUNTING SUBSTANCE OF COSTS AND THEIR CLASSIFICATION

Enterprise costs have always been an important economic category, which characterizes the results of the enterprise and its profitability. The key condition for the organization of an effective management system is the reliability, completeness and promptness of the available information, about the costs, lost during the management process. This data is received by the management staff thanks to cost accounting, which is the central subsystem in the informational accounting system. The purpose of the article is to research and generalize the essence of costs and criteria for their classification, determination of the location of costs in the accounting system, and of enterprise management in modern economic conditions of development. The analysis of normative legal and scientific sources regarding aspect of the interpretation of the accounting and economic category "expenditure" testifies to its versatility and complexity. If in international and domestic regulatory documents, costs in most cases are interpreted as reduction of economic benefits, then in the scientific literature they are considered with three positions - financial, resource and accounting. In our opinion, it is appropriate to combine economic and accounting approach and to give the following definition to the researched category: costs are cost assessment of the resources consumed by the enterprise in the process of achievement certain defined purposes, the use of which leads to a reduction assets or an increase in liabilities, resulting in a decrease in equity capital (except in cases of its withdrawal or distribution by the owners). In the process of research, the controversial question was established distinguishing costs and expenses, as some scientists consider them synonyms, and the other emphasizes the essential differences between them. It was found that an effective system of organizing information about costs provides the ability to determine the peculiarities of the formation and distribution of costs for certain objects of management. The main classification features for distinguish types of expenses and group them depending on the detail of the information, which they transmit.

Keywords: costs, enterprise, classification of costs, accounting, management.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Рівень витрат підприємства чинить вагомий вплив на конкурентоспроможність продукції на ринку та загальні результати господарської діяльності. Сучасні умови економічного розвитку вимагають від підприємств гнучкої політики та здатності швидко відреагувати на будь-які зміни, вчасно вжити відповідні заходи та здійснити корективи фінансово-господарської діяльності. Це можливо лише за умови наявності детальної та достовірної інформації про розмір та склад витрат, резерви їх зменшення в розрахунку на одиницю продукції. Основна аналітична інформація про витрати забезпечується лише системою бухгалтерського обліку, тому перебуває у прямій залежності від якості його організації на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Вагомий внесок у наукові розробки з питань обліку, аналізу та управління витратами було здійснено такими науковцями, як А.М. Турило [9], Ю.Б. Кравчук [9], Ф.Ф. Бутинець [12], В.Я. Кудлак [6], В.А. Дерій [11], О.П. Півнюк [13], Г.І. Філіна [14], Д.Л. Лозинський [19], О.В. Адамик [20], О.Г. Шпикуля [24] та багатьма іншими вітчизняними та зарубіжними дослідниками. Попри наявну значну базу теоретичних розробок все ще залишається не до кінця розкритим ряд питань, що у свою чергу свідчить про потребу подальших наукових досліджень та підтверджує складність й актуальність питання, що вивчається.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження та узагальнення сутності витрат та критеріїв їх класифікації, визначення місця витрат в системі обліку та в управлінні підприємством в сучасних економічних умовах розвитку.

Виклад основного матеріалу

Для оцінки результатів діяльності підприємства використовується чимало економічних показників, головним серед яких являється прибуток. Саме завдяки йому поліпшується фінансова стійкість, незалежність та платоспроможність суб'єкта господарювання, виникає змога розширити обсяги діяльності, він сприяє покращенню добробуту власників. Прибуток виступає рушійною силою подальшого розвитку економіки країни, є ключовим спонукальним мотивом для започаткування власної справи та наступного вдосконалення організації господарських процесів, забезпечуючи тим самим прогрес соціально-економічної системи й підвищення рівня життя населення.

Прибуток перебуває у прямій залежності від розміру отриманих доходів та понесених при цьому витрат. Через це одними з найважливіших напрямків спрямування зусиль є мінімізація величини витрат в розрахунку на одиницю виготовленої продукції та оптимізація їх структури. Ефективна система управління витратами може стати визначальною конкурентною перевагою підприємства серед інших виробників аналогічної продукції, допомогти не лише зміцнити вже існуючі позиції, але й вийти на нові ринки збуту.

Облік витрат, будучи доволі трудомістким процесом, завжди займав одну з центральних позицій в загальній системі обліку на підприємстві. Завдяки комплексній інформації про розмір та види витрат управлінський персонал має змогу своєчасно реагувати на зміни й коригувати небажані відхилення в діяльності за рахунок прийняття відповідних управлінських рішень. Отримані дані щодо витрат повинні ретельно аналізуватися, адже їх зменшення не завжди є результатом підвищення продуктивності виробництва, у той час як і збільшення витрат не у всіх випадках свідчить про погіршення рівня роботи суб'єкта господарювання.

Управління витратами потребує чіткого розуміння їх сутності як однієї з основних обліково-економічних категорій, погляди та підходи щодо розуміння якої змінювалися на кожному етапі економічного розвитку суспільства. Наразі трактування сутності витрат наведено у таких нормативно-правових актах, як: Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1], НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2], НП(С)БО 16 «Витрати», Концептуальна основа фінансової звітності, Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності (Методичні рекомендації № 145) тощо (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття «витрати» в законодавчих та нормативних документах

Нормативно-правовий акт	Визначення
Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1]	Витрати – зменшення економічних вигод у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками)
НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2]	Витрати – зменшення економічних вигод у вигляді зменшення активів або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками)
НП(С)БО 16 «Витрати» [3]	Витратами визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені
Концептуальна основа фінансової звітності [4]	Витрати – зменшення економічних вигод протягом облікового періоду у вигляді вибуття чи амортизації активів або у вигляді виникнення зобов'язань, результатом чого є зменшення власного капіталу, за винятком зменшення, пов'язаного з виплатами учасникам
Методичні рекомендації № 145 [5]	Поточні витрати підприємства торгівлі – грошове відбиття витрат живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства, що за натурально-речовим складом становлять спожиту частину матеріальних, нематеріальних, трудових та фінансових ресурсів

Джерело: побудовано автором

Визначення витрат, що наведені в законодавчих та нормативно-правових актах, регламентуючих засади здійснення обліку, є міжнародно визнаними й майже однаковими за своєю сутністю, так як розглядають дану категорію лише з точки зору наслідків понесених підприємством витрат, тих змін, що відбуваються в складі ресурсів та джерел їх утворення. Суттєво відрізняється тлумачення, представлене в Методичних рекомендаціях № 145, оскільки акцентує увагу на ресурсному аспекті, грошовому виразі витрат живої та уречевленої праці. Оскільки більшість розглянутих визначень є майже тотожними, то доцільно ознайомитися з підходами до інтерпретації даної категорії, що були запропоновані вченими-економістами (табл. 2).

3-поміж усіх досліджених визначень найчастіше зустрічається трактування витрат як грошового вираження ресурсів, що використовуються підприємством з певною метою. Перевагою даного визначення є акцентування уваги саме на грошовій оцінці застосованих у господарській діяльності ресурсів, оскільки для цілей обліку та управління в основному використовують грошові показники, а не натуральні чи трудові. Попри це даний підхід до тлумачення базується на застосуванні такої категорії, як ресурси, яка має міждисциплінарний та багатоаспектний характер. Не всі ресурси, що залучаються в процесі діяльності,

розглядаються підприємством як витрати, що обумовлено неможливістю надати достовірну оцінку та/або доволі абстрактним характером останніх (наприклад, час чи інформація).

Таблиця 2

Підходи до визначення поняття «витрати» в економічній літературі

Автор	Трактування	Ключова ознака
Кудлак В.Я., Мессарош А.В. [6, с. 189]	Витрати – спожиті у грошовому вимірі ресурси (трудові, матеріальні, нематеріальні і фінансові) для досягнення підприємством певної мети (в основному, для виробництва і реалізації товарів і послуг)	Спожиті ресурси
Гринчучький В.І., Карапетян Е.Т., Погріщук Б.В. [7, с. 261]	Витрати – це грошова оцінка вартості матеріальних, трудових, фінансових, природних, інформаційних та інших видів ресурсів на виробництво та реалізацію продукції за певний період	Грошова оцінка вартості ресурсів
Мельник Л.Г., Карінцева О.І., Кубатко О.В. [8, с. 246]	Витрати – це прямі і непрямі, фактичні і можливі виплати або упущена вигода, необхідні для того, щоб залучити й утримати ресурси в межах даного напрямку діяльності.	Виплати або упущена вигода
Турило А.М., Кравчук Ю.Б., Турило А.А. [9, с. 33-34]	Витрати – вартісне вираження абсолютної величини застосовано-спожитих ресурсів, необхідних для здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства і досягнення ним поставленої мети	Вартісне вираження застосовано-спожитих ресурсів
Хэл Р. Вэриан [10, с. 356]	Витрати – це всі використовувані фірмою фактори виробництва, оцінені за їх ринковою ціною	Фактори виробництва
Дерій В.А. [11, с. 159]	Витратами доцільно називати повністю або частково використані в процесі господарсько-фінансової діяльності підприємства запаси, необоротні активи, трудові й інтелектуальні ресурси, а також зменшення зобов'язань підприємства перед бюджетом, кредиторами та іншими юридичними і фізичними особами	Повністю або частково використані ресурси; зменшення зобов'язань
Бутинець Ф.Ф. [12, с. 13]	Витрати – грошовий вираз величини ресурсів, використаних в процесі виробництва, та розмір яких можна безпосередньо віднести до конкретного виду продукції	Грошовий вираз ресурсів
Півнюк О.П. [13, с. 513]	Витрати – економічна категорія, яка відображає грошово-матеріальні ресурси, використані підприємством для здійснення його виробничо-господарської діяльності і досягнення поставленої мети за умови застосування найбільш ефективного варіанту їх використання	Використані грошово-матеріальні ресурси
Філіна Г.І. [14, с. 57]	Економічні витрати – витрати втрачених можливостей, тобто сума грошей, яку можна отримати при найбільш вигідному з усіх можливих альтернативних варіантів використання ресурсів	Витрати втрачених можливостей
Міхненко А.А. [15]	Витрати – зменшення економічної вигоди протягом звітного періоду або збільшення зобов'язань підприємства, що веде до зменшення капіталу	Зменшення вигоди або збільшення зобов'язань
Макконелл К.Р., Брю С.Л. [16, с. 45]	Витрати – виплати, які фірма повинна зробити, або доходи, які фірма зобов'язана забезпечити постачальнику ресурсів для того, щоб відволікти ці ресурси від використання в альтернативних виробництвах	Виплати фірми; доходи постачальника
Андросенко О.О. [17, с. 125]	Витрати – це вартість використаних ресурсів на виготовлення готових виробів найбільш економічно вигідними методами з дотриманням такої технології виробництва, яка одночасно забезпечує оптимальну величину витрат для отримання прибутку та максимально можливу споживчу цінність готового продукту	Вартість використаних ресурсів

Джерело: узагальнено автором

У визначенні, запропонованому Г.І. Філіною, витрати ототожнюються з «...сумою грошей, яку можна отримати» [14, с. 57], що, на нашу думку, не цілком доречно, оскільки ця категорія передбачає втрату / зменшення певної кількості ресурсів для майбутнього їх примноження. При цьому у наданому тлумаченні вдало підкреслено обмеженість ресурсів порівняно з кількістю можливих варіантів їх використання. Проведення господарської діяльності завжди передбачає наявність альтернатив та потреби в обранні найкращого варіанту розподілу доступних ресурсів між декількома напрямками їх використання.

Трактування дефініції «витрати», надане О.О. Андросенко, є ідеалізованим й відноситься скоріш до питання організації ефективного управління витратами на підприємстві, адже в реальних умовах господарювання хоча й вживаються заходи щодо оптимізації витрат, але ресурси далеко не завжди використовуються найбільш економічно вигідними методами.

Представлене тлумачення А.А. Міхненко являється віддзеркаленням бухгалтерського підходу, але в ньому допущена одна неточність. Авторка визначення не відносить збільшення зобов'язань до зменшення економічних вигід. Хоча таке викривлення змісту може бути наслідком друкарської помилки внаслідок пропущення частини тексту: «...у вигляді зменшення активів або...».

Загалом, бухгалтерський спосіб трактування досліджуваної категорії базується на виявленні економічних наслідків понесення витрат після закінчення виробничого процесу, тобто бухгалтерські витрати виникають тоді, коли відбувається документальне оформлення факту зменшення активів або збільшення зобов'язань. А відповідно до економічного підходу, часом виникнення витрат прийнято вважати моментом реального споживання ресурсів, виконаних робіт чи надання послуг, котрий супроводжується зазвичай відтоком грошових коштів з підприємства.

Економічний підхід включає в себе фінансову та ресурсну позиції. З точки зору фінансового підходу, витрати визначаються як форма платежів за використані блага, які були отримані з зовнішнього

середовища. Їх прирівнюють до фактичного грошового вибуття, а саме виплат здійснених підприємством з метою запобігання можливості інших виробників використати ці ресурси. При ресурсному підході під витратами розуміють вартість ресурсів, що використовуються для створення нової вартості, досягнення підприємством основної цілі діяльності.

На нашу думку, доречно поєднати економічний та бухгалтерський підхід й надати наступне визначення досліджуваній категорії: витрати – це вартісна оцінка ресурсів, спожитих підприємством в процесі досягнення певних визначених цілей, використання яких призводить до зменшення активів або збільшення зобов'язань, результатом чого є зменшення власного капіталу (крім випадків його вилучення або розподілення власниками).

При наявній в економічній літературі багатоманітності поглядів науковців на зміст категорії «витрати», завдання виокремлення її сутності ускладнюється ще й існуванням різних поглядів щодо розмежування витрат та затрат. Однією з суттєвих проблем, яка виникла за роки становлення та подальшого розвитку економічних наук загалом та бухгалтерського обліку в Україні зокрема, є некоректний переклад запозичених іноземних термінів без врахування їх істотних відмінностей з подальшим вживанням у недоречний спосіб. Це призводить до викривлення змісту проведених досліджень, появи неточностей та подальших непорозумінь, що в свою чергу впливає на якість наявної теоретичної бази, яка становить підґрунтя для подальших досліджень. Деякі економісти, серед яких А.М. Турило, Ю.Б. Кравчук Ю.Б. [18, с. 7] та інші, використовують у своїх працях ці поняття як синоніми, не роблячи жодних розмежувань. Прийнято вважати, що синонімічний підхід виник через складнощі перекладу першоджерел.

Більшість науковців заперечують синонімічне походження цих категорій, наголошуючи на суттєвих відмінностях між ними і неприпустимості необґрунтованої заміни одної дефініції на іншу. Кожен з них висвітлює своє бачення сутності витрат і затрат, намагаючись виокремити ключові критерії, за допомогою яких можна відрізнити кожне з даних понять. Основні підходи, що зустрічаються в економічній літературі, представлено у табл. 3.

Таблиця 3

Основні підходи до розмежування категорій «витрати» і «затрати»

Автор	Витрати	Затрати
Лозинський Д.Л. [19, с. 98]	Витрати – або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства.	Поняття «затрати» є більш ширшим та має ключову рису: залежно від певних умов може виступати як актив та знаходити своє відображення в балансі або трансформуватись у витрати періоду. Затрати – зменшення одних активів за умови рівнозначного збільшення інших, або збільшення активів і зобов'язань на одну і ту ж величину.
Адамик О.В. [20, с. 208]	Витрати характеризують придбання активів відповідно до цільових програм.	Затрати вимірюють споживання ресурсів для виробництва послуг (робіт, продукції).
Юшак Ж.М. [21, с. 410], Різник І.В. [22, с. 87]	Витрати – використання тільки тих ресурсів, які при визначенні прибутку суб'єкта господарювання за даний період часу ставляться у відповідність доходам.	Термін «затрати» стосується будь-якого використання ресурсів, в тому числі на придбання активів.
Чирва А.А. [23, с. 272]	Витрати – зменшення економічної вигоди протягом звітного періоду або збільшення зобов'язань підприємства, що веде до зменшення капіталу.	Затрати – це вартісне вираження використаних у процесі діяльності підприємства матеріальних, трудових, фінансових та інших ресурсів.
Шпикуля О.Г. [24, с. 323]	1. Вартісний показник 2. Джерело: ресурси й активи 3. Рівень: визначається технологією і організацією виробництва 4. Вплив: продуктивність виробництва, конкурентоспроможність продукту 5. Мінімізація: покращення техніко-технологічного оснащення й організації праці.	1. Натурально-речовий показник 2. Джерело: вартість одиниці ресурсів й активів, вкладених у виробництво 3. Рівень: визначається вартістю, ціною вхідних ресурсів 4. Вплив: прибутковість бізнесу і цінова конкурентоспроможність товару. 5. Мінімізація: оптимізація затрат і постачання ресурсів за прийнятними цінами.
Левицька С.О. [25, с. 365]	Виражені у грошовій формі витрати різних видів економічних ресурсів (праці, сировини, матеріалів, основних засобів, фінансових ресурсів) у процесі виробництва, обігу й розподілу продукції, товарів. 1. Суб'єкт, що здійснює використання ресурсів: суб'єкти підприємницької діяльності 2. Форма вираження: грошова 3. Ресурси, що використовуються: грошові та інші, виражені у грошовій формі	Показники затрат визначають структуру ресурсів (матеріальних та людських), необхідних для виконання програми (кількість установ, кількість обладнання, кількість працівників, необхідних для здійснення програми тощо). 1. Суб'єкт, що здійснює використання ресурсів: головний розпорядник коштів (органи державної влади), розпорядники II та III рівня – виконавці бюджетних програм 2. Форма вираження: грошова, натуральна 3. Ресурси, що використовуються: всі, окрім грошових

Джерело: узагальнено автором

О.Г. Шпикуля та С.О. Левицька вважають, що затрати, на відміну від витрат, вимірюються тільки в натуральних показниках. Ми часткового погоджуємося з цим твердженням, але, на нашу думку, затрати

визначаються також і в трудових вимірниках. Наприклад, затрати праці можуть бути відображені в людино-годинах, людино-днях тощо. Щоб поставити витрати у відповідність отриманим доходам, потрібно використовувати грошовий вимірник, який являється найбільш універсальним, тому стосовно витрат має бути застосований вартісний підхід.

Окрім того, не досить доречним є спосіб виокремлення суб'єктів, які використовують ресурси, запропонований С.О. Левицькою. При складанні кошторису й веденні обліку в бюджетних установах, як правило, використовується термін «видатки», а не «затрати». Затрати виникають й у суб'єктів підприємницької діяльності, а значить даний критерій не прийнятний для виокремлення відмінних ознак досліджуваних категорій.

Науковці, що проводять дослідження в сфері обліку, акцентують увагу ще й на понятті «втрати», які з точки зору бухгалтерського обліку також визнаються витратами. На думку Ф. Ф. Бутинця під втратами «слід розуміти частину раціонального і нераціонального використання товару чи продукції, результатом якого є кількісне зменшення маси або втрата споживчих властивостей товару чи продукції» [26, с. 23]. Втрати, що зазнало підприємство, наприклад, внаслідок знецінення та псування активів, банкрутства покупця-дебітора не супроводжуються рухом ресурсів, а впливають на зменшення економічних вигід, які очікується отримати. Підприємство по суті несе прямі збитки.

Особливої уваги потребує також питання класифікації витрат підприємства, розгляд якого дозволить систематизувати їх загальну сукупність за певними групами (видами) для потреб обліку та управління, сформувати більш цілісне бачення. Дієва система упорядкування інформації про витрати надає можливість визначити особливості формування та розподілу витрат за певними об'єктами управління. Виокремлення значної кількості класифікаційних ознак забезпечує вищий ступінь пізнання досліджуваних явищ, об'єктів та процесів, розкриває більше напрямків управління ними. У той же час виділення класифікаційних ознак повинно бути обґрунтованим, не містити зайвої інформації, яка буде лише відволікати увагу, на збір та опрацювання якої буде витрачений додатковий час й інші ресурси підприємства, які можна було б використати раціональніше.

На рис. 1 можна побачити склад витрат, наведений у НП(С)БО 16 «Витрати». Дана класифікація здійснена з точки зору їх групування відповідно до видів діяльності (операційна, фінансова, інвестиційна), за якими вони були понесені. В окрему групу виділено податок на прибуток, який також прийнято відносити до складу витрат підприємства.

Для обліку витрат операційної діяльності в НП(С)БО 16 «Витрати» представлено класифікацію за економічними елементами, яка складається з п'яти груп: «матеріальні затрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація; інші операційні витрати» [3]. Дана класифікація дозволяє визначити обсяг понесених витрат в цілому по підприємству за певний проміжок часу без віднесення їх на окремі види продукції та інші загальновиробничі потреби, незалежно від того, де вони виникли. Організація обліку витрат за економічними елементами має велике значення для складання фінансової звітності, а саме заповнення третього розділу Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма № 2).

Не всі науковці погоджуються із запропонованою у НП(С)БО 16 «Витрати» класифікацією за елементами. Наприклад, В.П. Ярмоленко вважає, що таке групування не зовсім аргументоване [27, с. 21]. На його погляд, виокремлювати амортизацію в окрему групу не цілком правомірно, так як вона теж являється матеріальними затратами, як перенесення вартості основних засобів та нематеріальних активів на створювану продукцію у процесі їх використання при виготовлені. Відповідно до цього, пропонується поділ на чотири групи, тобто класифікація за елементами мала б наступний вигляд: матеріальні витрати (включаючи амортизацію основних засобів), витрати на оплату праці з відрахуваннями, інші операційні витрати.

Класифікація витрат за елементами не може повністю задовольнити інформаційні потреби суб'єкта господарювання про витрати за їх цільовим призначенням, по окремих видах продукції, при здійсненні контролю за раціональним використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Тому виникає потреба в розгляді інших способів класифікувати витрати підприємства (табл. 4).

В економічній літературі найчастіше зустрічається класифікація витрат підприємства за такими трьома напрямками:

1. Для прийняття рішень управлінським персоналом, планування на наступні періоди (постійні та змінні; маржинальні (граничні) та середні; релевантні та нерелевантні тощо).
2. Для визначення собівартості продукції та обліку понесених витрат (за елементами; за статтями калькуляції; прямі та непрямі витрати; витрати на продукцію та витрати періоду; одноелементні та комплексні тощо).
3. Для здійснення процесу контролювання й регулювання (регульовані та нерегульовані; нормовані та ненормовані; в межах норм та понаднормові; заплановані та незаплановані тощо).

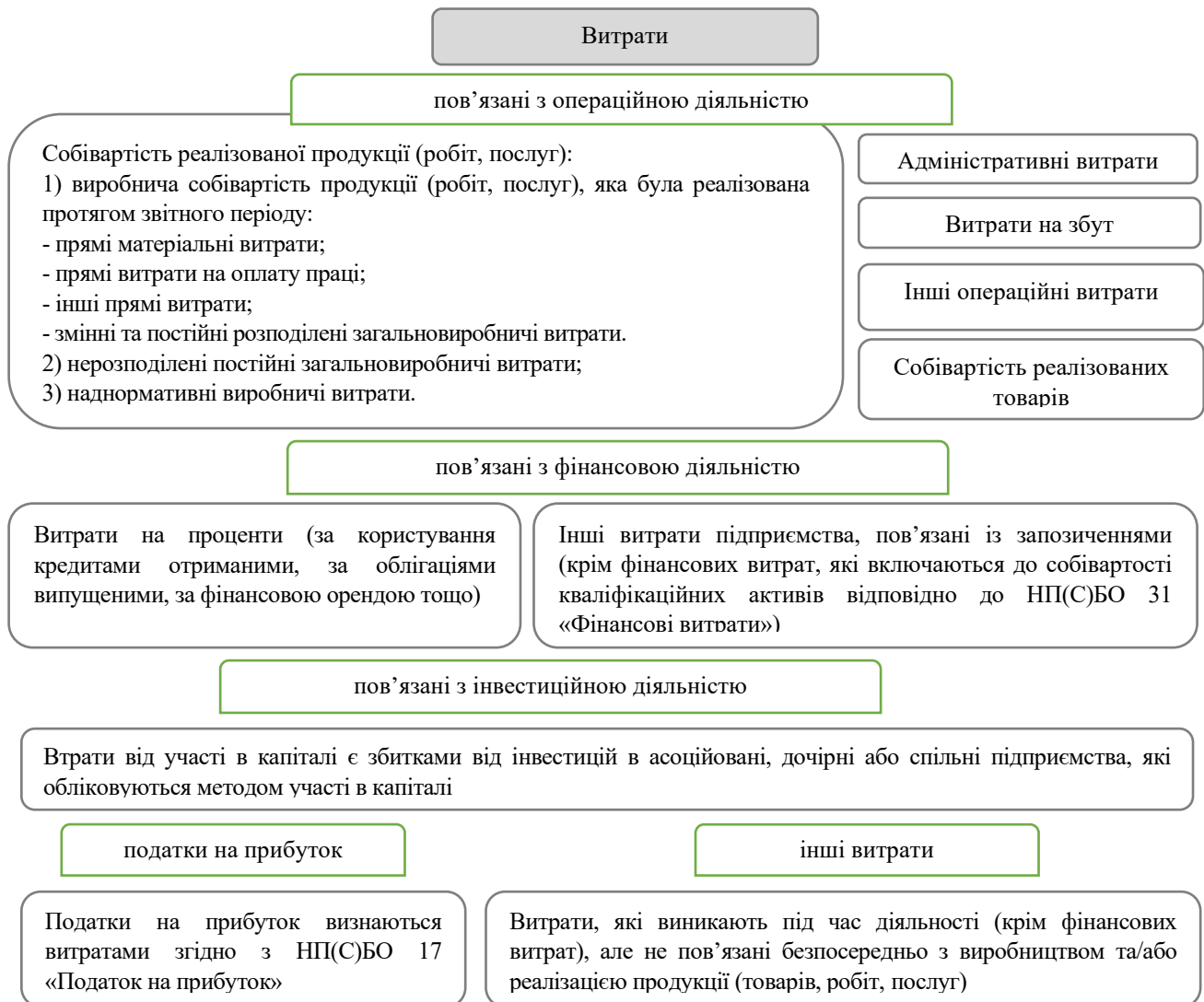


Рис. 1. Класифікація витрат відповідно до НП(С)БО 16 «Витрати»

Джерело: побудовано автором на основі [3]

Таблиця 4

Деякі підходи до класифікації витрат підприємства

Напрямок класифікації	Мета	Вид витрат
1	2	3
1. За способом віднесення до собівартості	Управління розподілом витрат за окремими об'єктами	- прямі; - непрямі (опосередковані)
2. За ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат	Основа аналізу беззбитковості виробництва. На цьому поділі ґрунтується система «директ-кост», яка використовується для цілей прийняття управлінських рішень	- постійні; - змінні (пропорційні, прогресивні, регресивні); - умовно-постійні; - умовно-змінні
3. За місцем здійснення контролю	Для оперативного контролю витрат на різних рівнях управління	- за місцями виникнення; - за центрами відповідальності
4. За центрами відповідальності	Формування залежності обліку витрат від організаційної структури підприємства	- витрати виробництва; - витрати цеху; - витрати дільниці та ін.
5. За рівнем контрольованості	Для оцінки можливості впливу на витрати, зменшення обсягу неконтрольованих витрат	- контрольовані; - неконтрольовані; - частково контрольовані
6. За впливом на прийняття рішень	Аналіз результатів прийняття управлінських рішень з метою їх регулювання в майбутньому	- релевантні (виправні, повторні, очікувані); - нерелевантні
7. За відношенням до потужності підприємства	Для аналізу залежності постійних витрат від змін обсягу поточної діяльності	- обов'язкові; - дискреційні
8. За методом обчислення	Для потреб оцінки поведінки витрат, прийняття рішень щодо збільшення обсягів діяльності	- маржинальні (граничні); - середні
9. За відношенням до виробничого процесу	Виявлення резервів зниження витрат при плануванні	- основні (виробничі); - накладні (невиробничі)

1	2	3
10. За характером виробництва	Управління та аналіз витрат в розрізі видів виробничого процесу	- основне виробництво; - допоміжне виробництво; - обслуговуюче виробництво
11. За встановленими нормами	Аналіз ефективності встановлених норм та причин можливих відхилень.	- в межах норм; - понаднормові
12. За спрямуванням для забезпечення цілей управління	Управління та аналіз витрат в розрізі поточної виробничо-господарської діяльності підприємства	Витрати на мотивування, соціальний розвиток, інновації, маркетингові дослідження та комунікації, амортизаційні відрахування та ін. витрати поточної господарської діяльності
13. За видами діяльності підприємства	Управління та аналіз витрат в розрізі видів діяльності підприємства	- операційні; - інвестиційні; - фінансові
14. За статтями калькуляції	Для отримання інформації про виробничу й повну собівартість кожного об'єкта обліку витрат (кожної калькуляційної одиниці)	Сировина й матеріали; купівельні напівфабрикати, комплектуючі вироби, супутні роботи й послуги; паливо й енергія на технологічні цілі; зворотні відходи; основна і додаткова зарплата виробничих робітників; вирахування на соціальні потреби; на підготовку та освоєння виробництва; загальновиробничі витрати; витрати через брак тощо.
15. За терміном генерування прибутку	Аналіз напрямків спрямування витрат, управління розподілом між поточною діяльністю та розширенням виробництва	- спрямовані на розвиток підприємства; - пов'язані з поточною господарською діяльністю
16. За принципом альтернативності	Для оцінки альтернативності витрат, можливості вигіднішого використання	- явні (зовнішні); - неявні (приховані)

Джерело: побудовано автором за даними [28], [29], [30], [31]

Окрім зазначених вище, існує ще велика кількість інших підходів до питання класифікації витрат, що підкреслює її значимість не лише для цілей бухгалтерського обліку, а й для інших наук і сфер діяльності людини, а також показує зацікавленість вчених у розробці такої класифікації, яка охопила б одночасно всю різноманітність витрат підприємства з урахуванням організаційно-технологічних особливостей діяльності суб'єкта господарювання.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Витрати відіграють важливу роль у функціонуванні підприємства. Вони здійснюються для виконання поставлених ним завдань та досягнення певної мети. Здійснений аналіз нормативно-правових та наукових джерел щодо аспекту тлумачення обліково-економічної категорії «витрати» свідчить про її багатогранність й комплексність. Якщо в міжнародних та вітчизняних нормативних документах витрати у більшості випадків трактуються як зменшення економічних вигід, то в науковій літературі їх розглядають з трьох позицій – фінансової, ресурсної та бухгалтерської. Узагальнюючи результати дослідження сутності поняття, ми вважаємо, що витрати – це вартісна оцінка ресурсів, спожитих підприємством в процесі досягнення певних визначених цілей, використання яких призводить до зменшення активів або збільшення зобов'язань, результатом чого є зменшення власного капіталу (крім випадків його вилучення або розподілення власниками). У процесі дослідження було встановлено суперечливість питання розмежування витрат та затрат, оскільки частина науковців вважає їх синонімами, а інша – наголошує на суттєвих розбіжностях між ними. Ми дотримуємося думки, що затрати являють собою вартісну оцінку використаних ресурсів, не зменшують власний капітал підприємства й можуть бути визначені як у вартісних, так і в натурально-речових показниках. Окрім того, питання обліку витрат ускладнюється ще й потребою обрання із великої сукупності класифікаційних ознак тих, які представляють найбільший інтерес для потреб управління.

Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: затверджено наказом Мініфіну від 07.02.2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: затверджено наказом Мініфіну від 31.12.1999 р. № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>
4. Концептуальна основа фінансової звітності: прийнята РМСБО 01.09.2010 р. № 929_009. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009#Text
5. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності: наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 22 травня 2005 р. № 145. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0145569-02#Text>

6. Кудлак В.Я., Мессарош А.В. Сутність та структура витрат підприємства. Матеріали VI Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів. Актуальні задачі сучасних технологій: Тернопіль 16-17 листопада 2017. С. 189-190.
7. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: [навч. посіб.] / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погрішук. К.: Центр учбової літератури, 2010. 304 с.
8. Економіка підприємства: [підручник для студ. вищ. навч. закл.] / за заг. ред. д.е.н., проф. Л.Г. Мельника. Суми: Університетська книга, 2019. 864 с.
9. Турило А. М. Управління витратами підприємства / А.М. Турило, Ю.Б. Кравчук, А.А. Турило. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 120 с.
10. Хэл Р. Вэриан. Микроэкономика: промежуточный уровень / Хэл Р. Вэриан. М.: ЮНИТИ, 1997. 767с.
11. Дерій В.А. Термін «витрати» і його трактування для потреб обліку і контролю. Галицький економічний вісник. 2010. № 1(26). С. 154-160.
12. Бутинець Ф.Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. 2012. № 1(22). С. 11-18.
13. Півнюк О.П. Економічна суть, класифікація витрат виробництва та собівартості продукції в умовах глобалізації економіки України. Економічні науки. Облік і фінанси. 2010. № 7 (25). Ч. 2. С. 506-524.
14. Філіна Г.І. Управління витратами та цінами: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Г.І. Філіна. К.: ДП «Видавничий дім «Персонал»», 2008. 240 с.
15. Міхненко А.А. «Витрати» та «затрати»: узгодження понять в бухгалтерському обліку / The first economic and legal discussions. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1017/>
16. McConnell C.R. Economics: Principles, problems and policies / Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue, Sean Masaki Flynn Dr // Second Edition. New York, San Francisco, Toronto, London, McGraw-Hill Book Company, 1963. p. 773 p.
17. Андросенко О.О. Економічна сутність витрат виробництва та їх роль у системі управління діяльністю промислових підприємств. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. Вип. № 15. С. 122-126.
18. Турило А.М., Кравчук Ю.Б., Турило А.А. Управління витратами підприємства: [навч. посібник]. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 120 с.
19. Лозинський Д.Л. «Витрати» та «затрати»: узгодження понять в бухгалтерському обліку. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2009. № 4(50). С. 96-98.
20. Адамик О.В. Розмежування понять витрати, затрати, видатки та особливості їх застосування учасниками бюджетного процесу. Наука молода. Збірник наукових праць Ради молодих вчених Тернопільського національного економічного університету. 2013. Вип. № 20. С. 203-209.
21. Ющак Ж.М. Економіко-правова сутність витрат. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Житомир: ЖДТУ, 2012. Вип. № 2 (23). С. 405-411.
22. Різник І.В. Розмежування термінів «витрати» та «затрати» для потреб господарювання. Управління розвитком. 2014. Вип. № 9 С.85-88.
23. Чирва А.А. Терміни «витрати» та «затрати»: проблеми визначення. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2012. № 722. С. 267-272.
24. Шпикуляк О.Г. Інститут витрат в економічній теорії і практиці господарювання. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»: зб. наук. праць. Луцьк, 2008. Вип. № 5(20), ч. 1. 367 с.
25. Левицька С.О., Лук'янчук Л.В. Економічна сутність дефініцій використання ресурсів: витрати, видатки, затрати. Вісник національного університету водного господарства та природокористування. Економіка: збірник наукових праць. Рівне, 2007. Вип. № 2(38). URL: https://revolution.allbest.ru/audit/01164973_0.html#text
26. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський облік в торгівлі: підручник / Ф.Ф. Бутинець, Н.М. Малюга. Житомир: ПП «РУТА», 2007. 576 с.
27. Ярмоленко В.П. Про склад і класифікацію виробничих витрат. Бухгалтерія в сільському господарстві. 2000. № 11. С. 20-24.
28. Лаврик У.В., Бондик К.Ю. Сучасні підходи до управління витратами промислових підприємств. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, 2013. №. 24. С. 360-369.
29. Бутинець Ф.Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу: міжнар. зб. наук. праць. Сер. «Бухгалтерський облік, контроль і аналіз». 2012. № 1 (22). С. 11-18.
30. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: [навч. посіб.] / В.В. Сопко. К.: КНЕУ, 2006. 526 с.
31. Атамас П.Й. Управлінський облік: [2-ге вид. навч. посібник] / П.Й. Атамас. К.: Центр учбової літератури, 2009. 440 с.

References

1. Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 16 lypnia 1999 r. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
2. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 1 «Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti»: zatverdzheno nakazom Minfinu vid 07.02.2013 r. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
3. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 16 «Vytraty»: zatverdzheno nakazom Minfinu vid 31.12.1999 r. № 318. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>
4. Kontseptualna osnova finansovoi zvitnosti: pryiniata RMSBO 01.09.2010 r. № 929_009. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_009#Text
5. Metodichni rekomendatsii z formuvannia skladu vytrat ta poriadku yikh planuvannia v torhovelnii diialnosti: nakaz Ministerstva ekonomiky ta z pytan yevropeiskoi intehratsii Ukrainy vid 22 travnia 2005 r. № 145. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0145569-02#Text>
6. Kudlak V.Ia., Messarosh A.V. Sutnist ta struktura vytrat pidpriemstva. Materialy VI Mizhnarodnoi naukovo-tekhnichnoi konferentsii molodykh uchenykh ta studentiv. Aktualni zadachi suchasnykh tekhnolohii: Ternopil 16-17 lystopada 2017. S. 189-190.
7. Hrynychtskyi V.I. Ekonomika pidpriemstva: [navch. posib.] / V.I. Hrynychtskyi, E.T. Karapetian, B.V. Pohrishchuk. K.: Tsentri uchbovoi literatury, 2010. 304 s.
8. Ekonomika pidpriemstva: [pidruchnyk dlia stud. vyshch. navch. zakl.] / za zah. red. d.e.n., prof. L.H. Melnyka. Sumy: Universytetska knyha, 2019. 864 s.
9. Turylo A. M. Upravlinnia vytratamy pidpriemstva / A.M. Turylo, Yu.B. Kravchuk, A.A. Turylo. K.: Tsentri navchalnoi literatury, 2006. 120 s.
10. Hel R. Verian. Mikroekonomika: promezhutochnyj uroven / Hel R. Verian. M.: YuNITI, 1997. 767s.
11. Derii V.A. Termin «vytraty» i yoho traktuvannia dlia potreb obliku i kontroliu. Halyskyi ekonomichnyi visnyk. 2010. № 1(26). S. 154-160.
12. Butynets F.F. Vytraty vyrobnytstva ta yikh klasyfikatsiia dlia potreb upravlinnia. Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu. 2012. № 1(22). S. 11-18.
13. Pivniuk O.P. Ekonomichna sut, klasyfikatsiia vytrat vyrobnytstva ta sobivartosti produktsii v umovakh hlobalizatsii ekonomiky Ukrainy. Ekonomichni nauky. Oblik i finansy. 2010. № 7 (25). Ch. 2. S. 506-524.
14. Filina H.I. Upravlinnia vytratamy ta tsinamy: [navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl.] / H.I. Filina. K.: DP «Vydavnychiy dim «Personal»», 2008. 240 s.
15. Mikhnenko A.A. «Vytraty» ta «zatraty»: uzgodzhennia poniat v bukhhalterskomu obliku / The first economic and legal discussions. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1017/>
16. McConnell C.R. Economics: Principles, problems and policies / Campbell R. McConnell, Stanley L. Brue, Sean Masaki Flynn Dr // Second Edition. New York, San Francisco, Toronto, London, McGraw-Hill Book Company, 1963. r. 773 s.
17. Androsenko O.O. Ekonomichna sutnist vytrat vyrobnytstva ta yikh rol u systemi upravlinnia diialnistiu promyslovykh pidpriemstv. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment. 2016. Vyp. № 15. S. 122-126.
18. Turylo A.M., Kravchuk Yu.B., Turylo A.A. Upravlinnia vytratamy pidpriemstva: [navch. posibnyk]. K.: Tsentri navchalnoi literatury, 2006. 120 s.
19. Lozynskyi D.L. «Vytraty» ta «zatraty»: uzgodzhennia poniat v bukhhalterskomu obliku. Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky. 2009. № 4(50). S. 96-98.
20. Adamyk O.V. Rozmezhuvannia poniat vytraty, zatraty, vydatky ta osoblyvosti yikh zastosuvannia uchasnykamy biudzhethnoho protsesu. Nauka moloda. Zbirnyk naukovykh prats Rady molodykh vchenykh Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu. 2013. Vyp. № 20. S. 203-209.
21. Yushchak Zh.M. Ekonomiko-pravova sutnist vytrat. Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu. Zhytomyr: ZhDTU, 2012. Vyp. № 2 (23). S. 405-411.
22. Riznyk I.V. Rozmezhuvannia terminiv «vytraty» ta «zatraty» dlia potreb hospodariuvannia. Upravlinnia rozvytkom. 2014. Vyp. № 9 S.85-88.
23. Chyryva A.A. Terminy «vytraty» ta «zatraty»: problemy vyznachennia. Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». 2012. № 722. S. 267-272.
24. Shpykuliak O.H. Instytut vytrat v ekonomichni teorii i praktysi hospodariuvannia. Ekonomichni nauky. Seriya «Oblik i finansy»: zb. nauk. prats. Lutsk, 2008. Vyp. № 5(20), ch. 1. 367 s.
25. Levytska S.O., Lukianchuk L.V. Ekonomichna sutnist definitsii vykorystannia resursiv: vytraty, vydatky, zatraty. Visnyk natsionalnoho universytetu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia. Ekonomika: zbirnyk naukovykh prats. Rivne, 2007. Vyp. № 2(38). URL: https://revolution.allbest.ru/audit/01164973_0.html#text
26. Butynets F.F. Bukhhalterskyi oblik v torhivli: pidruchnyk / F.F. Butynets, N.M. Maliuha. Zhytomyr: PP «RUTA», 2007. 576 s.
27. Yarmolenko V.P. Pro sklad i klasyfikatsiiu vyrobnychkykh vytrat. Bukhhalteriia v silskomu hospodarstvi. 2000. № 11. S. 20-24.
28. Lavryk U.V., Bondyk K.Iu. Suchasni pidkhody do upravlinnia vytratamy promyslovykh pidpriemstv. Naukovi pratsi Kirovohradskeho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky, 2013. № 24. S. 360-369.
29. Butynets F.F. Vytraty vyrobnytstva ta yikh klasyfikatsiia dlia potreb upravlinnia. Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu: mizhnar. zb. nauk. prats. Ser. «Bukhhalterskyi oblik, kontrol i analiz». 2012. № 1 (22). S. 11-18.
30. Sopko V.V. Bukhhalterskyi oblik v upravlinni pidpriemstvom: [navch. posib.] / V.V. Sopko. K.: KNEU, 2006. 526 s.
31. Atamas P.I. Upravlinskyi oblik: [2-he vyd. navch. posibnyk] / P.I. Atamas. K.: Tsentri uchbovoi literatury, 2009. 440 s.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-48>

УДК 338.658.502

Леся СТРУТИНСЬКА

Національний університет «Львівська політехніка»

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

e-mail: lesia.r.strutynska@lpnu.ua

СТВОРЕННЯ ЕКОЛОГІСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ТА ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА ТЕРЕНАХ ЗАХІДНОЇ УКРАЇНИ

Проаналізовано доцільність, потребу і етапи становлення екологістики як різновиду інноваційної діяльності, метою якої є збереження навколишнього середовища та екології довкілля. У якості прикладу на підприємствах переробної та харчової промисловості Західної України проілюстровано ефективність поетапного запровадження екологістичної діяльності. Доведено, що у становленні ефективної екологістичної діяльності не обійтись без належного сприяння органів місцевого самоврядування та органів державної влади. Доведено, що за вдумливого керівництва та сприяння органів місцевого самоврядування переробка органічних відходів може бути економічно вигідною як для виробників харчової та переробної промисловостей, так і для мешканців місцевих громад.

У якості основних етапів запровадження на теренах місцевих громад ефективної екологістичної діяльності пропонуються наступні:

- спорудження регіональних електростанцій та енергетичних установок виробництва електроенергії спалюванням біогазу;

- придбання та ефективна експлуатація обладнання переробки органічних відходів у біогаз;

- налагодження оперативного збору, сортування та переробки відходів виробництв;

- жорсткий контроль за недопустимістю порушень виробничниками санітарно-гігієнічних норм та вимог до стічної води та утилізації відходів.

Відзначено, що для ефективного інтегрування екологістики в економіку держави через створення екологістичних підприємств необхідне законодавче введення в дію ефективної екологічної стратегії, яка буде основною конкурентною перевагою підприємства в сучасних умовах ведення бізнесу.

Ключові слова: логістика, підприємство, відходи, харчова промисловість, біогаз, енергія, екологістика, етапи становлення.

LESYA STRUTYNSKA

National University «Lviv Polytechnic»

CREATION OF ECOLOGISTIC ENTERPRISES OF THE FOOD AND PROCESSING INDUSTRY IN WESTERN UKRAINE

The expediency, need and stages of the development of environmental science as a type of innovative activity, the purpose of which is to preserve the environment and environmental ecology, are analyzed. As an example, the effectiveness of the step-by-step introduction of ecological activities is illustrated at the processing and food industry enterprises of Western Ukraine. It has been proven that the formation of effective ecological activities cannot be done without the proper assistance of local self-government bodies and state authorities. It has been proven that with the thoughtful guidance and assistance of local self-government bodies, the processing of organic waste can be economically beneficial both for producers of food and processing industries, and for residents of local communities.

The following are proposed as the main stages of implementation of effective ecological activities on the territory of local communities:

- construction of regional power plants and energy installations for the production of electricity by burning biogas;

- purchase and efficient operation of equipment for processing organic waste into biogas;

- establishment of operational collection, sorting and processing of industrial waste;

- strict control over the inadmissibility of violations by producers of sanitary and hygienic norms and requirements for waste water and waste disposal.

It was noted that for the effective integration of ecology into the economy of the state through the creation of ecological enterprises, the legislative implementation of an effective environmental strategy is necessary, which will be the main competitive advantage of the enterprise in modern business conditions.

Keywords: logistics, enterprise, waste, food industry, biogas, energy, ecology, stages of formation.

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

Необхідно визнати, що у сьогоденні фактично усі три найвагоміші для життєдіяльності людей, тваринного та рослинного світів складові навколишнього простору, а саме земля, вода та повітря, тою чи іншою мірою виявились суттєво ураженими внаслідок часто недбалої діяльності людства. Незаперечним підтвердженням цьому є той офіційно визнаний ЮНЕСКО факт, що із всієї величезної маси води на Землі лише 1% є не забрудненим і придатним до споживання людьми та тваринами. А через надмірне забруднення води стоками забруднюються і ґрунти, у які ця вода просякає, і повітря, куди забруднена вода випаровується.

Забруднення повітря викидами продуктів згоряння нафтопродуктів (димові викиди підприємств та теплоенергетичних установок, спалювання побутових та промислових відходів, вихлопи транспортних

засобів тощо), затруєння води та землі продуктами життєвої та виробничої діяльності людства сягнули у сьогоденні тих рівнів та меж, що постали вже реальною загрозою існуванню безпосередньо самому людству.

То ж слід визнати, що надінтенсивні темпи розвитку людства впродовж останнього століття, створення ним великої кількості транспортних засобів та найрізноплановіших підприємств вкрай негативно вплинуло на стан навколишнього середовища. Отже нагально назріла потреба у зміні підходів як до виробничої діяльності, так і безпосередньо побуту людей у контексті їх ставлення до довкілля, природи та природних ресурсів. Тому слід визнати, що людство в контексті його ставлення до навколишнього середовища сягнуло тієї критичної межі, коли без ґрунтовних змін у його ставленні до довкілля буде приречене на важкі хвороби та вимирання.

Огляд попередніх досліджень

Не можна стверджувати, що усвідомивши цю проблему цивілізований світ не намагається зробити певні дієві кроки у своєму ставленні до охорони довкілля. Певним підтвердження цьому є активний розвиток в останні десятиліття електротранспорту, альтернативних екобезпечних джерел енергії, заборони на законодавчому рівні виготовлення і використання шкідливих для води фосфатомістких миючих засобів тощо. Явно відчувається нагальна потреба і у зміні на державницькому рівні підходів до виробничої діяльності.

Провідні фахівці-економісти, на рівні із екологами, чи не першими усвідомили небезпеку для умов існування людства катастрофічного забруднення навколишнього середовища. Ними відчувається, що явно назріла потреба у повсемісному створенню нових і переоснащенню діючих підприємств, продукція, умови праці, та виробнича діяльність яких будуть безпечними для навколишнього середовища, тобто будуть екологічно чистими. Такі підприємства умовно віднесено до екологічно безпечних, а їх діяльність віднесено до розряду екологістичних.

Серед розповсюджених у літературних першоджерелах визначень екологістики та екологістичних підприємств і їх діяльності [1] найповнішим, незаперечно, є наступне :

- екологістика – це новий напрямок розвитку інноваційної діяльності та апробації моделей інтегрованого та спрямованого на збереження довкілля управління [2]. Впровадження принципів екологістики забезпечує взаємодію різноманітних чинників макро- і мікросередовища, спрямованих на збереження навколишнього середовища, та ідентифікацію затрат і результатів від впровадження логістичних рішень. При цьому оцінюванню підлягають не лише фінансові, але й соціально спрямовані показники виробників та їх посередників, пов'язаних між собою логістичними показниками [2].

Із врахуванням екологічних задач та логістичних функцій екологістичне підприємство може бути охарактеризоване як підприємство із оптимізованим виробничим процесом, що враховує його соціально-економічний вплив на навколишнє середовище. Одна із визначальних його задач -- впровадження новітніх екологічно безпечних технологій та процесів з метою усунення шкідливого впливу на учасників виробничих процесів, їх споживачів та оточуюче довкілля. Виготовленням готової продукції чи надання ним послуг екологістичне підприємство поєднує із провадженням належних заходів, що спрямовані на оптимізацію шляхів та методів щодо збору, зберігання та утилізації власних відходів. Перевага при цьому надається безпечній і необтяжливій для навколишнього середовища і суспільства переробці відходів виробництва чи їх ліквідації або утилізації.

Загально визнано, що проблематика екологістики тією, чи іншою мірою впливає на економіку та соціальну політику держави загалом, а також діяльність її приватних та державних підприємств. Постає очевидним, що для успішного вирішення екологістичних завдань необхідна якісно нова модель інформаційного забезпечення стратегічних логістичних рішень [2].

Усвідомлення цілком реальної можливості неминучої у найближчому майбутньому екологічної кризи, проблематиці екологістики приділяють підвищений інтерес як провідні науковці, так і економісти-практики, про що свідчить значна кількість їх публікацій впродовж останніх десятиліть [3, 4, 5]. Дослідженнями провідних економістів світу (Г.Баумгартена, Д.Вебера, Г.Блума, І.Гупфера та інших) було розроблено рекомендації щодо безболісного переходу виробничої діяльності від згубного впливу на довкілля до економічно виправданої і прибуткової екологічної діяльності. Опираючись на досвід попередніх дослідників економісти Л. Мельник та І. Дегтарьова правомірно відзначають необхідність застосування новітніх моделей екосистемної оцінки стійкого розвитку та оцінювання екстремальних ефектів. Вони відзначають, що це вимагає впровадження нових підходів до оцінювання динамічної рівноваги екосистем, нової системи координат для вимірювання результатів логістичних рішень [6].

Вагомий доробок в галузі розробки та дослідження основних принципів та засад екологістики напрацьовано науковцями України, зокрема науковцями школи Сумського національного університету ([7] С. Ілляшенко), НУ «Львівська політехніка» (Є. Крикавський [8], О. Мних [10], Б. Гречишин [1,2]), а також Київського національного економічного університету (А.Кольченко та інші [10]). Дослідженнями цих провідних науковців-економістів суспільству було «відкрито очі» на те, що для виживання сучасному людству необхідно докорінно реорганізувати та видозмінити мету і задачі власного економічного розвитку

таким чином, щоб виробнича діяльність суспільства повною мірою інтегрувалась у ефективну безпечну екологічну інфраструктуру [11].

Аналіз досліджень та публікацій

Метою даного наукового дослідження є аналіз стану забруднення навколишнього середовища підприємствами харчової та переробної промисловості на теренах Західної України, розробка стратегії їх переходу на рівень екологістичних.

У задачі дослідження входило:

- проаналізувати характерні для малого і середнього бізнесу Західної України підприємства харчової і переробної промисловості, які зорієнтовані на переробку місцевих сільськогосподарських культур, у тому числі і на продукти харчування;
- провести аналіз впливу виокремлених типових підприємств харчової і переробної промисловості на методи утилізації ними виробничих відходів, здійснити аналіз стану забруднення їх відходами довкілля;
- оцінити можливість запровадження основних принципів екологістики на виокремлених типових підприємствах;
- розробити основні принципи стратегії становлення і успішного розвитку екологістики на підприємства малого і середнього бізнесу на теренах Західної України.

Формулювання цілей статті

Притаманні останньому десятиліттю стрімкі зміни погодних умов, часті землетруси та природні катаклізми, які обумовлюють руйнацію населених пунктів та загибель великої кількості людей, певною мірою стали наслідком інтенсивних глобалізаційних процесів у світовому виробничому середовищі [1]. Очевидним постає розуміння того, що для виживання та продовження роду людського терміново необхідно видозмінювати та реорганізовувати світову економіку, щоб максимально інтегрувати у екологічну інфраструктуру всю без винятку виробничу діяльність людства [11].

І шлях для вирішення цієї проблеми – якомога швидше переведення діючих підприємств та цілих галузей економіки на екологістичні засади. Пояснюється це тим, що кінцевою метою діяльності екологістики як засобу ефективного управління є такі основні напрями:

- повне усунення шкідливого впливу логістичних процесів, що супроводжують виробничі процеси підприємства, на навколишнє середовище;
- максимальне зменшення обсягів споживання невідновлюваних або частково відновлюваних енергоресурсів у виробничому та логістичному ланцюгах [1].

На нашу думку до цих двох важливих напрямків задач екологістики доречно доповнити третій:

- екобезпечна переробка відходів власного виробництва та знезараження і очищення від усіх різновидів забруднень супутніх виробничим процесам природних середовищ, матеріалів та речовин (повітря, води, мінералів тощо).

Таке вагоме поняття як «безпека навколишнього середовища» повинно бути першою екологістичною метою діяльності підприємства. Воно повинно охоплювати весь виробничий простір як всередині, так і поза виробничими системами (повітря, вода, ґрунти) та бути спрямованим на недопустимість їх забруднень відходами та шкідливими викидами [1].

Інша вагома екологістична мета підприємства незаперечно повинна полягати у орієнтації усіх його логістичних процесів (виробничо-збутового, фінансового, інформаційного та логістично-постачального) на заміну органічного викопного палива джерелами відновлюваної енергії та новітніми технологіями із пониженим рівнем викидів вуглецевих сполук у довкілля та в атмосферу [1].

Особливістю більшості населених пунктів Західного регіону України є відсутність тут великих виробничих комплексів із багатотисячними трудовими колективами. Переважно даний регіон держави зорієнтований у своїй діяльності на легку промисловість та виготовлення продукції харчової і переробної промисловості. Їх діяльність зорієнтована переважно на переробку сільськогосподарської продукції. Відповідно і переважаюча частка підприємств тут – це підприємства малого та середнього бізнесу із властивими їм мало чисельними трудовими колективами та обмеженими фінансовими ресурсами. Очевидно тому специфічним є і ставлення адміністрацій та власників малих підприємств до забруднення ними навколишнього довкілля. Переважно це ставлення зводиться до такої хибної позиції – «наше підприємство малопотужне та малочисельне, відходів та викидів від його діяльності не так і багато. То ж завдана шкода від його діяльності навколишньому середовищу незначна і матінка-природа їх безболісно подолає. Отже нам не має сенсу витрачати кошти на вартісне очисне устаткування, на вдосконалення виробництва з позицій його екобезпеки та екологістики».

Дана позиція можливо і могла б відстоюватися, якщо б таких малих підприємств налічувалося б лише декілька одиниць на регіон. Проте в таких густо населених регіонах, якою є Західна Україна, де густина населення сягає 84 мешканців на квадратний кілометр, кількість малих виробничих підприємств теж доволі значна. Згідно даних Держкомстату станом на 2022 рік кількість зареєстрованих тут підприємств сягає понад 10 тисяч. Враховуючи доволі обмежену площу Західної України, яка рівна 111 тисячам

квадратних кілометрів, у середньому тут одне виробниче мале підприємство припадає на 11,5 квадратних кілометрів. А це відносно зовсім незначна площа. То ж і забруднити її виробничими та побутовими відходами можна доволі швидко. Особливо, якщо врахувати, що виробнича харчова та переробна діяльність тривала в минулому на теренах Західної України не рік – не два, а століттями і певні незворотні забруднювальні процеси у довкіллі тут вже давно накопичено.

На підставі аналізу різноманітних малих виробничих підприємств переробної і харчової промисловості Західного регіону можна виокремити три їх різновиди як типові для дослідження впливу на навколишнє середовище. Перш за все, це підприємства переробки молока у молочну продукцію, підприємства виготовлення дріжджів та підприємства пивоваріння і виготовлення безалкогольних напоїв та соків. Аналіз виробничих та супутніх їм процесів діяльності обраних нами типових підприємств з позицій їх впливу на навколишнє середовище відображає наступне.

Спільним у виробничій діяльності цих виокремлених підприємств є те, що їх технологічні процеси є порівняно низькотемпературними. Отже із певним припущенням можна стверджувати, що дані підприємства не мають яскраво вираженого згубного впливу на температуру навколишнього середовища, відчутно не погіршують якості повітря, отже суттєво не сприяють розвитку «парникового ефекту».

У технічних процесах виготовлення готової продукції в даних виробництвах найвідчутнішого впливу зазнає технічна вода, яку використовують для промивання технологічного обладнання та виробничих і побутових приміщень. Після використання ця вода переважно містить високо концентровані розчинники та миючі засоби (доволі часто фосфатомістки), а також можливі залишки розчиненої в цій воді технологічної сировини. На жаль, у переважаючій більшості схожих малих підприємств відсутнє належне устаткування для водоочищення та зайві площі для облаштування резервуарів відстоювання води. Тому переважно використану забруднену технічну воду відводять у найближчі природні водойми, а у кращому випадку – в міські каналізаційні водопровідні системи. Проте і у цьому випадку розбавлену побутовими стоками рідинну суміш із каналізаційних мереж у кращому випадку виливають на так звані відкриті «поля водоочищення», де осад осідає і просякає в ґрунти. Відстоювана, та все ще біологічно забруднена вода, після цього скидається у найближчі водойми, переважно річки, отруюючи та біологічно забруднюючи усе довкілля. У цьому випадку негативного впливу на навколишнє середовище зазнає уже не тільки вода відкритих водойм, а і навколишні ґрунти від просякання в них забрудненої води, а також повітря від насичення його продуктами життєдіяльності бактерій загнивання та бродіння.

Не краща ситуація стосовно впливу на довкілля виробничих відходів малих підприємств харчової та переробної промисловості. Для обраних нами типових підприємств відходами процесів переробки переважно являються:

- просякнуті пивними дріжджами зерна ячменю, хмелю та солоду (так звані «дробина» та «сусло») - для пивоваріння;
- дріжджова маса – для підприємств виготовлення дріжджів.
- сироватка – для молокопереробних підприємств;
- спресовані відходи фруктів та овочів (так званий «жмих») при виготовленні з них соків – для підприємств виготовлення соків та безалкогольних напоїв;

Переважно на переробних підприємствах України сироватку із молокозаводів зрідка забирають у незначних кількостях підприємства, що виготовляють казеїн. При цьому, приблизно 5÷6 м³ щоденно при середній потужності малого молокопереробного підприємства 50÷60 тон, змішують із побутовими відходами та зливають в каналізаційну мережу. Оскільки так звані «молочні» бактерії доволі стійкі до понижених та підвищених температур, вони активно розмножуються і забруднюють воду і на полях водоочищення, і у водоймах, у котрі ця вода у подальшому скидається.

Такі відходи пивоваріння як дробину та використане сусло частково використовують для відгодовування риби у розплідних господарствах. Залишки зливають на сміттєзвалищах, або ж на занедбані поля чи лісосмуги. Утворений після вичавлювання з фруктів та овочів соків жмих, частково передають на свиноферми для відгодовування свиней. Проте це лише незначна частка. Решту вивозять на сміттєзвалища.

Рідку фракцію дріжджової маси відходів зливають у каналізаційні мережі, густу -- вивозять на сміттєзвалища. Сміттєзвалища на теренах України переважно відкритого типу і їх вмістиме переробці через брак сміттєпереробних заводів не піддають. Тому всі вище означені відходи на сміттєзвалищах піддаються природному загниванню, засмічуючи своїми продуктами загнивання і воду, і повітря, і землю. Тобто всі три найвагоміші для здоров'я та життєдіяльності людей складові іоносфери. Тобто малі підприємства харчової та переробної промисловості Західної України активно і безповоротно забруднюють без будь-яких шансів для «живої» природи рекультивувати їх та відновити.

Проведений аналіз діяльності типових підприємств харчової і переробної промисловості Західної України стосовно екології довкілля відображає наступне:

- основні технологічні та виробничі процеси цих підприємств безпосередньої шкоди якості повітря та його температурі навколишнього середовища не завдають;

- переважно основними відходами цих виробництв є забруднена миючими засобами та залишками розчинених у ній фракцій сировини технічна вода, а також органічні відходи, обумовлені типом виробництва (сусло, сироватка, дробина, жми, дріжджова маса тощо);

- типові підприємства малого і середнього бізнесу харчової та переробної промисловості в переважній більшості не оснащені технічними засобами переробки та утилізації органічних відходів і, переважно, скидають їх рідинні фракції у водойми чи каналізаційну мережу, а органіку – на сміттєзвалища;

- встановлено, що на теренах Західної України відсутня налагоджена централізована мережа збору органічних відходів та переробки їх у теплову чи електричну енергію.

Таке безвідповідальне ставлення до органічних відходів має місце не лише на теренах Західної частини, а і на усій території України. Воно практикується століттями і тенденцій на його видозміну не намічається і на найближчий час. І це не лише згубно для навколишнього середовища, а і доволі дивно із економічної точки зору. Науковцями-енергетиками давно розроблене біотехнологічне устаткування, спроможне переробляти практично будь-які органічні відходи на біогаз.

Доволі давно розроблено продуктивні та високо ефективні біоенергетичні установки, у яких при спалюванні біогазу воду перетворюють у високотемпературну пару. Пара із високою частотою обертає турбіну, яка генерує електроенергію. Після накопичення в акумулюючих пристроях ця електроенергія подається в електромережу. Виробники такої електроенергії одержують від її реалізації чималі кошти, якими і успішно покривають витрати на придбане переробне устаткування. Таким чином можна не тільки покривати витрати за вивіз і утилізацію органічних відходів, а ще і заробляти на них завдяки переробці у теплову чи електричну енергію.

Дана схема переробки органічних відходів давно практикується у розвинутих зарубіжних державах. Їх енергопереробні підприємства активно скуповують у навколишніх фермерів не тільки органічні відходи (солому, траву, зіпсуті овочі та фрукти тощо), а також гній худоби для його переробки у біогаз із подальшим використанням біогазу для генерації тепла або електроенергії. В Україні ж біоенергетичні установки велика рідкість, а гній худоби і надалі використовують виключно в якості біологічного добрива для угноєння орної землі. Це типова ситуація із переробкою органічних відходів для переважної більшості харчових і переробних підприємств малого і середнього бізнесу України. На утилізацію відходів у підприємств коштів завжди не вистарчає, а на їх переробку, як мінімум, бракує виробничих площ та відповідного обладнання. Не тільки обладнання, а і бажання займатись цією мало прибутковою справою. Дивно та виявляється, що для українського сировинного бізнесу простіше та привабливіше цінну деревину під виглядом дров за безцінь вивезти і продати за кордон, ніж налагодити на батьківщині їх переробку.

Дивно бо за належного і вдумливого підходу до своєї виробничої діяльності власники цих підприємств могли б не лише перетворити свої підприємства у екологічно безпечні, а ще і мати з цього певні прибутки. Адже всі відходи підприємств окресленої групи – це органічні сполуки, які легко піддаються біологічній переробці у біогаз. До того ж сучасний розвиток біологічної науки дослідив велике розмаїття біологічних матеріалів (бактерій), які спроможні практично будь-яку рідинну органіку перетворити у біогаз, який при спалюванні є ефективним джерелом тепла, а також і електричної енергії.

Однак певна проблема полягає у тому, що на даний час обладнання для біологічної переробки органіки у біогаз, так звані біотенки, доволі вартісне. До того ж біологічно активна біомаса вимагає певних умов для її зберігання і теж не є дешевою. На жаль переважно коштів у підприємців на цю переробку відходів не вистарчає і вони за усталеною вже традицією скидають відходи у смітєві відвали. Постає очевидним, що без врегулювання даної проблеми на державному рівні тут не обійтись. І зрозуміло, що державницька політика стосовно створення екологістичних підприємств повинна бути поетапною, послідовною, а головне вдумливою. І закономірно, що першочерговими тут повинні бути не заборонні та каральні заходи щодо заборони вивозу відходів на сміттєзвалища, а створення передумов, за яких власна переробка відходів буде економічно вигіднішою. Основні етапи цих заходів могли б відобразитися наступною схемою (рис. 1).

Першочергово **на першому етапі** місцеві органи самоврядування повинні б створити районні біотехнологічні електростанції. Ці ж підрозділи в межах даного району чи регіону повинні організувати централізоване збирання та переробку у біотенках органічних відходів на біогаз. Спалюванням біогазу в енергетичних установках можна отримувати теплову або електричну енергію. Коштами від продажу тепла або електроенергії можна покривати витрати на придбання у підприємців органічних відходів та затрати на закупівлю біотенків та біоенергетичних установок. Уже на цьому першому етапі підприємці зможуть не скидати свої виробничі відходи на сміттєзвалища, а із вигодою продавати їх на переробку. Пов'язані із збором та перевезеннями органічних відходів логістичні проблеми тут можуть успішно вирішуватись, наприклад, транспортними комунальними службами місцевої громади.

Після запровадження першого етапу або паралельно йому на **другому етапі** державним органам влади та місцевого самоврядування доречно відшукати і виділити належні кошти на розробку і виготовлення доступних за ціною для підприємців малого та середнього бізнесу біоенергетичних установок та біотенків. За відсутності у підприємців належних обсягів коштів для придбання цього устаткування органами влади доречно надати їм можливість взяти обладнання у довготривалу оренду із подальшим

правом його викупу. При цьому бажано щоб державні органи влади чи органи місцевого самоврядування гарантували підприємцям-виробникам біоенергетики право на необмежене пільгове придбання виробленої ними електроенергії.

Після цього на **третьому етапі** органами місцевого самоврядування доречно запровадити жорсткий контроль за недопустимістю скидання виробниками забрудненої води у каналізаційні мережі чи відкриті водойми, а органічних відходів – у природні ландшафти чи сміттєзвалища.

На **четвертому етапі** налагодження передумов для переходу новоутворюваних та діючих підприємств на рівень екологістичних має бути відмова з боку органів місцевого самоврядування у видачі ліцензій на виробничу діяльність, якщо адміністрація та власники підприємства неспроможні забезпечити безвідходне виробництво. У даному випадку під безвідходним виробництвом слід розуміти спроможність підприємства самотужки або ж силами регіональних спеціалізованих переробних підприємств налагодити переробку власних відходів у корисну для подальшого використання сировину, або теплову чи електричну енергію. Тільки завдяки цьому довкілля та навколишнє середовище, а головне, мешканці даного регіону будуть належним чином захищеними від затруєння життєво важливих для них повітря, води та ґрунтів. Матиме від цього відчутну користь і економіка держави, якій замість витрат на переробку сміттєзвалищ поступатимуть додаткові надходження від продажу виробленої із відходів енергії. Бо перефразовуючи вислів великого хіміка минулого Дмитра Менделєєва, що спалювання нафти рівносильне спалюванню грошових купюр, можна стверджувати, що цілком аналогічним злочином є знищення гниттям чи спалювання органічних відходів.

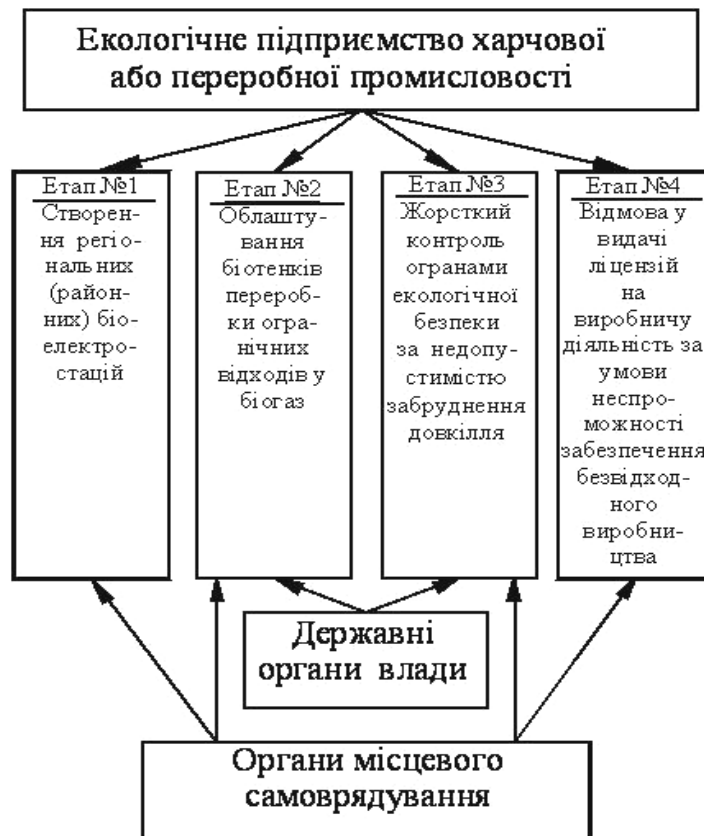


Рис. 1 Етапи створення екологістичних харчових та переробних підприємств малого та середнього бізнесу

Проте слід визнати, що запровадження основ екологістичної діяльності підприємств, особливою мірою малого та середнього бізнесу, матиме широке розповсюдження виключно за умов вдумливої поетапної економічної політики держави. За умови, що ця політика полягатиме не у каральних функціях, а у повсемісному сприянні налагодження безвідходних виробництв та у запровадженні устаткування вторинної переробки відходів у різноманітні види придатної до застосування енергії, наприклад, теплової чи електричної.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

1. Усвідомлення людством катастрофічно негативного стану навколишнього середовища стимулювало пришвидшений пошук соціально-економічних заходів, спроможних мінімізувати негативний вплив виробничої діяльності підприємств на екологію довкілля. У сьогоднішній день ця функція покладена на

екологістику, основна функція якої зорієнтована на зведення до мінімуму тиску виробничих процесів на навколишнє середовище та здоров'я мешканців регіону.

2. Екологістика, як перспективний напрямок активзації інноваційної діяльності, сприяє формуванню якісно нового рівня взаємовідносин у сфері виробничої діяльності підприємств, екології довкілля та соціальних умов проживання мешканців регіонів.

3. Ефективна інтеграція екологістики в економіку держави можлива через створення екологістичних підприємств завдяки законодавчому введенню в дію ефективної екологічної стратегії, яка буде основною конкурентною перевагою підприємства в сучасних умовах ведення бізнесу.

4. Удосконалення нормативно-правової бази щодо регулювання екологістичними процесами та розроблення механізмів ефективної взаємодії бізнесу і держави для ресурсного забезпечення екологістики сприятиме широкому запровадженню екологістики на підприємствах харчової та переробної промисловості, які у сьогоднішні є основними забруднювачами навколишнього середовища і довкілля на теренах Західної України

Література

1. Гречишин Б.Д. Екологістика як перспективний напрямок розвитку підприємства: закордонний досвід / Б.Д.Гречишин// Міжнародний науково-виробничий журнал. Сталий розвиток економіки. – 2013. - №4 [21]. – С. 213-219.
2. Гречишин Б.Д. розвиток екологістики як процес активзації інноваційної діяльності підприємницьких структур / Б.Д.Гречишин // Вісник НУВГП. Серія Економічні науки. – 2016. – Випуск 4 (76). – С. 62-73.
3. Weber J. Logistikkostenrechnung Kosten-, Leistungs- und Erl-slnformationen zur erfolgsorientierten Steuerung der Logistik / J.Weber. – Springer-Veriag Berlin and Heidelberg GmbH & Co. KG; 2012. – 389 p.
4. Baumgarten H. Supply Chain Steuerung und Services. Logistik Dienstleister managen dlobale Netzwerke – Best Practices / H. Baumgarten. I. – L.Darkow. – H. (Hg) Zadek; Berlin : Springer; Auflage. 2004 – 293 h.
5. Weber J. Logistik-Controlling – Konzept und empirisher Stand / J.Weber, H/Blum // Kostenrechnungspraxis Zeitschrift für Controlling Accounting & System-Anwendungen. – 2001. – 45 Jg. – Heft-Nr. – P. 275-282.
6. Göpfert I. Logistik-Controlling der Zukunft / I.Göpfert // Controlling-Wissen. – 2001. - №. 7. – p. 300-350.
7. Менеджмент та маркетинг інновацій: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 616 с.
8. Крикавський Є.В. Логістичне управління: [підручник] / Є.В.Крикавський. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005. – 684 с.
9. Мних О.Б. Необхідність реструктуризації бізнесу в розвиток капіталізаційних процесів: роль маркетингу і логістики / О.Б. Мних // Вісник ХНУ. Економічні науки. – 2012. - №5. – Т.3. – С. 72-75.
10. Кальченко А.Г. Логістика: навч.-метод. посіб. [для самост. вивч. дисципліни] / А.Г.Кальченко. –К. : КНЕУ, 2005. – 253 с.
11. Сучасні тенденції формування екологічної інфраструктури природокористування / [Харічков С.К. та ін.]; НАН України, ін-т пробл. Ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса, 2012. – 375 с.

References

1. Hrechyshyn B.D. Ekolohistyka yak perspektyvnyi napriamok rozvytku pidpriumstva: zakordonnyi dosvid / B.D.Hrechyshyn// Mizhnarodnyi naukovo-vyrobnychiy zhurnal. Stalyi rozvytok ekonomiky. – 2013. - №4 [21]. – S. 213-219.
2. Hrechyshyn B.D. rozvytok ekolohistyky yak protses aktyvizatsii innovatsiinoi diialnosti pidpriumnytskykh struktur / B.D.Hrechyshyn // Visnyk NUVHP. Seriya Ekonomichni nauky. – 2016. – Vypusk 4 (76). – S. 62-73.
3. Weber J. Logistikkostenrechnung Kosten-, Leistungs- und Erl-slnformationen zur erfolgsorientierten Steuerung der Logistik / J.Weber. – Springer-Veriag Berlin and Heidelberg GmbH & Co. KG; 2012. – 389 p.
4. Baumgarten H. Supply Chain Steuerung und Services. Logistik Dienstleister managen dlobale Netzwerke – Best Practices / H. Baumgarten. I. – L.Darkow. – H. (Hg) Zadek; Berlin : Springer; Auflage. 2004 – 293 h.
5. Weber J. Logistik-Controlling – Konzept und empirisher Stand / J.Weber, H/Blum // Kostenrechnungspraxis Zeitschrift für Controlling Accounting & System-Anwendungen. – 2001. – 45 Jg. – Heft-Nr. – P. 275-282.
6. Göpfert I. Logistik-Controlling der Zukunft / I.Göpfert // Controlling-Wissen. – 2001. - №. 7. – p. 300-350.
7. Menedzhment ta marketynh innovatsii: Monohrafiia / Za zah. red. d.e.n., prof. S.M.Illiashenka. – Sumy: VTD «Universytetska knyha», 2004. – 616 s.
8. Krykavskiy Ye.V. Lohistychno upravlinnia: [pidruchnyk] / Ye.V.Krykavskiy. – Lviv: Vydavnytstvo NU «Lvivska politekhnika», 2005. – 684 s.
9. Mnykh O.B. Neobkhdnist restrukturyzatsii biznesu v rozvytok kapitalizatsiinykh protsesiv: rol marketynhu i lohistyky / O.B. Mnykh // Visnyk KhNU. Ekonomichni nauky. – 2012. - №5. – Т.3. – S. 72-75.
10. Kalchenko A.H. Lohistyka: navch.-metod. posib. [dlia samost. vyvch. dystsypliny] / A.H.Kalchenko. –К. : KNEU, 2005. – 253 s.
11. Suchasni tendentsii formuvannia ekolohichnoi infrastruktury pryrodokorystuvannia / [Kharichkov S.K. ta in.]; NAN Ukrainy, in-t probl. Rynku ta ekon.-ekol. doslidzh. – Odessa, 2012. – 375 s.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-49>

УДК 339.138

Євгеній ВЕНГЕР

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
<https://orcid.org/0000-0003-0350-1284>
e-mail: e.venger@chnu.edu.ua

Валентин НІКУЛЬЧА

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
<https://orcid.org/0000-0003-0523-3287>
e-mail: v.nikulcha@chnu.edu.ua

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНИХ НЕЙРОННИХ МЕРЕЖ У ЦИФРОВОМУ МАРКЕТИНГУ

У даній статті розглядаються можливості та переваги використання штучних нейронних мереж у цифровому маркетингу, описуються різні типи нейронних мереж. Визначено, що нейронні мережі – це складні структури, створені зі штучних нейронів, які можуть приймати множини вхідних даних для отримання єдиного виходу. Штучні нейронні мережі виступають підсистемою машинного навчання, яка в свою чергу є підсистемою штучного інтелекту. У процесах створення контенту для «воронки продажів» та його оптимізації для генерування якісного трафіку нейронні мережі вже давно себе проявили як гідна заміна традиційним підходам. Значна увага у даному дослідженні зосереджується на вивченні можливостей застосування нейронних мереж для аналізу даних, прогнозування тенденцій та вирішення задач маркетингової аналітики. Систематизовано та класифіковано основні типи штучних нейронних мереж, які на даний час використовуються у маркетинговій діяльності. Виокремлено ключові функції, які можуть бути виконані нейронними мережами в контексті цифрового маркетингу, такі як прогнозування попиту на товари та послуги, дослідження поведінки споживачів, аналіз конкурентної ситуації на ринку, рекомендації для управління продуктовими портфелями, автоматизація бізнес процесів тощо. Наголошено на тому, що маркетологи та менеджери можуть використовувати нейромережі для покращення трьох стратегічних напрямків: сегментації, таргетингу та позиціонування. Зазначено, що спроби систематизації знань стосовно штучного інтелекту та машинного навчання в маркетингу забезпечили формування теоретичних основ для розробки додатків, орієнтованих на споживача, у контексті споживчого досвіду та персоналізованих комунікацій. Незважаючи на значну кількість переваг від використання штучних нейронних мереж в цифровому маркетингу, існує також ряд недоліків та загроз пов'язаних з технологіями штучного інтелекту. Використання нейронних мереж є ефективним та перспективним інструментом у цифровому маркетингу, проте потребує значних технічних та фінансових витрат, а також викликає етичні питання, які повинні бути вирішені перед використанням нейронних мереж в маркетингових цілях. Подальші дослідження у даному напрямку можуть допомогти компаніям досягти більш ефективних результатів у своїй цифровій маркетинговій стратегії.

Ключові слова: цифровий маркетинг, штучні нейронні мережі (ШНМ), штучний інтелект (ШІ), машинне навчання (ML), глибоке навчання (DL), персоналізований контент, аналіз поведінки користувачів, тестування рекламних запитів.

Evheniy VENHER, Valentyn NIKULCHA

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

FEATURES OF THE USE OF ARTIFICIAL NEURAL NETWORKS IN DIGITAL MARKETING

This article examines the possibilities and advantages of using artificial neural networks in digital marketing, describes different types of neural networks. It was determined that neural networks are complex structures created from artificial neurons that can accept multiple inputs to obtain a single output. Artificial neural networks are a subsystem of machine learning, which in turn is a subsystem of artificial intelligence. In the processes of creating content for "sales funnels" and optimizing it to generate quality traffic, neural networks have long proven themselves as a worthy replacement for traditional approaches. Considerable attention in this study is focused on studying the possibilities of using neural networks for data analysis, forecasting trends and solving marketing analytics problems. The main types of artificial neural networks that are currently used in marketing activities are systematized and classified. Key functions that can be performed by neural networks in the context of digital marketing are highlighted, such as forecasting the demand for goods and services, researching consumer behavior, analyzing the competitive situation on the market, recommendations for managing product portfolios, automating business processes, etc. It is emphasized that marketers and managers can use neural networks to improve three strategic areas: segmentation, targeting and positioning. It is noted that attempts to systematize knowledge about artificial intelligence and machine learning provided the formation of theoretical foundations for the development of consumer-oriented applications in the context of consumer experience and personalized communications. Despite the significant number of advantages of using artificial neural networks in digital marketing, there are also a number of disadvantages and threats associated with artificial intelligence technologies. The use of neural networks is an effective and promising tool in digital marketing, but it requires significant technical and financial costs, and also raises ethical issues that must be resolved before using neural networks for marketing purposes. Further research in this direction can help companies achieve more effective results in their digital marketing strategy.

Keywords: digital marketing, artificial neural networks (ANN), artificial intelligence (AI), machine learning (ML), deep learning (DL), personalized content, user behavior analysis, advertising request testing.

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

Діяльність цифрових маркетологів, як правило, пов'язана з виконанням значної кількості рутинних типових процесів та завдань. Від планування контенту до діяльності з просування та розповсюдження - все проводилось донедавна переважно вручну, що зумовило низку проблем. Існує думка, що людську креативність неможливо відтворити або замінити машинами, оскільки саме тут люди перевершують «розумні алгоритми». Проте, у процесах створення контенту для «воронок продажів» та його оптимізації для генерування якісного трафіку нейронні мережі вже давно себе проявили як гідна заміна старим підходам. Нейронні мережі виступають підсистемою машинного навчання, яка в свою чергу є підсистемою штучного інтелекту. Нейронні мережі - це складні математичні моделі, які створені з взаємопов'язаних простих елементів, що моделюють біологічні нейрони. Ці моделі здатні до самоорганізації та самонавчання, тобто вони можуть автоматично визначати закономірності та залежності у великих масивах даних. Нейронні мережі можуть допомогти у розв'язанні різних задач, пов'язаних з збором та аналізом даних, прогнозуванням попиту, персоналізованим маркетингом та іншими аспектами цифрового маркетингу. Завдяки збільшенню обсягу даних та зростанню вимог споживачів до персоналізованого досвіду, застосування нейронних мереж у маркетингових стратегіях стає все більш важливим. Також, нейронні мережі дозволяють більш точно аналізувати та прогнозувати споживчу поведінку, підвищувати ефективність маркетингових кампаній та покращувати рівень сервісу для клієнтів. Варто зазначити, що, як і у випадку з усіма методами машинного навчання, чим більше вхідних даних є для тестів та аналітики, тим краще дана технологія працюватиме.

Аналіз досліджень та публікацій

Останніми роками, зростання популярності застосування нейронних мереж в цифровому маркетингу привело до значного збільшення кількості досліджень та публікацій на дану тему. Більшість з цих досліджень підтверджує ефективність використання нейронних мереж у різних аспектах маркетингових стратегій, таких як прогнозування попиту, аналіз емоцій споживачів, персоналізація пропозицій тощо.

Аналізу проблем імплементації технологій машинного навчання у реалізацію стратегій цифрового маркетингу, особливостям використання сучасних технологій у економічній діяльності компаній присвятили свої праці такі науковці як Гревал Д. [1], Гуха А. [2], Де Мауро А. [7], Девенпорт Т. [1], Йоші Н. [4], Лонго Дж. [8], Рамялг Ю. [5], Хуанг М. [3] та ін.

Більшість досліджень вказують на те, що успішність застосування нейронних мереж в маркетингу значно залежить від правильної підготовки та обробки даних, а також від підбору оптимальних архітектур нейронних мереж для конкретного завдання.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження можливостей та переваг використання нейронних мереж у цифровому маркетингу, аналіз різних типів нейронних мереж та специфіки їхнього застосування у практичній діяльності.

Виклад основного матеріалу

В сучасному світі цифровий маркетинг є надзвичайно важливою складовою успішної бізнес стратегії. Швидкі темпи технологічного розвитку ставлять перед цифровими маркетологами безліч викликів та завдань. Одним з найбільш перспективних напрямків у цифровому маркетингу є використання нейронних мереж. Нейронні мережі здатні аналізувати великі обсяги даних, розпізнавати певні патерни та здійснювати передбачення на їх основі.

У 1943 році Уоррен МакКаллох і Волтер Піттс заклали першу цеглину у фундамент майбутнього штучних нейронних мереж. Уоррен МакКаллох і Волтер Піттс розробили математичну модель штучної нейронної мережі, використовуючи порогову логіку, щоб імітувати роботу нейрона в мозку людини. Після цього в 1958 році Френк Розенблатт створив модель «Персептрон», яка була першою у своєму роді для розпізнавання образів. Але Марвін Мінські та Сеймур Пеперт виявили численні проблеми з моделлю «Персептрон», які пізніше були вирішені Полом Вербосом у 1975 році за допомогою зворотного поширення. Між 2009 і 2012 роками дослідницька група Юргена Шмідхубера створила рекурентні нейронні мережі та нейронні мережі глибокого прямого зв'язку, які виграли вісім міжнародних конкурсів з розпізнавання образів і машинного навчання.

Штучні нейронні мережі розвиваються експоненціально. Майбутнє штучних нейронних мереж стало яскравішим завдяки доповненій реальності, машинному навчанню, штучному інтелекту та big data. Поєднання штучних нейронних мереж з іншими технологіями зробило мережі більш корисними для різних випадків їх застосувань. Одним із таких варіантів є чат-боти. Вони використовуються більшістю топ брендів на своїх веб-сайтах і акаунтах у соціальних мережах для взаємодії з клієнтами та забезпечення зручності для користувачів. Крім того, є віртуальні помічники, такі як Siri, Google Assistant і Cortana, які можуть імітувати

людську розмову та виконувати прості завдання, такі як замовлення таксі, налаштування нагадувань, надання інформації про погоду, бронювання квитків у кіно та відтворення музики тощо.

Інтернет-магазини використовують нейронні мережі з машинним навчанням для прогнозування попиту на запаси на основі минулих і поточних покупок клієнтів. Навігаційні служби, такі як Google Maps, використовують нейронні мережі разом із технологією GPS, щоб надавати ефективні та безпечні маршрути. Нейронні мережі та глибоке навчання збирають інформацію про те, якими дорогами найчастіше їздять, і про дорожню ситуацію на кожній дорозі, щоб запропонувати маршрути, які є найбільш зручними та мають найменший трафік. Майбутнє штучних нейронних мереж тісно пов'язане зі створенням безпілотних автомобілів. Дані, зібрані машинним навчанням і нейронними мережами, використовуються для тестування самокерованих автомобілів. Крім того, такі технологічні гіганти, як Facebook, Google і Apple, широко використовують нейронні мережі для розпізнавання обличчя за допомогою нейронних мереж [4].

Штучні нейронні мережі (ШНМ) є невід'ємною частиною процесу глибокого навчання. ШНМ визначають як «складний комп'ютерний код, написаний з кількома простими, добре взаємопов'язаними елементами обробки, які створені за мотивами біологічної структури людського мозку для моделювання роботи людського мозку та моделей обробки даних (інформації)».

Глибоке навчання (DL) зосереджується на п'яти основних нейронних мережах, зокрема:

- багатосаровий перцептрон;
- радіальна базова мережа;
- рекурентні нейронні мережі;
- генеративні змагальні мережі;
- згорткові нейронні мережі.

Нейронні мережі – це складні структури, створені зі штучних нейронів, які можуть приймати множину вхідних даних для отримання єдиного виходу. Це основна робота нейронної мережі – перетворювати вхідні дані на значущі результати. Зазвичай нейронна мережа складається з вхідного та вихідного рівня з одним або кількома прихованими шарами всередині. У нейронній мережі всі нейрони впливають один на одного, а отже, усі вони пов'язані. Мережа може підтверджувати та спостерігати за кожним аспектом наявного набору даних і за тим, як різні частини даних можуть або не можуть співвідноситись одна з одною. Цим способом нейронні мережі здатні знаходити надзвичайно складні закономірності у величезних обсягах даних.

У нейронній мережі потік інформації відбувається двома способами:

- Мережі прямого зв'язку: сигнали проходять лише в одному напрямку, до вихідного рівня. Мережі прямого зв'язку мають вхідний рівень і один вихідний рівень з нульовим або кількома прихованими шарами. Вони широко використовуються в розпізнаванні образів.

- Мережі зворотного зв'язку: рекурентні або інтерактивні мережі використовують свій внутрішній стан (пам'ять) для обробки послідовності вхідних даних. У них сигнали можуть проходити в обох напрямках через петлі (приховані шари) у мережі. Вони зазвичай використовуються в часових рядах і послідовних завданнях.

У нейронній мережі процес навчання ініціюється шляхом поділу даних на три різні набори:

- Навчальний набір даних – цей набір даних дозволяє нейронній мережі розуміти ваги між вузлами.
- Набір даних перевірки – цей набір даних використовується для точного налаштування продуктивності нейронної мережі.
- Тестовий набір даних – цей набір даних використовується для визначення точності та похибки нейронної мережі.

Коли дані сегментуються на ці частини, до них застосовуються алгоритми для навчання нейронної мережі. Процедура, яка використовується для полегшення процесу навчання в нейронній мережі, відома як оптимізація, а алгоритм, який використовується - оптимізатором. Існують різні типи алгоритмів оптимізації, кожен зі своїми унікальними характеристиками та аспектами, такими як вимоги до пам'яті, чисельна точність і швидкість обробки [9].

Динамічний розвиток штучних нейронних мереж відкриває численні можливості в різних секторах бізнесу. Компанії повинні розуміти, яку користь бренду принесе впровадження нейронних мереж, відповідно, створюючи ефективні бізнес стратегії. Важливо, щоб кожен співробітник був добре поінформований про технології, які імплементуються, і про те, як впровадження зробить компанію кращою.

За даними Grandview Research, у 2022 році розмір світового ринку штучного інтелекту оцінювався в 136,55 мільярдів доларів США, і прогнозується, що з 2023 по 2030 рік він зростатиме на 37,3% у середньому на рік. Нові програми, такі як ChatGPT і Midjourney, знову привертають увагу до штучного інтелекту та захоплюють бізнес-світ. Штучний інтелект є початком нової ери, і, як і будь-яка нова технологія, підприємства, лідери та окремі учасники, які приймуть його та адаптуються, будуть переможцями [8].

Маркетингові нейромережі можна класифікувати за двома параметрами: рівень інтелекту та те, чи є вони автономними чи частиною ширшої платформи. Деякі технології, такі як чат-боти або механізми

рекомендацій, можуть належати до будь-якої категорії; те, як вони реалізовані в конкретній програмі, визначає їх класифікацію.

Виділяють наступні типи штучного інтелекту (ШІ), який допомагає вирішенню маркетингових цілей:

- Платформи автоматизації завдань. Ці програми виконують повторювані, структуровані завдання, які вимагають відносно низького рівня інтелекту. Вони створені для дотримання набору правил або виконання попередньо визначеної послідовності операцій на основі заданих вхідних даних, але вони не можуть вирішити складні проблеми, такі як нюанси запитів клієнтів. Прикладом може бути система, яка автоматично надсилає вітальний лист кожному новому клієнту. Простіші чат-боти, такі як ті, що доступні через Facebook Messenger та інші соціальні платформи, також потрапляють у цю категорію. Вони можуть надати певну допомогу клієнтам під час базової взаємодії, керуючи клієнтами за заданим завчасно певним деревом рішень, але вони не можуть розпізнати наміри клієнтів, запропонувати індивідуальні відповіді або вчитися на взаємодії з часом.

- Машинне навчання (ML). Дані алгоритми навчаються з використанням великих обсягів даних, щоб робити відносно складні прогнози та приймати рішення. Подібні моделі можуть розпізнавати зображення, розшифровувати текст, сегментувати клієнтів і передбачати, як клієнти відреагують на різні ініціативи, такі як рекламні акції. Машинне навчання вже стимулює програмні покупки в онлайн-рекламі, системах рекомендацій електронної комерції та моделях схильності до продажів у системах управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). ML та його більш складний варіант, глибоке навчання (DL), є найпопулярнішими технологіями ШІ та швидко стають потужними інструментами в маркетингу. Проте, варто зазначити, що існуючі програми машинного навчання все ще виконують вузькі завдання та потребують навчання з використанням великих обсягів даних [1].

У залежності від рівня автономності штучний інтелект поділяється на наступні види:

- Автономні програми. Це чітко розмежовані або ізольовані програми ШІ. Вони відокремлені від основних каналів інформації, за допомогою яких клієнти дізнаються про пропозиції компанії, купують їх або отримують підтримку щодо використання, або каналів, які працівники використовують для маркетингу, продажу чи обслуговування цих пропозицій. Прикладом може слугувати додаток для виявлення кольорів, створений компанією Behr, яка займається виробництвом фарб. Використовуючи обробку природної мови IBM Watson і можливості Tone Analyzer (які виявляють емоції в тексті), програма надає кілька персоналізованих рекомендацій щодо кольору фарби, які ґрунтуються на настроях споживачів. Клієнти використовують додаток, щоб вибрати два або три кольори для кімнати, яку вони мають намір пофарбувати. Фактичний продаж фарби потім виконується поза програмою, хоча існує можливість підключення до замовлення в Home Depot.

- Інтегровані програми. Вбудовані в існуючі системи, ці нейронні мережі часто менш помітні клієнтам, маркетологам і продавцям, які їх використовують. Наприклад, машинне навчання, яке за частки секунди приймає рішення про те, яку цифрову рекламу запропонувати користувачам, вбудовано в платформи, які керують усім процесом купівлі та розміщення реклами. Інтегрована нейромережа Netflix пропонує клієнтам відеорекомендації вже більше десяти років. Підбір просто з'являється в меню пропозицій, які глядачі бачать, коли заходять на сайт. Якби механізм рекомендацій був автономним, їм потрібно було б перейти до спеціального додатка та запитати пропозиції. Розробники CRM-систем все частіше вбудовують у свої продукти можливості машинного навчання. У Salesforce пакет Sales Cloud Einstein має кілька можливостей, зокрема систему підрахунку потенційних клієнтів на основі ШІ, яка автоматично ранжує потенційних клієнтів B2B за ймовірністю покупки. Такі постачальники, як Cogito, який продає штучний інтелект, для навчання продавців кол-центру, також інтегрують свої програми з CRM-системою Salesforce [2].

Якщо проаналізувати сфери де штучний інтелект міг би принести найбільшу користь для маркетологів та бізнесу загалом, можна виділити наступний перелік: маркетингові дослідження, обслуговування споживачів, автоматизація бізнес процесів.

У сфері маркетингових досліджень компанії часто стикаються з двома величезними проблемами, коли справа доходить до отримання детальної інформації від ключових цільових аудиторій і клієнтів: доступність дослідження та кількість часу, необхідного для аналізу даних і підготовки звітів. Доступність досліджень була дуже бажаною метою протягом багатьох років, особливо для великих світових брендів. Проте надто часто менеджери з маркетингу, бренд-менеджери чи менеджери з продуктів не знають, з чого почати. Якщо система попередньо навчена на достовірних якісних даних, результат буде миттєвим і дасть фахівцю чудову відправну точку.

На фінішній частині дослідницького проекту аналітики часто переповнені даними з різних джерел. Наприклад, один дослідницький проект може легко мати сотні годин відеоінтерв'ю або сотні сторінок даних відкритих запитань опитування. Робота з неструктурованими даними часто займає тижні, щоб опрацювати їх і перетворити на корисну інформацію. Штучний інтелект може вийти за рамки простого виділення ключової теми чи почуття, а фактично взяти до уваги всі дані та створити підсумковий звіт за лічені секунди [8].

Запорукою відмінного обслуговування клієнтів є надання їм швидкої та індивідуальної підтримки. Багато компаній спрямовують людей на автоматизовані служби підтримки клієнтів, щоб заощадити час і ресурси. Хоча дане рішення може здатися знеособленим та без емоційним, насправді скорочується час очікування та підвищується задоволеність клієнтів, допомагаючи швидше вирішувати їхні проблеми. Автоматизуючи ці та інші повсякденні завдання, представники служби підтримки клієнтів мають час зосередитися на вирішенні більш складних проблем клієнтів і забезпеченні задоволення їх потреб.

Ще однією перевагою ШІ в обслуговуванні клієнтів є прогнозна аналітика, яка дозволяє компаніям краще розуміти майбутню поведінку та потреби клієнтів на основі минулого досвіду. Це може надати цінний зворотний зв'язок, який також може призвести до майбутніх вдосконалень продукту та інновацій. Хоча існує потенціал для оптимізації процесів за допомогою штучного інтелекту, керівники також можуть використовувати його для кращого висвітлення ключових тем, пов'язаних із послугами, а також для надання кращої інформації та вказівок членам команди, які залучають клієнтів, що призведе до швидшого вирішення проблем і стимулювання довгострокової лояльності [5].

Незважаючи на зростаючий інтерес до штучного інтелекту в маркетингу, він залишається відносно новою сферою. Останнім часом, з'явилося кілька серйозних спроб класифікувати машинне навчання та штучний інтелект у маркетингу. У спільному дослідженні з Deloitte, Девенпортом і Ронанкі, були вивчені проекти когнітивних технологій штучного інтелекту, які використовують системи на основі штучного інтелекту в різних бізнес-функціях і процесах. Зокрема, дослідження дозволило Девенпорту класифікувати програми штучного інтелекту за трьома категоріями:

1. Робототехніка та когнітивна автоматизація, яка спрямована на автоматизацію адміністративних і фінансових завдань бек-офісу за допомогою роботизованої автоматизації процесів.
2. Когнітивні ідеї, спрямовані на пошук шаблонів у даних і перетворення їх у корисні знання за допомогою алгоритмів машинного навчання.
3. Cognitive Engagement (когнітивне залучення), яке спрямоване на взаємодії зі споживачами завдяки чат-ботам, інтелектуальним агентам і машинному навчанню. Інші спроби систематизувати застосування штучного інтелекту та машинного навчання в маркетингу забезпечують більш загальні класифікації на основі маркетингових стратегій, сегментації [7].

Відповідно, маркетингологи та менеджери можуть використовувати нейромережі для покращення трьох стратегічних напрямків: сегментації, таргетингу та позиціонування. Прикладом застосування ML у цій схемі є персоналізована реклама. Інтелектуальний аналіз даних може допомогти визначити сегменти, відкриваючи закономірності, які людська інтуїція та досвід не виявили б. Маркетингові 4Ps, або «маркетинговий мікс», спочатку запропонований Маккарті в 1960 році, є концептуальною структурою, що стосується чотирьох напрямів маркетингових зусиль: продукт, ціна, місце та просування. Ярек і Мазурек провели аналіз багатьох прикладів застосування ШІ в маркетингу, показавши, як приклади відображають комплекс маркетингу. Ярек наводить приклади застосування штучного інтелекту в гіперперсоналізації, автоматичних рекомендаціях і розробці нових продуктів. Технології штучного інтелекту також використовуються для цінових дій для автоматизації платежів (наприклад, Apple Pay, Google Pay, PayPal), а нейромережі здатні динамічно коригувати ціни, враховуючи вибір споживачів, дії конкурентів і параметри пропозиції. Що стосується цінових дій, процеси роздрібної торгівлі можна оптимізувати за допомогою Інтернету речей (IoT), а зовнішню присутність можна автоматизувати за допомогою цілодобових чат-ботів для обслуговування споживачів. Технології штучного інтелекту можуть автоматизувати дії в багатьох маркетингових каналах, таких як маркетинг у соціальних мережах, мобільний маркетинг і оптимізація пошукових систем, автоматизація рекламного медіапланування, дослідження ключових слів, призначення ставок у реальному часі та націлювання на соціальні мережі.

Хуанг і Руст створили цікаву класифікацію програм штучного інтелекту, поєднавши комплекс маркетингу і численні інтелектуальні механізми нейромереж: механічний штучний інтелект, штучний інтелект мислення та штучний інтелект відчуття. Перший рівень інтелекту, механічний AI, передбачає автоматизацію стандартних процесів; штучний інтелект мислення займається обробкою даних для надання інформації, яка підтримує прийняття рішень і допомагає отримати конкурентну перевагу; ШІ відчуття передбачає двосторонню взаємодію з людьми, аналіз потреб та емоцій споживачів [3].

Усі попередні спроби систематизувати знання штучного інтелекту та машинного навчання в маркетингу запропонували хороші теоретичні основи для додатків, орієнтованих на споживача, щодо споживчого досвіду та персоналізованих комунікацій. Однак, відсутня повна оцінка з точки зору стратегічного маркетингу з практичними випадками використання.

Хоча використання штучних нейронних мереж в цифровому маркетингу має багато переваг, проте існує також ряд недоліків, загроз та спірних питань пов'язаних з технологіями штучного інтелекту.

Однією з найбільших проблем, пов'язаних зі ШІ в цифровому маркетингу, є потенційна втрата робочих місць. Оскільки штучний інтелект стає більш досконалим, він, імовірно, замінить багато маркетингових ролей, які зараз виконують люди. Це включає такі завдання, як аналіз даних, створення контенту та навіть обслуговування клієнтів. Хоча штучний інтелект можна використовувати для

покращення виконання цих завдань і підвищення ефективності, він також має потенціал повністю замінити людей.

Інше занепокоєння, пов'язане з ШІ в маркетингу, – це відсутність прозорості. Оскільки штучний інтелект використовується для прийняття рішень щодо маркетингових кампаній, може бути важко зрозуміти, як ці рішення приймаються. Через це може бути складно виявити будь-які упередження чи помилки в системі та переконатися, що технологія використовується етично. Наприклад, штучний інтелект можна використовувати для націлювання на певні групи людей на основі їх демографічних показників або історії веб-перегляду. Якщо алгоритм, який використовується для прийняття цих рішень, є упередженим або хибним, це може призвести до дискримінації певних груп людей. Без прозорості може бути важко виявити та виправити ці проблеми.

Викликає занепокоєння конфіденційність та безпека даних. Оскільки ШІ використовується для збору та аналізу великих обсягів даних, існує ризик того, що ці дані можуть бути скомпрометовані. Це включає особисту інформацію, таку як історія веб-перегляду, поведінку при покупці, і навіть конфіденційну інформацію, таку як історія хвороби або фінансові дані. Якщо ці дані потраплять у чужі руки, вони можуть бути використані для нечесних цілей, таких як крадіжка особистих даних, шахрайство або навіть кібератаки. Оскільки штучний інтелект стає все більш поширеним, підприємствам важливо вживати заходів для захисту даних своїх клієнтів і гарантувати їх етичне використання.

Штучний інтелект у цифровому маркетингу також може спричинити непередбачені наслідки. Коли алгоритми штучного інтелекту стануть більш досконалішими, вони можуть почати приймати рішення, які знаходяться поза контролем людей. Це може призвести до небажаних результатів, наприклад, націлення на неправильну аудиторію, створення образливого чи неприйняттого вмісту або навіть прийняття рішень, які завдадуть шкоди бізнесу чи його клієнтам. Наприклад, алгоритм штучного інтелекту можна використовувати для створення контенту для маркетингової кампанії. Якщо алгоритм запрограмований неправильно, він може створити образливий або невідповідний для цільової аудиторії вміст. Це може завдати шкоди репутації підприємства та призвести до негативних наслідків.

Оскільки штучний інтелект стає все більш прогресивним і широко поширеним, важливо, щоб компанії переконалися, що технологія використовується етично. Один із способів вирішення проблем, пов'язаних із штучним інтелектом у цифровому маркетингу, – це віддати пріоритет прозорості та підзвітності. Це включає в себе відкритість щодо того, як використовується штучний інтелект, надання чітких пояснень щодо того, як приймаються рішення, і забезпечення того, що дані збираються та використовуються етично та відповідально. Це може допомогти зміцнити довіру клієнтів і зацікавлених сторін і пом'якшити деякі занепокоєння щодо ШІ [6].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Високотехнологічні рішення, такі як штучні нейронні мережі, стають все більш популярними у цифровому маркетингу. Дані технології можуть бути використані в різних напрямках цифрового маркетингу, включаючи аналіз даних, прогнозування, персоналізацію та автоматизацію процесів. Вони можуть допомогти маркетологам отримувати точніші та зручніші дані, а також ефективніше здійснювати вплив на аудиторію.

Проте, використання штучних нейронних мереж також супроводжується викликами та проблемами, такими як складність розуміння та оптимізації алгоритмів, а також важкість управління моделями та вихідними даними. Для досягнення успіху в цифровому маркетингу з використанням штучних нейронних мереж, необхідно поєднувати нові технології з глибоким розумінням своєї аудиторії та використовувати це знання для вдосконалення стратегій маркетингу. Маркетологи, які зможуть успішно поєднувати технічні навички та здібності з інтуїцією та знаннями про своїх клієнтів, матимуть суттєву перевагу на ринку.

Література

1. Davenport T., Guha A., Grewal D. How to Design an AI Marketing Strategy. URL: <https://hbr.org/2021/07/how-to-design-an-ai-marketing-strategy>
2. Davenport, T., Guha, A., Grewal, D. et al. How artificial intelligence will change the future of marketing. J. of the Acad. Mark. Sci. 48, 24–42 (2020). URL: <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00696-0>
3. Huang M.H., Rust R.T. A strategic framework for artificial intelligence in marketing. J. of the Acad. Mark. Sci. 49, 30–50 (2021). URL: <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
4. JOSHI N. The evolution of neural networks. URL: <https://www.allerin.com/blog/the-evolution-of-neural-networks>
5. Ramyalg J. Artificial Intelligence in Marketing: Boost the Growth in 2023. URL: <https://mobidev.biz/blog/artificial-intelligence-ai-marketing-use-cases>
6. The dark side of AI in digital marketing: risks and challenges to consider. URL: <https://dreamentia.com/the-dark-side-of-ai-in-digital-marketing-risks-and-challenges-to-consider-2/>

7. Де Мауро А., Сестіно А. і Бакконі А. Використання машинного навчання та штучного інтелекту в маркетингу: загальна систематика. італ. Дж. Марк. 2022 , 439–457 (2022). URL: <https://doi.org/10.1007/s43039-022-00057-w>
8. Лонго Дж. Штучний інтелект: благо чи прокляття? URL: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2023/04/03/artificial-intelligence-a-blessing-or-a-curse/?sh=58e600e16887>
9. Нейронна мережа: архітектура, компоненти та найкращі алгоритми. URL: <https://www.upgrad.com/blog/neural-network-architecture-components-algorithms/>

References

1. Davenport T., Guha A., Grewal D. How to Design an AI Marketing Strategy. URL: <https://hbr.org/2021/07/how-to-design-an-ai-marketing-strategy>
2. Davenport, T., Guha, A., Grewal, D. et al. How artificial intelligence will change the future of marketing. J. of the Acad. Mark. Sci. 48, 24–42 (2020). URL: <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00696-0>
3. Huang M.H., Rust R.T. A strategic framework for artificial intelligence in marketing. J. of the Acad. Mark. Sci. 49, 30–50 (2021). URL: <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
4. JOSHI N. The evolution of neural networks. URL: <https://www.allerin.com/blog/the-evolution-of-neural-networks>
5. Ramyalg J. Artificial Intelligence in Marketing: Boost the Growth in 2023. URL: <https://mobidev.biz/blog/artificial-intelligence-ai-marketing-use-cases>
6. The dark side of AI in digital marketing: risks and challenges to consider. URL: <https://dreementia.com/the-dark-side-of-ai-in-digital-marketing-risks-and-challenges-to-consider-2/>
7. De Mauro А., Sestino А. і Bakkoni А. Vykorystannia mashynnoho navchannia ta shtuchnoho intelektu v marketynhu: zahalna systematyka. ital. Dzh. Mark. 2022 , 439–457 (2022). URL: <https://doi.org/10.1007/s43039-022-00057-w>
8. Lonho Dzh. Shtuchnyi intelekt: blaho chy prokliattia? URL: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2023/04/03/artificial-intelligence-a-blessing-or-a-curse/?sh=58e600e16887>
9. Neironna merezha: arkhitektura, komponenty ta naikrashchi alhorytmy. URL: <https://www.upgrad.com/blog/neural-network-architecture-components-algorithms/>

Павло ІЖЕВСЬКИЙ

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

<https://orcid.org/0000-0001-6457-399X>e-mail: p_izhevskiy@univer.km.ua

Богдан ГНАТИК

Приватний вищий навчальний заклад «Європейський університет»

МЕТОДИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНІЙ СФЕРІ

У дослідженні актуалізовано увагу до проблематики менеджменту процесів інвестиційно-інноваційного розвитку суб'єктів господарювання. Метою дослідження визначено формування методико-прикладного забезпечення обґрунтування управлінських рішень в сфері інвестиційно-інноваційного розвитку суб'єктів господарювання. Показано, що відновлення та подальше зміцнення конкурентних позицій, підвищення соціально-економічної ефективності господарювання підприємств потребує більш активного і системного впровадження інновацій. Зроблено висновок, що однією з найважливіших передумов інноваційної діяльності є її фінансове, зокрема інвестиційне забезпечення. Показано, що обґрунтування теоретико-методичного та прикладного базису обґрунтування та ухвалення управлінських рішень у сфері інвестування в інноваційний розвиток підприємств набуває високої актуальності. Вказано на все ще відсутність повноцінної методики обґрунтування управлінських рішень у царині інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств. Встановлено, що застосування інвестиційно-інноваційного підходу до розвитку підприємств, під яким розуміється специфічний тип прийняття стратегічних управлінських рішень в сфері функціонування та розвитку, що дозволяє скерувати бізнес-процеси на нові більш ефективні параметри, охоплювати всі аспекти діяльності підприємства і забезпечувати їх покращення на інноваційних засадах, на сьогодні стає все більш безальтернативним. Обґрунтовано, що в цілях забезпечення достатньої варіативності інноваційних підходів до розвитку слід застосовувати класифікацію їх типів з її доповненням підходами за такими класифікаційними ознаками, як конкурентні позиції на ринку інновацій, цільова орієнтація фінансування інноваційної діяльності, її напрями, типи інноваційної політики, функціональні сфери впровадження інновацій.

Ключові слова: інвестиційно-інноваційна діяльність, розвиток, ефективність, активізація, обґрунтування управлінських рішень, методичні підходи.

Pavlo IZHEVSKYI

Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law

Bohdan HNATYK

Private Higher Educational Establishment «European University»

METHODOLOGICAL JUSTIFICATION OF MANAGEMENT DECISIONS IN THE INVESTMENT AND INNOVATION SPHERE

In the study, attention is updated to the issues of management of the processes of investment and innovation development of business entities. The purpose of the research is to form methodological and applied support for the justification of management decisions in the field of investment and innovation development of economic entities.

It is shown that the restoration and further strengthening of competitive positions, increasing the social and economic efficiency of enterprise management requires a more active and systematic introduction of innovations. It was concluded that one of the most important prerequisites for innovative activity is its financial, in particular, investment support. It is shown that the substantiation of the theoretical-methodical and applied basis for the justification and adoption of management decisions in the field of investing in the innovative development of enterprises is becoming highly relevant. It is pointed out that there is still a lack of a full-fledged methodology for justifying management decisions in the field of investment and innovation development of enterprises.

It has been established that the application of the investment-innovation approach to the development of enterprises, which means a specific type of strategic management decision-making in the field of operation and development, which allows directing business processes to new, more effective parameters, covering all aspects of the enterprise's activities and ensuring their improvement in innovative ways principles, today it is becoming more and more irreplaceable.

It is substantiated that in order to ensure a sufficient variability of innovative approaches to development, the classification of their types should be applied, supplemented by approaches based on such classification features as competitive positions on the innovation market, the target orientation of financing of innovative activity, its directions, types of innovation policy, functional areas of innovation implementation.

The applied value of the research results lies in the formation of a qualitative system of substantiation of management decisions at domestic enterprises through the implementation of an investment-innovation mechanism for supporting investment-innovation activities, which consists of a set of methods and tools for investment support for innovative development based on the use of internal and external financial and investment assets, institutional basis, organizational and information support.

The scientific novelty of the research results lies in the identification of methods (forecasting and planning, budgeting, analysis, scenario modeling, regulatory and balance analysis, controlling, auditing, monitoring and technology outsourcing) and tools (normative regulation, economic incentives, standardization, reporting, informing, automated management and programming) investment support for innovative development of business entities.

Keywords: investment and innovation activity, development, efficiency, activation, justification of management decisions, methodical approaches.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Зміни, характерні для сучасного етапу розвитку національного господарства України (посилення глобалізаційних та євроінтеграційних процесів, входження на внутрішній ринок провідних міжнародних суб'єктів бізнесу, інвестування зарубіжного капіталу та посилення конкуренції і концентрації, ускладнення господарювання традиційних підприємств в умовах переходу до організації бізнес-процесів на засадах широкого застосування інформаційних та Інтернет-технологій, електронних засобів комунікацій та розрахунків), об'єктивно чи не в першу чергу позначилися саме на функціонуванні малих і середніх підприємств. Наслідком цього стали втрати позицій вітчизняних підприємств на внутрішньому споживчому ринку, посилення імпортозалежності, погіршення якості обслуговування населення та реалізації вітчизняними підприємствами їх базових соціальних і економічних функцій.

Відновлення та подальше зміцнення конкурентних позицій, підвищення соціально-економічної ефективності господарювання підприємств потребує більш активного і системного впровадження інновацій. Але однією з найважливіших передумов інноваційної діяльності є її фінансове, зокрема інвестиційне забезпечення. Таким чином обґрунтування теоретико-методичного та прикладного базису обґрунтування та ухвалення управлінських рішень у сфері інвестування в інноваційний розвиток підприємств набуває високої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Достатньо високий рівень конкуренції на внутрішньому ринку, а також системна нестабільність зовнішнього середовища актуалізують проблему обґрунтування теоретичних засад і прикладних рекомендацій відносно розробки і застосування нових сучасних та ефективних механізмів й інструментів інноваційного менеджменту підприємств. Ці та інші актуальні аспекти розкрито у публікаціях таких науковців, як О. Диба [1,с.111-118], О. Кваша [2,с.150-154], А. Ковпака [3], В. Смесова, І. Іщенко [10,с.76-82], Р. Лупак, Б. Мізюк, В. Зайченко [14,с.70-88] та ін.

Дослідження методичних підходів, механізмів та засобів впровадження інновацій на підприємствах достатньо системно опрацьовані такими дослідниками, як М. Крупка, Н. Демчишак [4,с.47-64], В. Фоміних, Д. Безпалова, А. Довгопола [11,с.61-64], Л. Чех, О. Корогодова [12], Р. Лупак, М. Куницька-Іляш, Я. Березівський [14,с.1785-1798] та ін.

Проблеми формування інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку підприємств та шляхи їх вирішення стали предметом наукових досліджень таких авторів, як М. Крупка, М. Руцишин [5,с.85-94], Р. Лупак, І. Польова, В. Васильців [6,с.88-92], О. Малій [7,с.71-74], Н. Рибалко [8,с.27-29], І. Рудченко [9,с.16-19].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Невирішеною частиною аналізованої проблеми залишається саме методика обґрунтування управлінських рішень у царині інвестиційно-інноваційного розвитку підприємств.

Формулювання цілей

Метою статті є формування методико-прикладного забезпечення обґрунтування управлінських рішень в сфері інвестиційно-інноваційного розвитку суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу

Розвиток українських підприємств є динамічним процесом, який відбувається в умовах конкуренції, постійних інституційних змін, пошуку фінансового забезпечення та залучення і обслуговування інвестиційних ресурсів, обмеженого платоспроможного попиту. Відповідно, суб'єкти господарювання змушені виявляти і вживати заходи, спрямовані на підвищення ефективності організації та управління економічним потенціалом, покращення товароруху, логістики та складування товарів, посилення співробітництва з суб'єктами зовнішнього середовища, покращення взаємовідносин з покупцями. Ці завдання можна більш успішно вирішувати шляхом впровадження інноваційних підходів до розвитку та формування конкурентних позицій. Таким чином, зростання інноваційності є об'єктивною необхідністю підвищення рівня здатності господарюючого суб'єкта витримувати конкуренцію у цільовому сегменті споживчого ринку, важливою передумовою функціонування та однією з основних характеристик стану сформованості та збалансованості його економічного потенціалу.

В науковій економічній літературі поняття «інноваційного продукту» в основному характеризується як результат імплементації суб'єктом господарювання науково-дослідної роботи у інвестиційно-інноваційну діяльність. Це поняття використовується і у вітчизняній законодавчій базі та засвідчує процес реалізації суб'єктом господарювання інвестиційного проекту і впровадження технологічних інновацій. Важливо, що рішення про кваліфікування продукту як інноваційного приймає не окремий суб'єкт господарювання, а центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері інноваційної діяльності за результатами експертизи. Звичайно, що це ускладнює процес звітування підприємствами про обсяги та ефективність їх інноваційної діяльності.

Інноваційний продукт для підприємств з одного боку є найвищим етапом у пошуку та налагодженні товарно-комерційних відносин з цільовою групою споживачів, а з іншого – забезпечує комерціалізацію та правову захищеність результатів інтелектуальної власності. Таким чином, проблему розвитку підприємства пропонується вирішувати, виходячи з впровадження єдиного інноваційного підходу до створення та виведення на ринок продуктових інновацій. Існує взаємозалежність категорій «інноваційний процес», «інноваційний продукт» та «інноваційний підхід». Крім того, їх поєднання науковцями забезпечує більшу широту та диверсифікованість інноваційного розвитку підприємств.

Необхідно зауважити, що у науковій літературі виділяють різні типи інноваційних підходів до розвитку підприємства. Так, з огляду на стан конкурентоспроможності суб'єкта господарювання виділяються інноваційні підходи з ціллю збереження або зміни конкурентних позицій на ринку. Якщо підприємство динамічно покращує результати інвестиційної діяльності, має задовільний фінансово-економічний стан, ефективно використовує основні та оборотні активи, не передбачаються зміни в конкурентній позиції та загалом задовольняються потреби цільової групи споживачів, то на певний період часу немає гострої потреби осучаснювати та змінювати загальну схему функціонування всіх бізнес-процесів; впровадження інновацій залежить від активності і підтримки інноваційної діяльності підприємствами-конкурентами. Але такий інноваційний підхід не вірний та будь-якому підприємству слід систематично працювати над створенням і відображенням інновацій. Звичайно, масштаби такої діяльності залежать від фінансових можливостей.

Вважаємо доречнішим підхід, за якого виділяються такі рівні конкурентоспроможності суб'єкта господарювання в системі організації та управління інноваційною діяльністю, як (1) домінуючий, що забезпечує можливість впливу на ринок в цілому, (2) сильний, який полягає в можливості диктувати свої умови ринку і впливати на конкурентне середовище, (3) сприятливий, за якого створюється передумова отримання вигідних умов продажу товарів і надання послуг та забезпечується можливість розширення товарно-грошових відносин у цільовому ринковому сегменті, (4) надійний, який залежить від ефективності інвестиційного забезпечення та характеризує можливість адаптації до коливань споживчого ринку.

З огляду на фінансові результати розвитку підприємства передбачається використання інновацій стосовно приросту суми доходів, чистого прибутку, активів, вартості (цінності), фінансової стійкості. Так, приріст доходу буде відбуватись за рахунок створення та виведення на ринок продуктових інновацій, чистого прибутку та перевищення суми доходу від впровадження інновацій над витратами. Водночас, збільшення суми активів безпосередньо залежить від суми доходу як джерела фінансування поточних витрат і реінвестованої суми чистого прибутку, приріст вартості (цінності) – від збільшення суми активів та покращення репутації на ринку; підтримка і зростання фінансової стійкості будуть пов'язані з процесами організації «портфельного підходу» до бюджетування інновацій, підвищення інноваційної активності інструментами фінансового інжинірингу та раціонального планування грошових потоків. Метою управління інноваційною діяльністю в даному аспекті стає підвищення ефективності функціонування підприємства на конкретному споживчому ринку або в його сегменті. Відтак, науковцями розглядається впровадження інноваційного підходу з огляду на зростання рентабельності комерційної діяльності та частки підприємства на ринку.

Ще ширшим, а через це і практичнішим є підхід, за якого інноваційний розвиток підприємства передбачає впровадження таких типів інновацій, як (1) радикальні (значні зміни у сфері комп'ютерно-інформаційних технологій продажу товарів, що створюють нове джерело конкурентних переваг та змінюють бізнес-модель підприємства), (2) покрокові (послідовне створення оптимальних умов придбання товарів для споживачів, для яких характерна незначна технологічна еволюція), (3) соціальні (незначні зміни видів та схем обслуговування покупців при вельми чуттєвій еволюції їх купівельних можливостей, потреб та звичок), (4) технічні (незначні зміни в організації торгово-технологічного процесу), (5) революційні (заміна старих схем техніко-технологічного процесу новими, здатними зміцнювати існуючі партнерські відносини з суб'єктами зовнішнього інституційного середовища), (6) локальні (нововведення, що утворюються всередині конкретного суб'єкта господарювання чи цільового сегменту ринку), (7) архітектурні (формування нових комерційних відносин та технологій складування товарів, а також представлення товарів потенційному покупцеві). Таким чином, науковець у інноваційний підхід закладає стратегічні засади розвитку роздрібного торговельного підприємства в межах торгово-технологічного, соціального, маркетингового напрямів.

Простежується чіткість висновків того, що тенденції до відкритості інноваційної діяльності стають невід'ємною рисою розвитку суб'єктів господарювання в конкурентному середовищі. Відтак, науковці схильні до поступового переходу підприємств від так званого закритого до відкритого типу інноваційного розвитку. На відміну від закритого типу відкритий інноваційний підхід характеризується значно ширшою диверсифікованістю джерел інвестиційного забезпечення, поліфункціональністю організаційних форм інноваційної діяльності, коопераційною стратегією виходу на ринок інновацій, синергетичним ефектом від їх впровадження, активною співпрацею з науково-дослідними установами при формуванні та використанні інтелектуального потенціалу.

Більше того, окремі науковці притримуються думки, що для суб'єкта господарювання більш доречно поєднувати декілька стратегічних напрямів у визначенні зорієнтованості інноваційного підходу до

розвитку. Зокрема, виділяються такі напрями інноваційного розвитку підприємств, як (1) системний (основною вимогою є необхідність комплексного дослідження ефективності інноваційно-інноваційної діяльності у сукупності з інституційними чинниками конкурентного середовища, в якому функціонує, розвивається та адаптується підприємство), (2) програмно-цільовий (передбачає розгляд процесів інституалізації співробітництва підприємства з науково-дослідними та навчальними організаціями, розвитку інтелектуальної творчої та інноваційної діяльності персоналу), (3) функціональний (орієнтирами інноваційної діяльності є покращення якості системи організації та управління фінансово-інвестиційним потенціалом, підвищення ефективності використання внутрішньої і зовнішньої інвестиційно-інноваційної інфраструктури). Таким чином, науковець розглядає інноваційний підхід до розвитку підприємств через сукупність інфраструктурного, інституційного, торгово-технологічного напрямів його забезпечення. Звісно, активізація інноваційного розвитку одночасно за кількома напрямками збільшує конкурентні переваги суб'єкта господарювання, але, на наш погляд, це потребує значних капітальних вкладень, які в умовах складного доступу до суб'єктів інвестиційної інфраструктури та інституційних інвесторів залишаються недостатніми та надмірно вартісними. Відтак, такий інноваційний підхід є малопривабливий для практичного використання на підприємствах.

Інноваційний розвиток підприємств повинен відбуватись на основі раціоналізації технологічних процесів, що передбачає запровадження брендінг-технологій («rfid», «psa», «private label»), системи електронного продажу товарів і обслуговування споживачів через інтернет-мережу, покращення роботи із споживачами через використання дисконтних програм, програм лояльності, CRM-системи. Однак, діяльність підприємств у більшій мірі залежить від вподобань та потреб цільової групи споживачів, які постійно змінюються і до яких необхідно адаптуватись. Відтак, для комерційних суб'єктів актуальними стають питання маркетингової підтримки інноваційного розвитку, що включає здійснення комплексу заходів забезпечення та підтримання високого рівня лояльності споживача. Відзначимо, що в економічній літературі на сьогодні немає єдиного підходу щодо вибору підприємствами маркетингових стратегій інноваційного розвитку. Тут, хіба можна скористатися результатами досліджень, у яких виділяються такі напрями інноваційного розвитку як ринкового лідера (інновації стосуються розширення місткості ринку, підвищення ринкової частки за існуючої місткості ринку, захисту конкурентних позицій), претендента на лідерство (підвищується інноваційність торгово-технологічних процесів, де ступінь задоволення потреб споживачів конкурентами є низьким), ринкового послідовника (використання (пряме копіювання) маркетингових інновацій лідера чи претендента на лідерство у власній комерційній діяльності), новатора (посилення диференціації та розширення сфери інноваційної діяльності).

Продовженням наукової думки щодо вивчення інноваційних підходів до розвитку підприємства на засадах маркетингової підтримки є результати теоретичних пошуків, де доводиться, що у процесі розроблення маркетингових заходів потрібно враховувати те, що не всі покупці однаково сприймають інновації. При цьому науковець за готовністю придбати інноваційні товари чи скористатись новими торговельними послугами потенційних споживачів умовно розділяє на новаторів, лідерів, скептиків, консерваторів і, таким чином, характеризує вибір суб'єктами господарювання інноваційних підходів до функціонування та розвитку.

З огляду на особливості інноваційної діяльності впровадження інноваційного підходу до розвитку суб'єкта господарювання також залежить від способів впровадження інноваційних розробок. Так, упровадження інновацій на підприємствах повинно відбуватись такими способами: фундаментальним (ухвалюються нові управлінські рішення в торгово-технологічному, інституційно-правовому та соціальному вимірі); рекомбінованим (запроваджується система управління фінансово-інвестиційним капіталом, спрямована на підвищення ринкової вартості комерційних об'єктів, зменшення інвестиційних ризиків, мінімізацію невизначеності в бізнес-процесах); модифікованим (відбувається удосконалення системи управління та покращення комерційних взаємовідносин із суб'єктами виробничого та логістично-постачальницького сектору).

Таким чином, науковці відзначають важливість налагодження комплексної системи управління інноваційними процесами, яка буде включати усі напрями розвитку підприємства, забезпечуватиме його динамічний розвиток та зміцнення конкурентних позицій, наголошуючи на важливості інкрементального способу реалізації інноваційного підходу до розвитку підприємства. Втім, часто інновації є поодинокими та не мають достатнього поширення на всіх об'єктах бізнесу чи рівнях управління господарською діяльністю. Такі інновації більше стосуються окремого бізнес-процесу, для того, щоб підвищити інноваційність його організації.

Погоджуємось, що у визначенні інноваційних підходів до розвитку підприємства важливо звернути увагу на функціональні особливості його інвестиційно-інноваційної діяльності. Так, виділяються такі інноваційні підходи, як (1) продуктовий, який передбачає виведення на ринок товарів або торговельних послуг, що є новими чи значно поліпшеними за їх властивостями або способами використання, (2) процесний, за якого впроваджуються сучасні технічні засоби управління торгово-технологічними процесами, нові підходи до товароруху, логістики та складування товарів, (3) маркетинговий з впровадженням нових методів продажу товарів, включаючи значні зміни в дизайні або упаковці,

складуванні, просуванні на ринок або ціновій політиці, що спрямовані на підвищення якості задоволення потреб споживача, (4) організаційний, який передбачає застосування нових бізнес-моделей для удосконалення організаційно-управлінської структури та покращення системи управління партнерськими відносинами з суб'єктами зовнішнього фінансово-інституційного середовища. За іншого підходу виокремлюються такі інноваційні підходи до розвитку підприємства, як (1) ринковий, що передбачає створення локальних коопераційних об'єднань та інтегрованих торговельних інноваційних систем, (2) торгово-технологічний, параметри якого характеризують стан використання сучасних прогресивних технологій, видів і схем продажу товарів та обслуговування покупців, (3) соціально-економічний, за якого розробляються та реалізуються програми соціальної відповідальності, розвитку інтелектуальної творчої та інноваційної діяльності персоналу, комерціалізації та правової захищеності результатів інтелектуальної власності. Відзначимо практичне значення таких підходів, які раціонально виділяють напрями активізації, пріоритети та критерії інвестиційно-інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, оптимально формують функціональні складові забезпечення його розвитку, що дозволяє найбільш комплексно декомпонувати систему управління з удосконалення організації такої діяльності.

Упровадження суб'єктами господарювання інноваційних підходів до функціонування та розвитку є неперервним, детально спланованим процесом, який формує методи та засоби управління інноваціями, дозволяє підпорядкувати їх впровадження інновацій загальним цілям, перетворюючи інтенсивне впровадження інноваційних бізнес-ідей у фактор економічного зростання. При цьому основою успіху інноваційної діяльності стає вибір ефективної стратегії інноваційного розвитку. Так, з огляду на стратегічні засади інноваційної політики окремі науковці розрізняють такі інноваційні підходи до розвитку суб'єктів господарювання, як активно наступальний, помірно наступальний, захисний та поглинаючий; авангардний, імітаційний, наступальний, оборонний; опортуністичний, імітаційний, захисний, поглинальний, наступальний, авангардний, упереджувачого маневру; силовий, нішовий, комутантний, експлерентний; розбійничий, наступальний, захисний, ліцензійний, створення нового ринку, проміжний; самостійного виробництва інновацій, «відставання з мінімальними витратами», «швидкий другий», «заповнення пробілів». Виокремленні інноваційні підходи володіють схожими характеристиками, описують інколи незначні відмінності інноваційної діяльності підприємства з позиції активної чи пасивної інноваційної політики, відношення до ризиків та наявної стратегічної позиції на ринку, характеру радикальних нововведень. Відповідно, важливим кроком вибору базового варіанту інноваційного підходу до розвитку роздрібного торговельного підприємства є визначення функціональних завдань його ефективного впровадження.

Для збереження власної конкурентної позиції та зменшення ризику фінансових втрат керівництву підприємств доцільно обрати оборонний тип інноваційної політики. Водночас, ефективне використання інвестиційного потенціалу, конкурентного досвіду та динамічне зростання цільового сегмента ринку передбачає наступальна інноваційна політика, а для об'єднання окремих стратегічних пріоритетів чи напрямів з врахуванням товарної кон'юнктури ринку варто використовувати комбінований інноваційний підхід.

Звернімо увагу на те, що впровадження підприємствами інноваційних підходів на окремих етапах розвитку чи залежно від поточних цілей, спеціалізації, розмірів, формату виробничо-торговельних об'єктів тощо об'єктивно змінює акценти функціонування. Тому потрібно усвідомлювати розлогу класифікацію інноваційних підходів до розвитку підприємства (рис. 1).

При цьому, кожен із інноваційних підходів має характеристики, різноманітність та багатогранність яких комплексно охоплюють бізнес-процеси, а доцільність їх запровадження визначає механізми, засоби та інструменти активізації інноваційного розвитку суб'єкта господарювання.

Підприємства можуть обирати різні інноваційні підходи до власного розвитку, при цьому, їх впровадження повинно опиратись на конкурентні позиції на ринку інновацій, цільові орієнтири фінансування інноваційних бізнес-процесів, види інноваційних змін, напрями зорієнтованості інноваційної діяльності, рівень маркетингової підтримки інноваційних процесів, способи, функціональні сфери та типи впровадження інновацій.

Таким чином, досягнення мети інвестиційно-інноваційного розвитку потребує реалізації диференційованих підходів, які одночасно охоплюватимуть усі пріоритетні напрями діяльності суб'єкта господарювання. У такому разі постає необхідність розгляду механізму та його складових елементів забезпечення інвестиційно-інноваційного розвитку підприємства.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Інноваційний шлях функціонування і інтенсивного (більш якісного в порівнянні з екстенсивним) розвитку є безальтернативним. Поступ підприємства на інвестиційно-інноваційних засадах є сукупністю організаційно-інституційних, економічних, товарних та соціально-психологічних змін у системі формування та реалізації управлінських рішень, що дозволяє досягти вищих фінансово-економічних результатів, посилити коопераційні форми співробітництва, забезпечити вертикально-горизонтальну інтеграцію, диверсифікувати форми і формати виробництва, збуту і торгівлі та створити, впровадити і комерціалізувати необхідні види, типи та форми інновацій.

Застосування інвестиційно-інноваційного підходу до розвитку підприємств, під яким розуміється специфічний тип прийняття стратегічних управлінських рішень в сфері функціонування та розвитку, що дозволяє скерувати бізнес-процеси на нові більш ефективні параметри, охоплювати всі аспекти діяльності підприємства і забезпечувати їх покращення на інноваційних засадах, на сьогодні стає все більш безальтернативним. В цілях забезпечення достатньої варіативності інноваційних підходів до розвитку слід застосовувати класифікацію їх типів з її доповненням підходами за такими класифікаційними ознаками, як конкурентні позиції на ринку інновацій, цільова орієнтація фінансування інноваційної діяльності, її напрями, типи інноваційної політики, функціональні сфери впровадження інновацій.

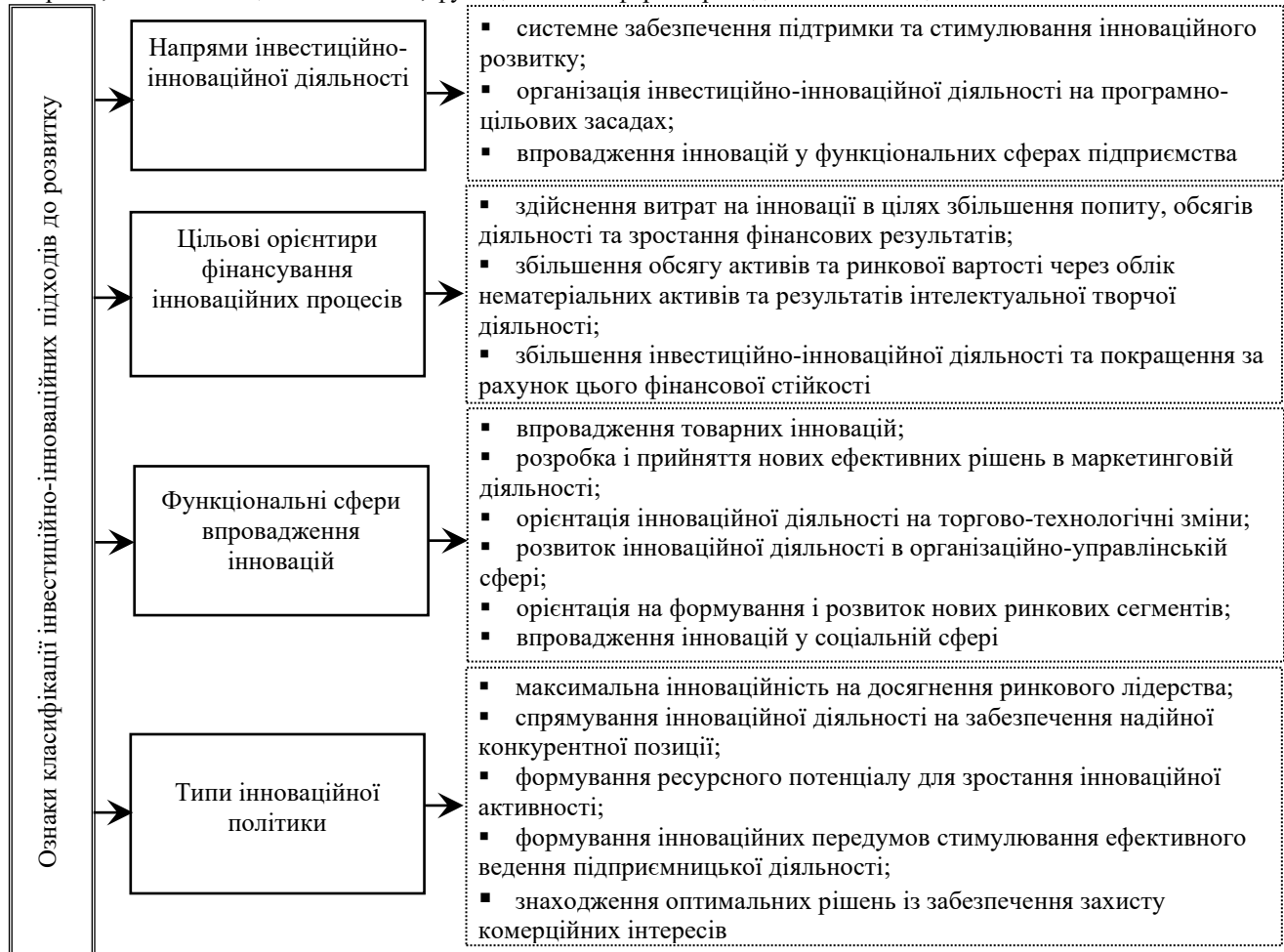


Рис. 1. Класифікація інвестиційно-інноваційних підходів до розвитку підприємства

Джерело: авторська розробка

З метою формування якісної системи обґрунтування управлінських рішень на вітчизняних підприємствах необхідно впровадити відповідний інвестиційно-інноваційний механізм підтримки інвестиційно-інноваційної діяльності, що складається із сукупності методів та інструментів інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку на основі використання внутрішніх та зовнішніх фінансово-інвестиційних активів, інституційного базису, організаційного й інформаційного забезпечення. Головними аспектами механізму є методи (прогнозування і планування, бюджетування, аналізу, моделювання сценаріїв, нормативного і балансового аналізу, контролінгу, аудиту, моніторингу й аутсорсингу технологій) та інструменти (нормативне регулювання, економічне заохочення, стандартування, звітування, інформування, автоматизоване управління та програмування) інвестиційного забезпечення інноваційного розвитку суб'єктів бізнесу.

Подальші наукові дослідження у цьому напрямі стосуються удосконалення методики аналізування ефективності реалізації інвестиційно-інноваційних проектів суб'єктів бізнесу.

Література

1. Диба О. М. Інноваційний розвиток підприємств в умовах глобалізації. Стратегія економічного розвитку України. 2018. № 42. С. 111–118.
2. Кваша О. С. Інноваційний розвиток економіки України: світовий досвід та рекомендації для України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 6 (1). С. 150–154.

3. Ковпака А. Інноваційний розвиток країни як рушійний чинник підвищення національної конкурентоспроможності. Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. 2021. Вип. 1. URL: <http://eui.zu.edu.ua/article/view/234658/238776>.
4. Крупка М. І., Демчишак Н. Б. Сучасна парадигма фінансового регулювання інноваційної діяльності в Україні. Фінанси України. 2017. № 11. С. 47-64.
5. Крупка М. І., Рушишин М. О. Фінансовий механізм державно-приватного партнерства в забезпеченні інноваційного розвитку підприємств України. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2022. № 26 (54). С. 85-94.
6. Лупак Р. Л., Польова І. М., Васильців В. Г. Управління покращенням інвестиційного забезпечення підприємств. Бізнес Інформ. 2015. Вип. 12. С. 88-92.
7. Малій О. Г. Фінансові ресурси підприємств та джерела їх формування: теоретичні аспекти. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2016. № 2. С. 71-74.
8. Рибалко Н. О. Фінансові ресурси – основа діяльності підприємств. Формування ринкових відносин в Україні. 2009. № 3 (94). С. 27-29.
9. Рудченко І. В. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємства. Сучасні питання економіки і права. 2011. Вип. 1. С. 16-19.
10. Смесова В. Л., Іщенко І. О. Інновації як основа підвищення якості продукції та забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2020. Вип. 43. С. 76-82.
11. Фоміних В. І., Безпалова Д. І., Довгопола А. Д. Аспекти формування та використання фінансових ресурсів підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. 2017. № 27 (2). С. 61-64.
12. Чех Л. М., Корогодова О. О. Інноваційний розвиток економіки України в умовах Індустрії 4.0. Актуальні проблеми економіки та управління. 2020. № 14. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/205849>.
13. Рушишин Н. М. Теоретико-методологічні засади та прикладні інструменти реалізації потенціалу банківської системи в забезпеченні структурного реформування економіки : монографія. Львів : СПОЛОМ, 2020. 404 с.
14. Lupak R., Mizyuk B., Zaychenko V., Kunytska-Iliash M., Vasylytsiv T. Migration processes and socio-economic development: interactions and regulatory policy. *Agricultural and Resource Economics*. 2022. Vol. 8. no. 1. pp. 70-88.
15. Lupak R., Kunytska-Iliash M., Berezhivskiy Y., Nakonechna N., Ivanova L., Vasylytsiv T. Information and analytical support system of enterprise competitiveness management. *Accounting*. 2021. no. 7 (7). pp. 1785-1798.

References

1. Dyba, O. (2018). Innovative development under globalization conditions. *Strategy of economic development of Ukraine*, no. 42, pp. 111-118.
2. Kvasha, O. S. (2016). Innovative development of economy of Ukraine: world experience and recommendations is for Ukraine. *Uzhorod National University Herald. International Economic Relations And World Economy*, vol. 6 (1), pp. 150-154.
3. Kovyaka, A. (2021). Innovative development of the country as a determining factor of increasing national competitiveness. *Economy. Management. Innovation. Economic sciences series*, vol. 1. URL : <http://eui.zu.edu.ua/article/view/234658/238776>.
4. Krupka, M. I., Demchyshak, N. B. (2017). Modern paradigm of financial regulation of innovative activity in Ukraine. *Finances of Ukraine*. no. 11. pp. 47-64.
5. Krupka, M. I., Rushchysyn, M. O. (2022). Financial mechanism of public-private partnership in ensuring innovative development of enterprises of Ukraine. *Scientific notes of the National University «Ostroh Academy». «Economy» series*. no. 26 (54). pp. 85-94.
6. Lupak, R. L., Poleva, I. M., Vasylytsiv, V. G. (2015). Management of the improvement of investment provision of enterprises. *Business Inform. Iss.* 12. pp. 88-92.
7. Malij, O. Gh. (2016). Financial resources of enterprises and sources of their formation: theoretical aspects. *Actual problems of innovative economy*, no. 2, pp. 71-74.
8. Rybalko, N. O. (2009). Financial resources are the basis of enterprise activity. *Formation of market relations in Ukraine*, no. 3 (94), pp. 27-29.
9. Rudchenko, I. V. (2011). Improving the mechanism of financial resources management of the enterprise. *Modern issues of economics and law*, no. 1, pp. 16-19.
10. Smiesova, V. L., Ishchenko, I.O. (2020). Innovation as the basis of increasing product quality and ensuring competitiveness of the enterprise. *Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Economics and management*, vol. 43, pp. 76-82.
11. Fominykh, V. I., Bezpalova, D. I., Dovghopola, A. D. (2017). Aspects of formation and use of financial resources of the enterprise. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Economic sciences series*, no. 27(2), pp. 61-64.
12. Chekh, L. M., Korohodova, O. O. (2020). Innovative development of ukrainian economy in Industry 4.0. *Actual Problems of Economy and Management*, vol. 14. URL : <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/205849>.
13. Rushchysyn N. M. Theoretical and methodological principles and applied tools for realizing the potential of the banking system in ensuring structural reform of the economy. Lviv, 2020. 404 p.
14. Lupak, R., Mizyuk, B., Zaychenko, V., Kunytska-Iliash, M., Vasylytsiv, T. (2022). Migration processes and socio-economic development: interactions and regulatory policy. *Agricultural and Resource Economics*. Vol. 8. no. 1. pp. 70-88.
15. Lupak, R., Kunytska-Iliash, M., Berezhivskiy, Y., Nakonechna, N., Ivanova, L., Vasylytsiv, T. (2021). Information and analytical support system of enterprise competitiveness management. *Accounting*. no. 7 (7). pp. 1785-1798.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-51>

УДК 659.113:658

Тетяна УСТИК

Сумський національний аграрний університет

<https://orcid.org/0000-0001-9967-0669>

e-mail: tanya_ustik@ukr.net

РЕКЛАМНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОЇ РИНКОВОЇ АКТИВНОСТІ КОМПАНІЙ

В статті приділено увагу дослідження теоретико-методологічного змістовного наповнення рекламного менеджменту, окреслено основні складові проведення аналітичних досліджень з урахуванням сучасних цифрових трансформацій та цифрової адаптації бізнесу до реклами, опрацьовано напрями реалізації рекламної політики та інструменти її результативної реалізації. Доведено важливість досліджень реклами та представлено результати функціонування рекламного менеджменту за останні роки та динаміку змін в розрізі країн. Окреслено базові фактори впливу рекламних кампаній на діяльність суб'єктів бізнесу, а також сформовано вплив факторів на можливість вибору моделей проведення маркетингових досліджень в площині ефективності реклами. Опрацьовано ключові питання формування та реалізації політики товаропросування у компанії представлено напрями залучення змін до динамічних коливань ринкової активності компанії та створення механізмів успішної реалізації політики у компанії. Опрацьовано рекомендації щодо формування політики товаропросування на перспективу з урахуванням динамічних змін ринкового середовища. Представлено результати дослідження за напрямом брендингу, висвітлено основні важелі впливу бренду на розвиток рекламних компаній, приділено увагу інтегрованим механізмам поєднання окремих компонентів до єдиної комплексної рекламної стратегії. Запропоновано шляхи розвитку рекламного менеджменту в площині інтеграції традиційних та цифрових форматів рекламного менеджменту, тобто правильному виборі найбільш ефективними для поставленої мети та аудиторії компанії на обраному об'єктовому ринку, зосередженні на взаємодії з аудиторією та наданні інтерактивних можливостей в рекламних кампаніях, а також створення постійно змінюваної моделі рекламного менеджменту у відповідності до ринкових тенденцій. Запропоновані заходи мають забезпечувати результативність рекламного менеджменту, як важливої складової системи стратегічного управління компанії для забезпечення належного рівня конкурентоспроможності при виході до ринкового середовища.

Ключові слова: рекламний менеджмент, рекламна кампанія, стратегічне управління, політика товаропросування, брендинг, цифрова трансформація.

Tetyana USTIK

Sumy National Agrarian University

ADVERTISING MANAGEMENT AS A BASIS FOR THE FORMATION OF EFFECTIVE MARKET ACTIVITY OF COMPANIES

The article focuses on the study of the theoretical and methodological content of advertising management, outlines the main components of analytical research, taking into account modern digital transformations and digital adaptation of business to advertising, and elaborates on the directions of advertising policy implementation and tools for its effective implementation. The importance of advertising research is proved and the results of advertising management functioning in recent years and the dynamics of changes by country are presented. The basic factors of influence of advertising campaigns on the activities of business entities are outlined, and the influence of factors on the possibility of choosing models of marketing research in terms of advertising efficiency is formed. The key issues of forming and implementing the policy of product promotion in the company are elaborated, the directions of attracting changes to the dynamic fluctuations in the market activity of companies and creating mechanisms for successful implementation of the policy in the company are presented. Recommendations for the formation of a product promotion policy for the future, taking into account dynamic changes in the market environment, are developed. The results of the study in the area of branding are presented, the main levers of brand influence on the development of advertising companies are highlighted, attention is paid to integrated mechanisms for combining individual components into a single comprehensive advertising strategy. The author suggests ways of developing advertising management in terms of integration of traditional and digital formats of advertising management, i.e., the correct choice of the most effective for the purpose and audience of the company in the selected target market, focusing on interaction with the audience and providing interactive opportunities in advertising campaigns, as well as creating a constantly changing model of advertising management in accordance with market trends. The proposed measures should ensure the effectiveness of advertising management as an important component of the company's strategic management system to ensure an appropriate level of competitiveness when entering the market environment.

Keywords: advertising management, advertising campaign, strategic management, product promotion policy, branding, digital transformation.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Рекламний менеджмент є невід'ємною частиною системи стратегічного управління компанією. Формування рекламної політики важливим є розглядати не лише в частині забезпечення результативного провадження маркетингової діяльності, а у вигляді відособленого інструменту підвищення ринкової активності й забезпечення належного рівня конкурентоспроможності компанії на обраному об'єктовому ринку. Системи ринкової поведінки формуються в сучасних умовах на застосуванні новітнього інструментарію, особливо за моделями впровадженням цифрової адаптації суб'єктів бізнесу.

Для забезпечення використання сучасного інструментарію базовими стратегіями рекламного менеджменту є стратегії товаропросування. Конкурентна політика, яка формується на внутрішніх чинниках (ключових компетентностях) та зовнішніх (ринкових факторах успіху) спирається на приділенні уваги саме товаропросуванню, як головного напрямку розвитку рекламного менеджменту.

Особливості рекламного менеджменту для компаній також підкреслюють необхідність поєднання стратегічного управління, товаропросування та брендингу. Лише у синергійній взаємодії між зазначеними компонентами компанії матимуть можливість нівелювати ринкові фактори негативного впливу та можливі ризики ринкової активності. Створення взаємодії між вказаним інструментарієм є ключовою перевагою для забезпечення підвищення результативності компанії на ринку. Опрацювання теоретичних моделей та механізмів практичного поєднання обумовлюють актуальність обраного наукового напрямку для подальших досліджень.

Формулювання цілей статті

Метою статті є теоретико-методологічне дослідження системи стратегічного управління компаній в площині рекламного менеджменту та його основних компонент (стратегій товаропросування та брендингу), а також приділення уваги напрямкам цифрової адаптації рекламного менеджменту та аналітики його результативності при запровадженні моделей рекламних кампаній до ринкової активності суб'єктів бізнесу.

Аналіз досліджень та публікацій

Рекламний менеджмент посідає одну з ключових позицій у ринковій активності суб'єктів бізнесу, що підтверджується витратами, пов'язаними з рекламою. Особливості діяльності в умовах сьогодення підтверджують не лише необхідність виходу та адаптації до цифрового простору, але й приділення уваги рекламній активності компаній, яка наразі є на високому рівні [1-2]. Так, наприклад, Розмір витрат на рекламу у світі значно змінюється залежно від країни, регіону та інших факторів. Однак, можна навести деякі загальні дані з відомих статистичних досліджень. Згідно з даними статистичної компанії Statista, світові витрати на рекламу у 2022 році становлять близько 560 мільярдів доларів США. При чому щорічні коливання є незначними (5-7 %). За даними досліджень Global Ad Trends, опублікованого компанією WARC, витрати на рекламу у Північній Америці склали близько 232 мільярдів доларів США у 2020 році. Витрати на рекламу в Європі склали близько 158 мільярдів доларів США, а в Азії та Тихоокеанському регіоні - близько 192 мільярдів доларів США. Але тенденція до зростання кожного року має місце. За даними дослідження Zenith, витрати на рекламу у світі в 2021 році очікуються зрости на 11,2% порівняно з 2020 роком, тобто до 669 мільярдів доларів США. За проведеними дослідженнями слід також відзначити, що Китай становить найбільший ринок реклами, а США йде на другому місці. Звичайно, розуміння особливостей реалізації рекламного менеджменту в різних країнах відрізняється між собою, в окремих випадках – дуже суттєво, але головний важель – це наявна стійкість рекламного розвитку та активність запровадження рекламних стратегій всіма компаніями для забезпечення підвищених результатів економічної ефективності ринкової діяльності. Крім того, слід розуміти, що модель рекламного менеджменту є абсолютно адекватним механізмом взаємодії між ринком та споживачами, яка прийнята в усьому світі. Створення конкурентних моделей розвитку рекламних стратегій за таких умов є важливою передумовою формування управлінської політики компанії.

Виклад основного матеріалу

Одним з компонентів провадження рекламної діяльності є проведення аналітичних досліджень, зокрема, ринкової активності на обраних сегментах та нішах. Зважаючи на те, що принципами ефективного рекламного менеджменту є точність та спрямованість на цільову аудиторію, а також той факт, що рекламна кампанія повинна бути спрямована на чітко визначену аудиторію, яка має зацікавленість в товарі, базис формується на аналітиці. Для цього необхідно провести дослідження цільової аудиторії та відповідну аналітичну довідку, щоб визначити її потреби та вподобання. Ефективний рекламний менеджмент передбачає постійний моніторинг результатів кампанії та її корекцію відповідно до отриманих даних, також важливо враховувати конкурентний середовище та зміни на ринку, щоб адаптувати рекламні стратегії до поточних динамічних ринкових умов, до змін у ринкових умовах та потребах цільової аудиторії.

Аналітичні дослідження ефективності рекламної кампанії є надзвичайно важливим етапом рекламного менеджменту, оскільки це дозволяє визначити, наскільки успішною була рекламна кампанія та які елементи її потрібно вдосконалити в майбутньому [3-5]. Фактори, що впливають на успішність рекламної кампанії, можуть бути дуже різноманітні. Їх формування та групування у відповідності до різних класифікаційних ознак залежить від обраного об'єктового ринку, товару, особливостей та можливостей ринкової активності компанії тощо. Основними факторами можна вважати цільову аудиторію, зручність сприйняття та розуміння рекламної кампанії, відповідність рекламного повідомлення бренду та його цінностям, медіа-мікс та правильно обрані медіа- канали розповсюдження, планування та координація всіх етапів кампанії, контроль за її ефективністю та корекція в разі необхідності, оригінальність та креативність рекламної кампанії, загалом [6-8].

Цільова аудиторія є одним з найважливіших факторів, що впливають на успішність рекламної кампанії і демонструє наскільки відповідає цільовій аудиторії, наприклад, якщо реклама не привертає увагу цільової аудиторії, то ймовірність успіху кампанії дуже низька [8-9]. Медіа-мікс представлено через вибір майданчиків та каналів реклами, що використовуються в рекламній кампанії, і є також важливим фактором, який може впливати на загальну успішність. Наприклад, якщо цільова аудиторія переважно використовує соціальні мережі, то реклама, розміщена на цих платформах, буде більш ефективною, ніж та, яка розміщена на інших майданчиках. Креативність, якість та оригінальність рекламного контенту є також дуже важливим фактором. Креативна та цікава реклама може бути більш привабливою для цільової аудиторії та допомогти досягти поставлених результатів у продажах та загальній стійкості ринкових позицій компанії.

Крім того, для оцінки ефективності рекламної кампанії можна використовувати такі показники, як відгук аудиторії на соціальних медіа, кількість переходів на сайт компанії, кількість звернень до контактного центру, кількість замовлень/покупок тощо. Також можна проводити опитування клієнтів для збору додаткової інформації про їхні ставлення до рекламної кампанії та товару [10-12].

Проведення маркетингових аналітичних досліджень у площині цифрової трансформації рекламного менеджменту дає змогу використовувати сучасний набір інструментів аналітики, зокрема, дослідження цифрової адаптації та цифрових даних ефективності маркетингових рекламних рішень. Запровадження рекламних послуг відбувається переважно в онлайн середовищі, тому оцінка їх ефективності здійснюється за допомогою різноманітних цифрових метрик. Основні цифрові метрики, які використовуються для оцінки ефективності рекламних кампаній, можуть поєднувати наступні інструменти:

- кількість переглядів (метрика кількості разів, коли рекламний матеріал був переглянутий користувачами);
- клікабельність (метрика кількості разів натискання користувачами на посилання або інші елементи рекламного матеріалу);
- конверсії (метрика вказує на кількість разів виконання користувачами певної дії на сайті або у додатку після перегляду рекламного матеріалу таку як покупка товару, заповнення форми, підписки на розсилку тощо);
- рівень відвідуваності сайту (метрика вказує на кількість користувачів, які відвідали сайт після перегляду рекламного матеріалу);
- повторність (метрика кількості разів повернення користувачів на сайт або переглядання рекламний матеріал повторно).

Для ефективної оцінки рекламної кампанії необхідно аналізувати не тільки окремі цифрові метрики, але й їх комбінації, наприклад, відношення кількості кліків до кількості переглядів може дати уявлення про те, наскільки привабливим є рекламна кампанія чи реакція на рекламований товар [10-12]. Аналізуючи цифрові результати рекламної кампанії, рекламний менеджмент дає можливість зрозуміти, які маркетингові канали найефективніші для досягнення мети кампанії. Наприклад, якщо рекламна кампанія показала високу ефективність у соціальних мережах, то прогнозована модель стратегії може приділяти більше уваги даному каналу для майбутніх кампаній.

Цифрові інструменти аналітики рекламного менеджменту є сучасним рішенням дослідження ефективності маркетингових рішень загалом. Крім того, приділення уваги окремим компонентам дає можливість компаніям створювати різні моделі стратегічного маркетингового управління та відкриває нові можливості для функціонального навантаження рекламного менеджменту.

Одним з ключових позицій функціоналу реалізації рекламного менеджменту компанії є товаропросування. Створення інтегрованих систем взаємодії між компонентами даної політики зумовлює пошук механізмів запровадження нових моделей та імплементації оновлених стратегій розвитку. Для просування товарів на обраних об'єктових ринках можливим є використання різного набору інструментів в залежності від існуючих умов та прогнозованих динамічних змін ринкового середовища. Окремі стратегії товаропросування використовуються у відповідності до обраного ринку, ринкової активності споживачів та конкурентів на ньому, характеристик представленого товару особливостей цільової аудиторії. Теоретико-методологічне обґрунтування обраної системи рекламного менеджменту є необхідним базисом для подальшого моделювання ситуаційних підходів для прийняття стратегічних управлінських рішень на рівні компанії. Результати досліджень можуть стати основою прикладного використання опрацьованих кейсів для отримання максимальних можливостей використання новітніх моделей розвитку [13-15].

Система стратегічного управління в площині товаропросування включає окремі складові, найбільш вживаними є стратегії інформування, переконання та стимулювання попиту. Стратегія інформування за умови, що товар є новим на ринку або має досить високу складність використання. Мета такої стратегії полягає в тому, щоб донести до цільової аудиторії основну інформацію про товар, його переваги та можливості використання. Іншою ефективною стратегією є стратегія переконання. Вона використовується, коли товар має конкурентів на ринку і є потреба переконати цільову аудиторію у тому, що саме цей товар кращий за інші. Для досягнення цієї мети використовуються різні технології, наприклад, порівняння товарів з конкурентами, показ реальних відгуків клієнтів про товар тощо. Стратегія стимулювання попиту також може бути досить ефективною. Вона використовується для підвищення продажів в конкретний період часу,

наприклад, під час проведення різних акцій, знижок або інших рекламних кампаній. Представлена стратегія допомагає залучити увагу до товару та підвищити його популярність на об'єктовому ринку.

Стратегія товаропросування має виключну взаємодію зі стратегією споживацької поведінки. Розвиток стратегій споживацької поведінки, які полягають в дослідженні потреб та побажань цільової аудиторії, допомагає рекламі створювати повідомлення, які сприймаються споживачами як особисті та відповідні їх потребам. Одночасно відбувається синергія інтеграції стратегій товаропросування, споживацької поведінки з комунікаційними маркетинговими стратегіями, які у комплексі формують інтегровану стратегію маркетингових комунікацій. Тобто рекламні кампанії в площині товаропросування мають бути інтегровані з іншими маркетинговими зусиллями, такими як збільшення продажів, зниження цін, розробка нових товарів тощо.

Отже, одним з завдань рекламного менеджменту є глибоке розуміння бізнесу та його цілей, вивчення цільової аудиторії та застосування різноманітних стратегій просування продукту на ринку, які можуть значно збільшити ефективність рекламного менеджменту і допомогти досягти бажаних результатів.

Основними напрямками ефективного використання політики товаропросування є збільшення обсягів продажів, збільшення уваги до бренду, підвищення лояльності споживачів.

Брендинг є активною складовою рекламного менеджменту, від ефективності якого залежить загальний успіх компанії на ринку. В загальному розумінні бренд являє собою ім'я, символ або знак, який ідентифікує товар, та відрізняє його від конкурентів [16]. Головне завдання рекламного менеджменту – не лише відповідність цілям бренду, а й збільшення впливу представленого бренду на ринку. В широкому розумінні рекламний менеджмент дозволяє підвищити свідомість споживачів та активізувати реакцію на бренд, встановити рівень іміджу, сформувані позитивне бачення про товар та компанію та в результаті забезпечити підвищений рівень продажів. Для поєднання рекламної активності та брендингу компанії можуть використовувати різні стратегії. Однією з найбільш ефективних моделей може стати залучення стратегії емоційного зв'язку, тобто можливість рекламної кампанії передати емоційність і співпереживання до цільової аудиторії [16-17]. Для реалізації брендингових стратегій важливо використовувати сучасний креативний та оригінальний підхід, який допоможе забезпечити представлений товар стійкою ринковою позицією порівняно з іншими конкурентними пропозиціями. Останні моделі можуть формуватися через залучення інструментів формату реклами або нестандартних рішень у дизайні. Залучення цифрового інструментарію маркетингової діяльності, наразі, для товаропросування та брендингу відіграє найважливішу роль, зважаючи на максимальний перехід у ринковий цифровий простір переважної більшості українських компаній.

Якщо говорити про брендинг, то основна роль рекламного менеджменту у його формуванні полягає у створенні рекламних кампаній. Рекламні кампанії мають допомагати споживачам отримувати позитивні враження про товар та компанію в цілому. Крім того, рекламний менеджмент має допомагати визначати індивідуальність бренду, його особливості та стиль, залучати чітко відібрану за результатами аналітичних досліджень цільову аудиторію. Результатом успішної реалізації окреслених заходів має стати забезпечення підтримки бренду та зростання його популярності у споживацькій аудиторії.

Узгодженість та консистентність є базовими характеристиками реалізації бренд-стратегії. Рекламні кампанії повинні бути узгоджені зі стилем та ідентичністю бренду, щоб забезпечити його пізнаваність та довіру споживачів. Крім того, рекламний менеджмент повинен враховувати цінності та місію компанії, щоб забезпечити узгодженість та співвідношення між брендом та рекламною стратегією.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Рекламний менеджмент є невід'ємною складовою маркетингової діяльності компанії та важливим компонентом системи стратегічного управління, загалом. Підвищення ефективності рекламного менеджменту сприяє досягненню максимального ефекту від рекламної кампанії та зростанню популярності товару серед цільової аудиторії, збільшенню продажів та тим самим прибутковості компанії. Крім того, рекламний менеджмент може допомогти створити позитивний імідж бренду, що є важливим для будь-якої компанії, яка прагне стати лідером на обраному об'єктовому ринку.

Під час планування рекламної кампанії необхідно враховувати основні принципи рекламного менеджменту, такі як визначення цілей, аудиторії та конкурентів, вибір стратегій та каналів реклами, контроль та оцінка результативності рекламних рішень. Для оцінки ефективності рекламної кампанії необхідно провести аналіз цифрових даних та враховувати фактори, що впливають на успішність кампанії, такі як затрати на рекламу, рівень конкуренції на ринку, розуміння та задоволення потреб аудиторії тощо. Рекламний менеджмент компанії повинен бути готовим до коригування моделей рекламної стратегії, якщо результати аналізу свідчать про необхідність змін.

Важливим є виокремити напрями розвитку рекламного менеджменту для компаній. По-перше, ефективні результати можуть бути досягнуті шляхом інтеграції традиційних та цифрових форматів рекламного менеджменту, тобто правильному виборі, які канали реклами є найбільш ефективними для мети та аудиторії компанії на обраному об'єктовому ринку. По-друге, враховуючи тенденції цифрової трансформації та адаптації, рекламний менеджмент повинен зосередитися на забезпеченні взаємодії з

аудиторією та наданні інтерактивних можливостей в рекламній кампанії. По-третє, рекламний менеджмент має бути постійно вдосконалюваним інструментом, має вивчати та використовувати нові технології та інструменти для аналітики даних та вимірювання ефективності рекламних кампаній з метою отримання стійких ринкових позицій відносно конкурентів в умовах динамічних змін ринкового середовища.

Література

1. Reports Statista [Resource]. <https://www.statista.com/statistics/273018/global-advertising-spending/>
2. Forbes: <https://www.forbes.com/sites/andrewarnold/2021/01/29/how-advertising-will-be-impacted-by-global-trends-in-2021/?sh=5e28965d1c38>
3. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван Й. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. КМ-БУКС. 2019. 224 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я. 80 концепцій, які має знати кожен менеджер. Альпіна Паблішер Україна. 2021. 252 с.
5. Malhotra N.K., Nunan D., Birks D. Marketing Research: An Applied Approach. Pearson, 2017. 5th ed. 976 p.
6. Харчевнікова Л.С. et. al. Цифрова трансформація та новітні комунікації як платформа для стійкого розвитку бізнесу. Modeling the development of the economic systems. 2022, №4. С. 15-19. <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-6-2>
7. Романюк І.А. Формування політики товаророзподілу в інтегрованих структурах. Актуальні проблеми інноваційної економіки, 2019. №4, С. 83-87.
8. Романюк І.А. Рекламний менеджмент: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
9. Mandych O., Mykytas A., Lyshenko M. Strategic marketing management in the context of business process reengineering. Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship: monograph. Edited by S. Staverska, O. Mandych. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 180-195.
10. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, 53(1), 59-68
11. Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. Business horizons, 52(4), 357-365
12. Kim, J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. Journal of Business Research, 65(10), 1480-1486
13. Бабко Н.М. Поведінка споживача: навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.
14. Duiunova T. et. al. Features of innovative digital globalization in conditions of modern challenges. Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship. Monograph. Edited by S. Staverska, O. Mandych. – Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 27-39.
15. Babenko V. Increasing the efficiency of enterprises through the implementation of IT-projects. Transformational Processes the Development of Economic Systems in Conditions: Scientific Bases, Mechanisms, Prospects: Monograph, 2018. P. 54-65.
16. Азізов О. et. al. Аналіз і прогноз маркетингових стратегій та PR в умовах пандемії коронавірусу. Університетські наукові записки. 2020. No 3-4 (75-76). С. 101-108.
17. Babko N., Mykytas A. Current trends in branding development. The II International Science Conference on Science and practical Technologies (2021, January). pp. 194-197.

References

1. Reports Statista [Resource]. <https://www.statista.com/statistics/273018/global-advertising-spending/>
2. Forbes: <https://www.forbes.com/sites/andrewarnold/2021/01/29/how-advertising-will-be-impacted-by-global-trends-in-2021/?sh=5e28965d1c38>
3. Kotler F., Katardzhaya H., Set'yavan YI. Marketynh 4.0. Vid tradytsiynoho do tsyfrovoho [Marketing 4.0. From traditional to digital]. KM-BUKS. 2019. 224 s.
4. Kotler F. Marketynh vid A do YA. 80 kontseptsiy, yaki maye znaty kozhen menedzher [Marketing from A to Z. 80 concepts that every manager should know]. Al'pina Publisher Ukrayina. 2021. 252 s.
5. Malhotra N.K., Nunan D., Birks D. Marketing Research: An Applied Approach. Pearson, 2017. 5th ed. 976 p.
6. Kharchevnikova L.S. et. al. Tsyfrova transformatsiya ta novitni komunikatsiyi yak platforma dlya stiykoho rozvytku biznesu [Digital transformation and the latest communications as a platform for sustainable business development]. Modeling the development of the economic systems. 2022. №4. P. 14-20. . <https://doi.org/10.31891/mdes/2022-6-2>
7. Romanyuk I.A. Formuvannya polityky tovarorozpodilu v intehrovanykh strukturakh [Formation of the policy of product distribution in integrated structures]. Aktual'ni problemy innovatsiynoyi ekonomiky, 2019. №4, P. 83-87.
8. Romanyuk I.A. Reklamnyy menedzhment: navch. Posibnyk [Advertising management: education manual]. Kharkiv: KHNTUSH, 2020. 163 p.
9. Mandych O., Mykytas A., Lyshenko M. Strategic marketing management in the context of business process reengineering. Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship: monograph. Edited by S. Staverska, O. Mandych. Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 180-195.
10. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, 53(1), 59-68
11. Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. Business horizons, 52(4), 357-365

-
12. Kim, J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486
 13. Babko N.M. Povedinka spozhyvacha: navchal'nyy posibnyk [Consumer behavior: education manual]. Kharkiv: KHNTUSH, 2020. 170 p.
 14. Duiunova T. et. al. Features of innovative digital globalization in conditions of modern challenges. Mechanisms for ensuring innovative development of entrepreneurship. Monograph. Edited by S. Staverska, O. Mandych. – Tallinn: Teadmus OÜ, 2022. P. 27-39.
 15. Babenko V. Increasing the efficiency of enterprises through the implementation of IT-projects. Transformational Processes the Development of Economic Systems in Conditions: Scientific Bases, Mechanisms, Prospects: Monograph, 2018. P. 54-65.
 16. Azizov O. et. al. Analiz i prohnoz marketynhovykh stratehiy ta PR v umovakh pandemiyi koronavirusu [Analysis and forecast of marketing strategies and PR in the conditions of the coronavirus pandemic]. *Universytet's'ki naukovy zapysky*, 2020. № 3-4 (75-76), 101-108.
 17. Babko N., Mykytas A. Current trends in branding development. The II International Science Conference on Science and practical Technologies (2021, January). pp. 194-197.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-52>

УДК 339.9+338.2:330.34

Наталія РЕЗНІКОВА

Навчально-науковий інститут міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
<https://orcid.org/0000-0003-2570-869X>
e-mail: reznikovanatalia@gmail.com

Алла ШЛАПАК

Київський університет ім. Бориса Грінченка
<https://orcid.org/0000-0001-8697-7039>
e-mail: allashlapak@gmail.com

Оксана ІВАЩЕНКО

Національна академія статистики, обліку та аудиту
<https://orcid.org/0000-0002-8490-778X>
e-mail: oaivashchenko@nasoa.edu.ua

ВІД ПРОМИСЛОВИХ ЕКОСИСТЕМ ДО ЕКОСИСТЕМ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: НОВІ БІЗНЕС-МОДЕЛІ І МОДЕЛІ КОНКУРЕНЦІЇ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ І ПОСЛУГАМИ

В статті відзначено, що міжнародні ринки товарів і послуг відчувають дедалі потужніший вплив цифрових технологій, які трансформують бізнес-процеси, а подекуди і руйнують усталені взаємозв'язки і моделі господарювання. Сектор торгівлі послугами – в числі тих, хто опинився в центрі цифрової революції, яка уможливила заміщення послугами окремих груп товарів, що і вплинуло на зменшення обсягів міжнародної торгівлі останніми і пришидило процеси активної сервісизації світової економіки. Бізнес-середовище ускладнюється, змінюється і сама природа конкуренції вимагає формування нових конкурентних переваг компаній: забезпечення життєздатності не на основі миттєвої ефективності, а на використанні синергії від взаємодії гравців ринку за рахунок використання зручних цифрових каналів взаємодії. Мета статті полягає у дослідженні характерних ознак цифрових бізнес-моделей і цифрових екосистем, які охоплюють існуючі (реалізовані) та потенційні (неявні, приховані) відносини, що формуються та встановлюються завдяки цифровим інноваціям, і концептуалізації взаємозв'язків бізнес-середовища та технологічного середовища організацій, що займаються цифровою трансформацією. Встановлено, що перехід до економіки платформ ознаменував кілька фундаментальних змін у способах ведення міжнародного бізнесу: (1) перехід від контролю ресурсів до координації ресурсів; (2) перехід від внутрішньої оптимізації до взаємодії із зовнішніми стейкхолдерами; (3) перехід від споживчої цінності до цінності мережі; (4) переорієнтування інформаційних технологій та бізнес-систем з організаційного управління на соціальні мережі та спільноти споживачів. Хоча екосистема платформ зазвичай ототожнюється із цифровими бізнес-екосистемами або програмними екосистемами, в процесі виокремлення специфічних характеристик кожної із розглянутих екосистем — підприємницької екосистеми, інноваційної екосистеми, екосистеми послуг, екосистеми продукту, нами було з'ясовано їхні спільні й відмінні риси. Виявлено, що екосистеми, які мають тенденцію розширюватися за межі своєї первісної сфери, забезпечують вихід на новий ринок не через окремих новаторів, а через усю екосистему, яка використовує свою існуючу ринкову владу, технології та репутацію для виходу на суміжні ринки. В структурі екосистеми платформ відзначено роль технологічної платформи як архітектури, що формує інфраструктуру екосистеми та виступає її ядром, яка полегшує обмін, насамперед, послугами, між оператором платформи та кінцевими клієнтами. Трансформація економіки платформ в економіку екосистем забезпечує задоволення потреб учасників ринку у швидкому доступі до якісних продуктів та послуг.

Ключові слова: цифрова еко-система, цифрові бізнес-моделі, глобальні ланцюги вартості, діджиталізація, міжнародні ринки товарів і послуг, цифрові послуги, інновації, технології, цифрові платформи, цифровий сектор, цифрова трансформація, міжнародний бізнес, конкуренція

Nataliia REZNIKOVA

Educational and Scientific Institute of international relations
Taras Shevchenko National University of Kyiv

Alla SHLAPAK

Borys Grinchenko Kyiv University

Oksana IVASHCHENKO

The National Academy of Statistics, Accounting and Auditing

FROM INDUSTRIAL ECOSYSTEMS TO DIGITAL ECONOMY ECOSYSTEMS: NEW BUSINESS MODELS AND MODELS OF COMPETITION IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF INTERNATIONAL TRADE IN GOODS AND SERVICES

Digitalization has become a new stage in the development of the world economy in terms of the development, implementation and dissemination of new technologies, and its impact on the development of international trade is decisive, if only because there is already an explosive growth in digital transactions and digital trade on a global scale. The key result of digital transformations for international trade is the creation of new markets, products and business models based on new digital technologies. In the context of digitalization, however, there is a certain difficulty in defining the increasingly blurred boundaries between goods and services. The main manifestations of the digital transformation of international trade are the large-scale development of e-commerce, the intensive development of foreign trade in information and communication services, and the development of digital e-commerce platforms. Digital technologies have transformed economic activity in domestic and international

markets. Their widespread use affects all sectors of international trade, however, they have most affected trade in services, which has become at the center of the latest technological revolution. By creating new products, changing the characteristics of traditional products, and reducing trade costs, digital technologies have a serious impact on the determinants of competitive advantage, and these, in turn, on the structure of international trade. This raises the important question of which determinants of competitive advantage will be stronger in the digital age and whether new determinants are likely to emerge.

Digitalization has become a new stage in the development of the world economy in terms of the development, implementation and dissemination of new technologies, and its impact on the development of international trade is decisive, if only because there is already an explosive growth in digital transactions and digital trade on a global scale. The key result of digital transformations for international trade is the creation of new markets, products and business models based on new digital technologies. In the context of digitalization, however, there is a certain difficulty in defining the increasingly blurred boundaries between goods and services. The main manifestations of the digital transformation of international trade are the large-scale development of e-commerce, the intensive development of foreign trade in information and communication services, and the development of digital e-commerce platforms. The purpose of the article is to study the characteristic features of digital business models and digital ecosystems, covering existing (realized) and potential (implicit, hidden) relationships that are formed and established through digital innovations, and to conceptualize the relationship between the business environment and the technological environment of organizations. Involved in digital transformation Digital technologies have transformed economic activity in domestic and international markets. Their widespread use affects all sectors of international trade, however, they have most affected trade in services, which has become at the center of the latest technological revolution. By creating new products, changing the characteristics of traditional products, and reducing trade costs, digital technologies have a serious impact on the determinants of competitive advantage, and these, in turn, on the structure of international trade. This raises the important question of which determinants of competitive advantage will be stronger in the digital age and whether new determinants are likely to emerge. Although the ecosystem of platforms is usually identified with digital business ecosystems or software ecosystems, in the process of highlighting the specific characteristics of each of the considered ecosystems - the entrepreneurial ecosystem, the innovation ecosystem, the service ecosystem, the product ecosystem, we found out their common and distinctive features. It has been established that with the rapid development of digital technologies, the forms of economic activity are evolving, the volume of information being used is increasing, and new methods of its processing are emerging. The presence of the qualifying word "digital" in "digital ecosystems" opens the possibility to interpret "ecosystem" as an orientation model for the development of self-organizing software systems, software services, and applications that arise spontaneously from an artificial environment. Self-organization of digital ecosystems is expressed in the ability to independently change in the face of changes in internal elements and the external environment. However, a fundamental change in the external environment, expressed, for example, in a deep economic crisis, may adversely affect the ability of the digital ecosystem to self-organize. The scalability of digital ecosystems lies in the ability to function effectively with a growing amount of data in use and digital divisions. An increase in the number of ecosystem elements leads to an increase in the scale of the ecosystem.

Key words: digital ecosystem, digital business models, global value chains, digitization, international markets of goods and services, digital services, innovation, technology, digital platforms, digital sector, digital transformation, international business, competition

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Міжнародні ринки товарів і послуг відчують дедалі потужніший вплив цифрових технологій, які трансформують бізнес-процеси, а подекуди і руйнують усталені взаємозв'язки і моделі господарювання. Сектор торгівлі послугами – в числі тих, хто опинився в центрі цифрової революції, яка уможливила заміщення послугами окремих груп товарів, що і вплинуло на зменшення обсягів міжнародної торгівлі останніми і пришвидшило процеси активної сервісизації світової економіки. Експерти ЮНКТАД до числа послуг, які можуть надаватись дистанційно за допомогою інформаційно-телекомунікаційних технологій (ІКТ), віднесли телекомунікаційні, маркетингові, інформаційні, фінансові, страхові, а також використання інтелектуальної власності [1; 2]. Концепція екосистем вперше набула поширення у бізнес-дослідженнях з появою промислових екосистем, і прагнула висвітлити принципи трансформації форм промислового виробництва та ланцюжків створення вартості, що зосереджувались, зазвичай, на оптимізації енергетичних та матеріальних потоків [3]. Серед найвпливовіших виокремлюють концепції бізнес-екосистеми та інноваційної екосистеми, які складно відділити одна від одної, оскільки вони описують, по суті, одні й ті ж самі явища. Обидві опікуються способом взаємодії підприємств у глобальному, регіональному чи національному бізнес-середовищах, що уможливує реалізацію цінності, яку жоден бізнес не може розробити самостійно без участі посередників та кола пов'язаних виконавців. При цьому інноваційні екосистеми здебільшого орієнтовані на створення, забезпечення і підтримку сприятливих умов для генерування інновацій та створення нової цінності. Окреме місце посідає «цифрова екосистема», усталеного визначення якої не існує, адже досліджуватись вона може як з позицій технічних, так і економічних аспектів [4], що і визначає певний акцент і контекст розгляду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Поняття «екосистема» було популяризоване в літературі зі стратегічного менеджменту, де ним описували групу фірм, які взаємодіють та залежать від діяльності один одного [5]. У цифровій економіці екосистеми фірм розвинулися навколо багатосторонніх платформ. А. Хагіу, Дж. Джуллієн і Дж. Райт [6] наводять систему переконливих аргументів на користь того, чому платформа може мати стимул для розміщення конкурентів у своїй екосистемі. Ідея полягає в тому, що розміщення конкурента призводить до зниження витрат на покупки для споживачів, що дозволяє платформі підвищувати плату за доступ. Наприклад, Amazon управляє екосистемою незалежних продавців через свій торговий майданчик, а

платформа відіграє роль своєрідного регулятора або координатора цифрового середовища, надаючи доступ до своєї клієнтської бази незалежним постачальникам, які підвищують цінність платформи за рахунок продажу додаткових продуктів. Ще одна характерна риса цифрової економіки полягає в тому, що великі технологічні фірми часто пропонують своїм споживачам доступ до низки продуктів та послуг, а не до одного продукту чи послуги, які М. Буро називає екосистемою лінійки продуктів та послуг з технологічним зв'язком, що збільшує взаємодоповнюваність між ними [7]. П. Брвайз і Л. Вотінс [8] досліджують цифрові бізнес-моделі із позицій загрози «цифрового домінування», а експерти ОЕСР [9] і Deloitte [10] крізь призму феномену «The App Economy». М. Буро [7] виокремлює дві ключові характеристики цифрової економіки, які полегшують та стимулюють розвиток екосистем продуктів. Т. Вільямс та М. Чаморро-Кок [11] – в числі розробників теорії екосистеми продукту – нового підходу, який допомагає ідентифікувати мережі створення вартості продуктів шляхом визначення центрів генерування цінності та каналів взаємозалежності між частинами екосистеми. Окреслена теорія має прикладний аспект: виходячи із припущення, що цінність бізнес-моделі та успіх пропорційні, як спосіб підвищення загальної цінності продукту, автори пропонують виокремити зв'язки, які приносять цінність, і відмовитись від тих, які не впливають на її зростання або впливають негативно. Р. Аміт і К. Зотт розглядають бізнес-модель як: систему взаємозалежних та взаємопов'язаних видів діяльності, що визначає спосіб, в який фірма вибудовує зв'язки зі своїми клієнтами, партнерами та постачальниками» [12]; обґрунтування способу, в який організація створює, постачає та отримує цінність [13]. П. Планнінг «цифрове» в цифровій бізнес-моделі пропонує розуміти як розширену оптимізацію ресурсів за допомогою цифрових технологій (таких як Uber-подібні схеми спільного використання мобільності або моделі «програмне забезпечення як послуга» (SaaS)), що взаємодіють між об'єктами та системами [14]: Відтак бізнес-модель ідентифікується ним як цифрова в разі, якщо зміни у цифрових технологіях викликають фундаментальні зміни у способах ведення бізнесу та отримання доходів. Для Дж. Рамезані і Л.М. Камарінья-Матоса бізнес-екосистеми є соціально-економічними системами [15]. І якщо для П. Граса П. і Л.М. Камарінья-Матоса основною метою бізнес-екосистем є задоволення потреб клієнтів [16], то для М. Янсїті і Р. Левієн – виживання у висококонкурентному бізнес-середовищі

Формулювання цілей статті

Мета статті полягає у дослідженні характерних ознак цифрових бізнес-моделей і цифрових екосистем, які охоплюють існуючі (реалізовані) та потенційні (неявні, приховані) відносини, що формуються та встановлюються завдяки цифровим інноваціям, і концептуалізації взаємозв'язків бізнес-середовища та технологічного середовища організацій, що займаються цифровою трансформацією.

Виклад основного матеріалу

Зазвичай використання терміну «цифрова екосистема» або «екосистема цифрової економіки» нічим не відрізняється від терміну «бізнес-екосистема». Термін «цифровий» тут визначає сектори та процеси, що сприяють створенню вартості, які ця екосистема охоплює, що означає той факт, що такі екосистеми стали можливими завдяки конвергенції ІКТ. Особливість цих цифрових екосистем полягає в тому, що підприємства задовольняють потреби клієнтів не лише за допомогою власних продуктів та послуг, а й за допомогою додаткових продуктів і навіть послуг конкурентів [17]. Дж. Мур [18], пропонуючи поняття «екологія конкуренції», визначає бізнес-екосистему як взаємодію зацікавлених сторін для досягнення колективно визначеної економічної мети. Він стверджує, що у бізнес-екосистемі компанії розвивають можливості навколо нової інновації: вони співпрацюють і конкурують, щоб підтримувати продукти, задовольняти потреби споживачів і, зрештою, впроваджувати наступний раунд інновацій. Відтак бізнес-екосистема поступово переходить від випадкового набору елементів до більш структурованої спільноти. Синтез концепції цифрової бізнес-екосистеми з'явився у 2002 р. [19] шляхом додавання слова «цифровий» до терміну «бізнес-екосистема» [20]. Дж. Мур у 2003 р. сам використав термін «екосистема цифрового бізнесу» [21], але з акцентом виключно на країни, що розвиваються, запропонувавши нову інтерпретацію «соціально-економічного розвитку, що каталізується ІКТ», тим самим наголосивши на спільній еволюції між бізнес-екосистемою та її цифровою складовою — цифровою екосистемою. Для П. Сінью, К. Ліу та Дж. Еффаха [22] цифрові бізнес-екосистеми є соціотехнічним середовищем людей, організацій та цифрових технологій, що вступають у відносини співробітництва та конкуренції для спільного створення цінності на базі цифрової платформи. В екосистемі платформ А. Тівана [23] виокремлює технологічну основу, що розширюється, і інтерфейси, що використовуються в процесі взаємодії із нею. Розширення — синонім надбудов, модулів та додатків — є додатковою підсистемою, яка доповнює первинну функціональність платформи [24; 25].

В. Сінью та Г. Джерефі досліджували стратегії інтернаціоналізації бізнес-моделей Amazon і Alibaba в умовах діджиталізації ринків послуг [26], що дозволило їм виокремити чотири можливі проблеми великих цифрових платформ: (1) реальна конкуренція неможлива; (2) конфіденційні дані збираються і використовуються для отримання конкурентних переваг або додаткових доходів; (3) платформа є упередженою, адже постачальник послуг і платформа взаємозалежні; (4) доходи та база користувачів, що генеруються домінуючою платформою, використовуються для її горизонтального або вертикального

розширення. Зокрема, вони наголошують: Apple пропонує доступ до продуктової екосистеми, що складається з різних пристроїв і сервісів, пов'язаних між собою за допомогою спільних функцій (наприклад, можливість отримувати повідомлення, обмінюватися файлами, робити нотатки і т.д. на всіх пристроях), а Google надає споживачеві кілька послуг (пошта, офісне програмне забезпечення, карти, хмарний сервіс тощо), які пов'язані один з одним, оскільки вони спільно використовують відповідні дані. Тож вплив, які чинять FINTECH і BIG TECHS на процеси цифровізації міжнародного бізнесу, складно переоцінити [27; 28].

Вплив нових типів посередників, цифрових технологій, цифрових інновацій на становлення нових цифрових бізнес-моделей, через які реалізуються процеси цифрової трансформації економіки, візуалізовано на Рис. 1-Рис. 3.



Рис. 1. Бізнес-моделі в центрі цифрової трансформації економіки

Джерело: [25]

Успіх організації в набутті нових (цифрових) конкурентних переваг в цифровому просторі реалізації свого потенціалу залежить від ендогенних факторів (як то, потенціалу продукування ноу-хау та інших об'єктів інтелектуальної власності, специфіки встановлених зв'язків як всередині організації, так і з клієнтами) та екзогенних факторів (рівня цифрової готовності конкурентів, особливостей побудови стратегій взаємодії і співпраці із зовнішніми акторами) [30].



Рис. 2. Бізнес-моделі в центрі цифрової трансформації економіки

Джерело: [25]

Цифрові екосистеми охоплюють продукти, послуги, галузі та ринки, відображаючи конвергенцію, викликану потужною діджиталізацією, та задовольняють потреби суб'єктів, яким необхідно переорієнтувати свою ділову та інноваційну діяльність на цифрові платформи.

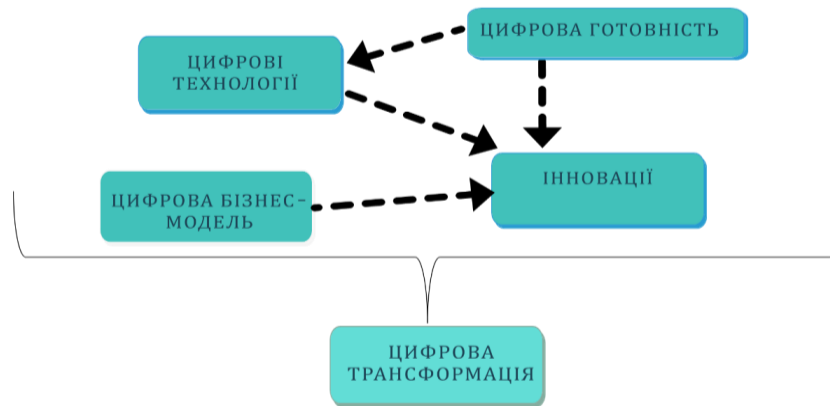


Рис. 3. Бізнес-моделі в центрі цифрової трансформації економіки

Джерело: [25]

В дослідницькому ракурсі авторського колективу на чолі із Б. Валраве [31] опинилась інноваційна екосистема, під якою пропонується розуміти мережу взаємозалежних суб'єктів, які об'єднують спеціалізовані, але взаємодоповнюючі ресурси та/або можливості у прагненні спільно створювати та надавати всеосяжну ціннісну пропозицію кінцевим користувачам та продукувати вигоди, отримані в процесі взаємодії. Підприємницькі екосистеми являють собою різноманітний набір взаємозалежних акторів у межах географічного регіону, який впливає на формування та кінцеву траєкторію усієї групи акторів та потенціалу економічної системи загалом [32]. В. Панченко [33] під інноваційною екосистемою запропонував розуміти високо координовану систему динамічних взаємозв'язків, що виникають між економічними агентами й інститутами, результуючись в інноваційній активності, комерційній успішності проєктів й технологічній модернізації економічної структури держави, ефективність якої залежить від ступеня відповідності інституційного середовища потребам науки, освіти й бізнесу і здатності останнього забезпечувати замкнутість інноваційного циклу. Підприємницькі екосистеми розвиваються через набір взаємозалежних компонентів, які взаємодіють, щоб генерувати створення нових підприємств із часом [34]. Екосистеми послуг представляють собою відносно автономну, саморегулюючу систему суб'єктів, які об'єднують ресурси, пов'язані загальними інституційними механізмами та ідеєю створення взаємної цінності в процесі обміну послугами [35].

Термін «екосистема продукту» найчастіше використовується для позначення продуктів, пов'язаних електронним/цифровим способом виробництва та/чи розповсюдження, включає програмне забезпечення, Інтернет-контент, доступ до системи енергозабезпечення, відтак цінність системи стає більшою, ніж сума окремих частин. Розуміння структури екосистеми продуктів уможливило управління або маніпулювання екосистемою з метою надання переваги одному продукту над іншим. По-перше, з боку пропозиції фірми отримують сильну економію від масштабу розробки продукту. Економія на масштабі може існувати як у виробничому процесі (коли задіяні спільно використовувані ресурси), так і на етапі розробки продукту, особливо коли продукти мають модульну конструкцію, яка означає, що продукт складається із незалежних блоків або модулів, і взаємодія яких регулюється стандартизованими інтерфейсами. На відміну від інтегрованого дизайну, модульний дизайн дозволяє (повторно) використовувати компоненти в різних продуктах та послугах однієї і тієї ж фірми, що і призводить до економії від масштабу розробки продукту. Другою ключовою особливістю цифрової економіки, яка може стимулювати фірми до розвитку продуктивних екосистем, на переконання М. Буро [7], є те, що споживачі можуть отримувати вигоди від споживання товарів чи послуг із однієї й тієї ж екосистеми: споживачі можуть цінувати покупку різних продуктів або послуг у одного й того ж постачальника (купівля в одному місці), наприклад, через нижчі транзакційні витрати; споживча синергія може виникати завдяки зусиллям фірм щодо встановлення взаємозв'язків в межах лінійки продуктів, що збільшує взаємодоповнюваність між ними. Коли продуктова екосистема створює синергію споживання, споживач отримує, за інших рівних умов, вищу корисність від приєднання до неї, у порівнянні із моделями споживання тих самих продуктів від незалежних постачальників. Таким чином, наявність синергії з боку попиту дає фірмам стимул розширювати свої продуктивні лінійки та створювати продуктивні екосистеми. Конкуренцію між екосистемами можна описати як конкуренцію між фірмами, які пропонують споживачам екосистему продуктів та послуг, причому кожна екосистема несумісна з конкурентами. Таким чином, навіть незважаючи на те, що споживачі можуть бути замкнені в екосистемі ex-post, з точки зору ex ante конкуренція між екосистемами за залучення споживачів є високою.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Бізнес-середовище ускладнюється, змінюється і сама природа конкуренції вимагає формування нових конкурентних переваг компаній: забезпечення життєздатності не на основі миттєвої ефективності, а на використанні синергії від взаємодії гравців ринку за рахунок використання зручних цифрових каналів взаємодії. Перехід до економіки платформ ознаменував кілька фундаментальних змін у способах ведення міжнародного бізнесу: (1) перехід від контролю ресурсів до координації ресурсів; (2) перехід від внутрішньої оптимізації до взаємодії із зовнішніми стейкхолдерами; (3) перехід від споживчої цінності до цінності мережі; (4) переорієнтування інформаційних технологій та бізнес-систем з організаційного управління на соціальні мережі та спільноти споживачів. Хоча екосистема платформ зазвичай ототожнюється із цифровими бізнес-екосистемами або програмними екосистемами, в процесі виокремлення специфічних характеристик кожної із розглянутих екосистем — підприємницької екосистеми, інноваційної екосистеми, екосистеми послуг, екосистеми продукту, нами було з'ясовано їхні спільні й відмінні риси. Бізнес-екосистеми консолідують в собі необмежену кількість компаній, що співпрацюють з метою набуття порівняльних переваг внаслідок встановлення симбіотичних відносин. Екосистеми, які мають тенденцію розширюватися за межі своєї первісної сфери, забезпечують вихід на новий ринок не через окремих новаторів, а через усю екосистему, яка використовує свою існуючу ринкову владу, технології та репутацію для виходу на суміжний ринок, а відтак дозволяє компаніям створювати нові цінності, яких жодна компанія не може досягти поодиночі, а споживачам — отримувати додаткові переваги. Цифрові бізнес-екосистеми трансформують звичні фактори виробництва: інформація і товари стають різновидами цифрових послуг, що свідчить про зростання сервісизації міжнародної економіки. В структурі екосистеми платформ ми відзначаємо роль технологічної платформи як архітектури, що формує інфраструктуру екосистеми та виступає її ядром, яка полегшує обмін, насамперед, послугами, між оператором платформи та кінцевими клієнтами. Мета екосистеми платформ полягає, в тому числі, у створенні постійного притоку інновацій за рахунок сторонніх розробок, а відтак платформа виступає центральною відповідною точкою екосистеми. Трансформація економіки платформ в економіку екосистем забезпечує задоволення потреб учасників ринку у швидкому доступі до якісних продуктів та послуг.

Література

1. UNCTAD. International trade in ICT services and ICT-enabled services: Proposed indicators from the Partnership on Measuring ICT for Development [Електронний ресурс] / UNCTAD // Technical Notes on ICT for Development. – 2015. – № 3. – Режим доступу: https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d03_en.pdf
2. UNCTAD. Digital trade: Opportunities and actions for developing countries [Електронний ресурс] / UNCTAD // Policy Brief. – 2022. – № 92. – Режим доступу: <https://unctad.org/publication/digital-trade-opportunities-and-actions-developing-countries>
3. Orchestrating industrial ecosystem in circular economy: A two-stage transformation model for large manufacturing companies / V. Parida, T. Burström, I. Visnjic, J. Wincent // Journal of Business Research. – 2019. – Vol. 101. – P. 715-725.
4. Bygstad B. Digital Ecosystems as a Unit of Scientific Analysis. A Sociological Investigation [Електронний ресурс] / B. Bygstad, A. Dulrud. – 2020. – Режим доступу: <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/handle/10642/9782>
5. Jacobides M. Towards a theory of ecosystems / M. Jacobides, C. Cennamo, A. Gawer // Strategic Management Journal. – 2018. – Vol. 39(8). – P. 2255-2276.
6. Hagiu A. Creating Platforms by Hosting Rivals / Hagiu, Andrei, Jullien, Bruno and Julian Wright // Management Science. – 2020. – Vol. 66(7). – P. 3234-3248.
7. Bourreau M. Some Economics of Digital Ecosystems [Електронний ресурс] / M. Bourreau. – 2020. – Режим доступу: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2020\)89/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2020)89/en/pdf)
8. Barwise P. The evolution of digital dominance: how and why we got to GAFA. In Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple / P. Barwise, L. Watkins. – New York: Oxford University Press, 2018. – P. 21-49.
9. OECD. The App Economy [Електронний ресурс] / OECD. – 2013. – Режим доступу: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5k3ttftlv95k-en.pdf?expires=1684426304&id=id&accname=guest&checksum=ABD9D42790FC9DA8A57957E4599A5444>
10. Deloitte. The App Economy in Europe – A review of the mobile app market and its contribution to the European Economy [Електронний ресурс] / Deloitte. – 2022. – Режим доступу: https://actonline.org/wp-content/uploads/220912_ACT-App-EU-Report.pdf
11. Williams T. The theory of Product Ecosystems as a means to study disruptive innovations : The case of the CityCar [Електронний ресурс] / T. Williams, M. Chamorro-Koc. – 2013. – Режим доступу: <http://design-cu.jp/iasdr2013/papers/1267-1b.pdf>
12. Amit R. Creating value through business model innovation / R. Amit, C. Zott // MIT Sloan Management Review. – 2012. – Vol. 53. – P. 41-49.

13. Zott C. The Fit between Product Market Strategy and Business Model: Implications for Firm Performance / C. Zott, R. Amit // *Strategic Management Journal*. – 2008. – Vol. 29. – P. 1–26.
14. Planing P. Will digital boost circular? Evaluating the impact of the digital transformation on the shift towards a circular economy / P. Planing // *International Journal of Management Cases*. – 2017. – Vol. 19(1). – P. 22–31.
15. Ramezani J. A collaborative approach to resilient and antifragile business ecosystems / J. Ramezani, L.M. Camarinha-Matos // *Procedia Computer Science*. – 2019. – Vol. 162. – P. 604–613.
16. Graça P. Evolution of a Collaborative Business Ecosystem in Response to Performance Indicators [Електронний ресурс] / P. Graça, L.M. Camarinha-Matos. – 2019. – Режим доступу: https://www.academia.edu/42116346/A_Model_of_Evolution_of_a_Collaborative_Business_Ecosystem_Influenced_by_Performance_Indicators
17. Weill P. Thriving in an Increasingly Digital Ecosystem / P. Weill, S.L. Woerner // *MIT Sloan Management Review*. – 2015. – Vol. 56(4). – P. 26–34.
18. Moore J. F. Predators and prey: a new ecology of competition / J. F. Moore // *Harvard Business Review*. – 1993. – Vol. 71(3). – P. 75–86.
19. Nachira F. Toward a network of digital business ecosystems fostering the local development [Електронний ресурс] / F. Nachira. – 2002. – Режим доступу: <https://web.archive.org/web/20130903235803/http://digital-ecosystems.org/doc/discussionpaper.pdf>
20. Moore J.F. *Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems* / J.F. Moore J.F. – New York: Harper Paperbacks, 1997. – 320 pp.
21. Moore J.F. Digital Business Ecosystems in Developing Countries: An Introduction [Електронний ресурс] / J.F. Moore J.F. – 2003. – Режим доступу: <http://cyber.law.harvard.edu/bold/devel03/modules/episodeII.html>
22. Senyo P.K. A framework for assessing the social impact of interdependencies in digital business ecosystems [Електронний ресурс] / P.K. Senyo, K. Liu, J. Effah. – 2018. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/326138534_A_Framework_for_Assessing_the_Social_Impact_of_Interdependencies_in_Digital_Business_Ecosystems
23. Tiwana A. Evolutionary Competition in Platform Ecosystems / A. Tiwana // *Information Systems Research*. – 2015. – Vol. 26(2). – P. 266–281.
24. European Commission. Digital Economy and Society Index (DESI) [Електронний ресурс] / European Commission. – 2020. – Режим доступу: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digitaleconomy-and-society-index-desi-2020>
25. Hanna N.K. Assessing the digital economy: aims, frameworks, pilots, results, and lessons [Електронний ресурс] / N.K. Hanna // *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. – 2020. – Vol. 9. – Режим доступу: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-020-00129-1>
26. Wu X. Amazon and Alibaba: Internet governance, business models, and internationalization strategies [Електронний ресурс] / X. Wu, G. Gereffi. – 2018. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/328711863_Amazon_and_Alibaba_Internet_governance_business_models_and_internationalization_strategies
27. Шлапак А.В. FINTECH і BIG TECHS як драйвери цифровізації світових ринків фінансових послуг і міжнародного ринку капіталу / А.В. Шлапак // *Modeling the Development of the Economic Systems*. – 2022. – №3. – С. 210–216.
28. Шлапак А.В. Наглядний потенціал фінансових установ у протидії кіберзлочинам та інформаційним атакам в умовах зростання ролі FINTECH і BIG TECHS на цифровізованих ринках капіталу / А.В. Шлапак // *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: економічні науки*. – 2022. – № 2. – Т 2. – С. 273–280.
29. European Commission. Communication from the Commission: Helping SMEs to “go digital” [Електронний ресурс] / European Commission. – 2001. – Режим доступу: https://commission.europa.eu/about-european-commission/service-standards-and-principles/ethics-and-good-administration/good-administration_en
30. Резнікова Н., Панченко В. Г., Булатова О. В. Регуляторна конкуренція в цифровій економіці: нові форми протекціонізму. *Міжнародна економічна політика*. 2020. № 1–2 (32–33). С. 50–80.
31. Walrave B. A multi-level perspective on innovation ecosystems for path-breaking innovation / B. Walrave, M. Talmar, K.S. Podoynitsyna, A.G.L. Romme, G.P. Verbong // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2018. – Vol. 136. – P. 103–113.
32. Iansiti M. Strategy as ecology / M. Iansiti, R. Levien // *Harvard Business Review*. – 2004. – Vol. 82(3). – P. 68–78.
33. Панченко В.Г. Замкнутий цикл інновацій як інструмент інноваційного неопротекціонізму в політиці стимулювання економічної модернізації: виклики створенню інноваційної екосистеми [Електронний ресурс] / В.Г. Панченко / *Ефективна економіка*. – 2017. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6144>

34. Cohen B. Sustainable valley entrepreneurial ecosystems / B. Cohen // *Business Strategy and the Environment*. – 2006. – Vol. 15(1). – P. 1–14.
35. Vargo S.L. Conceptualizing Value: A Service-ecosystem View / S.L. Vargo, M.A. Akaka, C.M. Vaughan // *Journal of Creating Value*. – 2017. – Vol. 3(2). – P. 117–124.

References

1. UNCTAD. International trade in ICT services and ICT-enabled services: Proposed indicators from the Partnership on Measuring ICT for Development [Elektronnyj resurs] // UNCTAD // Technical Notes on ICT for Development. – 2015. – № 3. – Rezhim dostupa: https://unctad.org/system/files/official-document/tn_unctad_ict4d03_en.pdf
2. UNCTAD. Digital trade: Opportunities and actions for developing countries [Elektronnyj resurs] / UNCTAD // Policy Brief. – 2022. – № 92. – Rezhim dostupa: <https://unctad.org/publication/digital-trade-opportunities-and-actions-developing-countries>
3. Orchestrating industrial ecosystem in circular economy: A two-stage transformation model for large manufacturing companies / V. Parida, T. Burström, I. Visnjic, J. Wincent // *Journal of Business Research*. – 2019. – Vol. 101. – P. 715–725.
4. Bygstad B. Digital Ecosystems as a Unit of Scientific Analysis. A Sociological Investigation [Elektronnyj resurs] / B. Bygstad, A. Dulrud. – 2020. – Rezhim dostupa: <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/handle/10642/9782>
5. Jacobides M. Towards a theory of ecosystems / M. Jacobides, C. Cennamo, A. Gawer // *Strategic Management Journal*. – 2018. – Vol. 39(8). – P. 2255–2276.
6. Hagiu A. Creating Platforms by Hosting Rivals / Hagiu, Andrei, Jullien, Bruno and Julian Wright // *Management Science*. – 2020. – Vol. 66(7). – P. 3234–3248.
7. Bourreau M. Some Economics of Digital Ecosystems [Elektronnyj resurs] / M. Bourreau. – 2020. – Rezhim dostupa: [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2020\)89/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2020)89/en/pdf)
8. Barwise P. The evolution of digital dominance: how and why we got to GAFAM. In *Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple* / P. Barwise, L. Watkins. – New York: Oxford University Press, 2018. – P. 21–49.
9. OECD. The App Economy [Elektronnyj resurs] / OECD. – 2013. – Rezhim dostupa: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5k3ttftlv95k-en.pdf?expires=1684426304&id=id&accname=guest&checksum=ABD9D42790FC9DA8A57957E4599A5444>
10. Deloitte. The App Economy in Europe – A review of the mobile app market and its contribution to the European Economy [Elektronnyj resurs] / Deloitte. – 2022. – Rezhim dostupa: https://actonline.org/wp-content/uploads/220912_ACT-App-EU-Report.pdf
11. Williams T. The theory of Product Ecosystems as a means to study disruptive innovations: The case of the CityCar [Elektronnyj resurs] / T. Williams, M. Chamorro-Koc. – 2013. – Rezhim dostupa: <http://design-cu.jp/iasdr2013/papers/1267-1b.pdf>
12. Amit R. Creating value through business model innovation / R. Amit, C. Zott // *MIT Sloan Management Review*. – 2012. – Vol. 53. – P. 41–49.
13. Zott C. The Fit between Product Market Strategy and Business Model: Implications for Firm Performance / C. Zott, R. Amit // *Strategic Management Journal*. – 2008. – Vol. 29. – P. 1–26.
14. Planing P. Will digital boost circular? Evaluating the impact of the digital transformation on the shift towards a circular economy / P. Planing // *International Journal of Management Cases*. – 2017. – Vol. 19(1). – P. 22–31.
15. Ramezani J. A collaborative approach to resilient and antifragile business ecosystems / J. Ramezani, L.M. Camarinha-Matos // *Procedia Computer Science*. – 2019. – Vol. 162. – P. 604–613.
16. Graça P. Evolution of a Collaborative Business Ecosystem in Response to Performance Indicators [Elektronnyj resurs] / P. Graça, L.M. Camarinha-Matos. – 2019. – Rezhim dostupa: https://www.academia.edu/42116346/A_Model_of_Evolution_of_a_Collaborative_Business_Ecosystem_Influenced_by_Performance_Indicators
17. Weill P. Thriving in an Increasingly Digital Ecosystem / P. Weill, S.L. Woerner // *MIT Sloan Management Review*. – 2015. – Vol. 56(4). – P. 26–34.
18. Moore J. F. Predators and prey: a new ecology of competition / J. F. Moore // *Harvard Business Review*. – 1993. – Vol. 71(3). – P. 75–86.
19. Nachira F. Toward a network of digital business ecosystems fostering the local development [Elektronnyj resurs] / F. Nachira. – 2002. – Rezhim dostupa: <https://web.archive.org/web/20130903235803/http://digital-ecosystems.org/doc/discussionpaper.pdf>
20. Moore J.F. *Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems* / J.F. Moore J.F. – New York: Harper Paperbacks, 1997. – 320 pp.
21. Moore J.F. Digital Business Ecosystems in Developing Countries: An Introduction [Elektronnyj resurs] / J.F. Moore J.F. – 2003. – Rezhim dostupa: <http://cyber.law.harvard.edu/bold/develop3/modules/episodeII.html>
22. Senyo P.K. A framework for assessing the social impact of interdependencies in digital business ecosystems [Elektronnyj resurs] / P.K. Senyo, K. Liu, J. Effah. – 2018. – Rezhim dostupa: https://www.researchgate.net/publication/326138534_A_Framework_for_Assessing_the_Social_Impact_of_Interdependencies_in_Digital_Business_Ecosystems
23. Tiwana A. Evolutionary Competition in Platform Ecosystems / A. Tiwana // *Information Systems Research*. – 2015. – Vol. 26(2). – P. 266–281.
24. European Commission. Digital Economy and Society Index (DESI) [Elektronnyj resurs] / European Commission. – 2020. – Rezhim dostupa: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digitaleconomy-and-society-index-desi-2020>
25. Hanna N.K. Assessing the digital economy: aims, frameworks, pilots, results, and lessons [Elektronnyj resurs] / N.K. Hanna // *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. – 2020. – Vol. 9. – Rezhim dostupa: <https://innovation-entrepreneurship.springeropen.com/articles/10.1186/s13731-020-00129-1>
26. Wu X. Amazon and Alibaba: Internet governance, business models, and internationalization strategies [Elektronnyj resurs] / X. Wu, G. Gereffi. – 2018. – Rezhim dostupa: https://www.researchgate.net/publication/328711863_Amazon_and_Alibaba_Internet_governance_business_models_and_internationalization_strategies
27. Shlapak A. FINTECH and BIG TECHS as Digitalization Drivers of the Global Financial Services Markets and the International Capital Market / A. Shlapak // *Modeling the Development of the Economic Systems*. – 2022. – №3. – S. 210–216.
28. Shlapak A. Supervisory Capacity of Financial Institutions in Countering Cybercrime and Information Asymmetries in the Conditions of the Growth of the Role of FINTECH and BIG TECHS in the Digitalized International Capital Markets / A. Shlapak // *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences*. – 2022. – № 2. – T 2. – S. 273–280.
29. European Commission. Communication from the Commission: Helping SMEs to “go digital” [Elektronnyj resurs] / European Commission. – 2001. – Rezhim dostupa: https://commission.europa.eu/about-european-commission/service-standards-and-principles/ethics-and-good-administration/good-administration_en

-
30. Walrave B. A multi-level perspective on innovation ecosystems for path-breaking innovation / B. Walrave, M. Talmar, K.S. Podoynitsyna, A.G.L. Romme, G.P. Verbong // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2018. – Vol. 136. – P. 103–113.
31. Reznikova N. Regulatory competition in the digital economy: new forms of protectionism / N. Reznikova, V. Panchenko, O. Bulatova // *International economic policy*. – 2020. – № 1-2 (32-33). – S. 50-80.
32. Iansiti M. Strategy as ecology / M. Iansiti, R. Levien // *Harvard Business Review*. – 2004. – Vol. 82(3). – P. 68-78.
33. Panchenko V. The closed loop of innovations as an instrument for innovation protectionism in the policy stimulating economic modernization: challenges to the creation of an innovative eco-system [Elektronnyj resurs] / V. Panchenko // *Efektivna ekonomika*. – 2017. – Rezhim dostupa: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6144>
34. Cohen B. Sustainable valley entrepreneurial ecosystems / B. Cohen // *Business Strategy and the Environment*. – 2006. – Vol. 15(1). – P. 1–14.
35. Vargo S.L. Conceptualizing Value: A Service-ecosystem View / S.L. Vargo, M.A. Akaka, C.M. Vaughan // *Journal of Creating Value*. – 2017. – Vol. 3(2). – P. 117–124.

ІНСТИТУЦІЙНО-СЕГМЕНТАРНІ АСПЕКТИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

В статті здійснено аналіз розвитку окремих сегментів фінансового ринку України в контексті протікання процесів діджиталізації. Окреслено позиції сучасних закордонних та вітчизняних науковців щодо впливу діджиталізації на економічні та фінансові відносини. Виділено ключові диспропорції фінансового ринку на інституційному та сегментарному рівні. Зокрема, на інституційному рівні – тривале та безальтернативне домінування банків над небанківськими фінансовими інституціями; відсутність або мінімальний розвиток окремих видів фінансових установ; слабкість фондових бірж та біржової інфраструктури загалом; низький рівень фінансової інклюзії. На сегментарному рівні – дисбаланси в розвитку ринку кредитування, недостатній обсяг ринку корпоративних цінних паперів; слабкість сегментів лізингового кредитування, факторингових послуг тощо. Аргументовано, що у поствоєнному відновленні України фінансовий ринок має стати ефективним механізмом розподілу капіталів, тому важливо концептуально змінити акценти в його розвитку на основі цифрових технологій. Встановлено, що на сьогодні учасники різних сегментів фінансового ринку адаптують власні стратегії до вимог цифрової економіки. Проте ступінь такої адаптації та рівень діджиталізації окремих сегментів фінансового ринку України суттєво відрізняється. Зазначені диспропорції багато в чому визначають і стратегічні перспективи різних сегментів вітчизняного фінансового ринку. Аналогічний висновок зроблено і щодо стратегії діджиталізації фінансових інституцій в Україні. Для багатьох фінансових установ діджиталізація діяльності стала однією із важливих конкурентних переваг, проте існують інші підходи – зокрема, в частині використання цифрових технологій для недобросовісної конкуренції та системних порушень прав інвесторів та споживачів фінансових послуг.

Ключові слова: фінансовий ринок, фондовий ринок, грошовий ринок, ринок цінних паперів, фінансові інститути, фінансові інституції, діджиталізація, цифрові технології.

Bohdan SOROKA

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

INSTITUTIONAL AND SEGMENTAL ASPECTS OF UKRAINE'S FINANCIAL MARKET DIGITALIZATION

The article deals with the development analysis of certain segments of Ukraine's financial market in the context of digitalization processes. The positions of modern foreign and domestic scientists regarding the digitalization impact on economic and financial relations are outlined. The key disproportions of the financial market at the institutional and segmental levels are highlighted. In particular, at the institutional level – the long-term and unchallenged dominance of banks over non-banking financial institutions; absence or minimal development of certain types of financial institutions; weakness of stock exchanges and exchange infrastructure in general; low level of financial inclusion. At the segmental level – imbalances in the lending market development, insufficient volume of the corporate securities market; weakness of leasing lending segments, factoring services, etc. It is argued that in the post-war reconstruction of Ukraine, the financial market should become an effective mechanism for the distribution of capital, therefore it is important to conceptually change the emphasis in its development on the digital technologies basis. It has been established that nowadays, the participants of various segments of the financial market are adapting their own strategies to the digital economy's requirements. However, the degree of such adaptation and digitization level of certain segments of the financial market of Ukraine differ significantly. These disparities largely determine the strategic prospects of various segments of the domestic financial market. A similar conclusion was made regarding the digitalization strategy of financial institutions in Ukraine. For many financial institutions, the digitization of operations has become one of the important competitive advantages, but there are other approaches - in particular, in terms of digital technologies' use for unfair competition and systemic violations of the rights of investors and consumers of financial services.

Key words: financial market, stock market, money market, securities market, financial institutes, financial institutions, digitization, digital technologies.

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Нині перед Україною стоїть складний спектр завдань, ключовими з яких є питання оборони та захисту суверенітету. Проте, не менш складні проблеми сконцентровані в економічній та соціальній площині, і від їх вирішення багато в чому буде залежати обороноздатність держави. Минув рік від початку відкритої агресії, і вже зараз можна сказати, що в економічному плані Україна вистояла, незважаючи на усі спроби затягнути «економічний зашморг». Цей же висновок можна зробити і щодо фінансової системи нашої держави. Після шоку перших тижнів війни українські фінансові установи адаптували власні стратегії до умов воєнного стану, змогли не тільки зберегти, але й примножити окремі здобутки. Очевидно, що в таких умовах говорити про повноцінний стратегічний розвиток складно, проте це жодним чином не нівелює результативності зусиль як регуляторів, так і безпосередньо учасників фінансового ринку України. В цьому контексті виникає питання і про місце вітчизняного фінансового ринку у поствоєнному відновленні нашої держави. Беззаперечно, майбутня траєкторія розвитку фінансового ринку України має бути заснована на

цифровій основі. Але діджиталізація навряд чи може бути успішною, якщо вона провадитиметься без оцінки передумов використання фінансовими інституціями цифрових технологій. В підсумку, саме інституційні та сегментарні аспекти діджиталізації мають бути враховані в процесі розвитку фінансового ринку України, що і визначає актуальність досліджень у цьому напрямкові.

Аналіз досліджень та публікацій

Питання інституційної та сегментарної структури вітчизняного фінансового ринку досліджувалися в роботах С. Бірюка, З. Варналія, І. Лютого, Ю. Коваленко, О. Мозгового, Б. Стеценка, В. Шелудько, І. Школьник, А. Щербини та багатьох інших науковців. В свою чергу, проблематика діджиталізації, її впливу на формат економічних та фінансових відносин стали предметом аналізу в працях І. Андрушків, О. Борисюк, М. Дацюк-Томчук, В. Корнєєва, І. Краснової, Н. Ліповської-Маковецької, О. Лозинської, Л. Надієвця, С. Онишко, Н. Рощиної та інших авторів.

В своїй переважній більшості науковці акцентували на тих чи інших аспектах діджиталізації на різних сегментах вітчизняного фінансового ринку. Але очевидно, що процеси діджиталізації на цих сегментах є десинхронізованими – окремі фінансові інституції досить активно запроваджують цифрові технології. В той же час, інші – практично не розглядають можливості та переваги діджиталізації свого бізнесу. Як наслідок ми є свідками глибоких інституційних та сегментарних дисбалансів, які беззаперечно стримують розвиток фінансового ринку України на цифровій основі.

Формулювання цілей статті

Мета статті – детермінувати інституційно-сегментарні передумови та особливості діджиталізації на фінансовому ринку України.

Виклад основного матеріалу

Інституційна структура фінансового ринку України: ключові деформації та їх вплив на діджиталізацію.

Протягом багатьох років домінуючим учасником фінансового ринку України були банки, які за своїм фінансовим потенціалом значно переважали небанківські фінансові інституції (тут і надалі для більш релевантного відображення будуть проводитися кількісні оцінки станом на початок 2022 року). Станом на 1.01.2022 року активи банків становили 2,05 трлн. грн., тоді як активи страхових компаній – 64,2 млрд. грн., активи ІСІ – 536,7 млрд. грн., активи фінансових компаній – 198,7 млрд. грн., активи кредитних спілок – 2,3 млрд. грн. [1-2]. Навряд чи можна очікувати, що в період дії військового стану зазначені пропорції суттєво зміняться. Разом з тим, не можна не відмітити різноспрямованих тенденцій, що притаманні інституційній структурі вітчизняного фінансового ринку. З одного боку, ми бачимо стрімкий розвиток фінансових компаній, ломбардів, з іншого – поступове згасання діяльності кредитних спілок, стагнацію недержавних пенсійних фондів, слабкість компаній страхування життя. Для порівняння наведемо дані щодо активів окремих фінансових інституцій в Україні станом на кінець 2014 та 2022 рр.

Таблиця 1

Активи окремих фінансових інституцій в Україні, 2021 р. проти 2014 р., станом на кінець року

№ з.п.	Вид фінансових інституцій	АКТИВИ, млрд. грн.		Зміна, %
		2014	2021	
1	Банки	1316,8	2053,2	55,92%
2	Інститути спільного інвестування	214,8	536,7	149,86%
3	Страхові компанії	70,3	64,2	-8,68%
4	Кредитні спілки	2,34	2,26	-3,42%
5	Ломбарди	1,71	3,03	77,19%
6	Фінансові компанії	51,26	198,7	287,63%
7	Недержавні пенсійні фонди	2,47	3,87	56,68%

Джерело: складено автором за [1-3].

Зважаючи на суттєву інституційну фрагментарність вітчизняного фінансового ринку, виникає очевидне питання про оцінку ступеня діджиталізації діяльності різних фінансових інституцій. Аналіз спеціалізованої літератури засвідчив, що використання цифрових технологій учасниками фінансового ринку має кілька вимірів – від діджиталізації за різними складниками внутрішнього середовища до формування цифрових каналів комунікації з клієнтами (споживачами фінансових послуг, учасниками фінансових операцій) [4-6]. На останній аспект необхідно звернути особливу увагу, адже якраз в питанні формування сприятливих умов для акумуляції заощаджень домогосподарств фінансовий ринок України характеризується суттєвими недоліками.

Об'єктивно складно порівнювати різні за своєю природою фінансові послуги (фінансові операції) фінансових установ, в тому числі – орієнтовані на споживачів-фізичних осіб. Адже, насамперед, суттєво відрізняється мотивація індивідуальних учасників фінансового ринку, яка спонукає їх формувати заощадження та спрямовувати їх у фінансові інструменти. Проте, навіть з врахуванням зазначених чинників,

роль різних фінансових інституцій в сегменті послуг для фізичних осіб в Україні станом на початок 2022 року є надзвичайно показовою (табл. 2).

Таблиця 2

Кількісні параметри окремих сегментів фінансового ринку України, 2022 р., станом на початок року

№ з.п.	Вид фінансових інституцій	Обсяг, млрд. грн.
1	Депозити домогосподарств, залучені банківськими установами	794,15
2	Кредити домогосподарствам, надані банківськими установами	254,38
3	Сума наданих ломбардами кредитів під заставу	11,91
4	Кредити, надані членам кредитних спілок, на кінець періоду	1,97
5	Валові страхові премії від страховальників фізичних осіб	27,91
6	Заборгованість за виданими фізичним особам кредитами фінансовими компаніями	13,09
7	Питома вага вартості чистих активів ІСІ, що перебувають у власності фізичних осіб	117,65
8	Пенсійні внески від фізичних осіб та фізичних осіб-підприємців	0,45

Джерело: складено автором за [1-3].

Очевидно, що зазначені у Табл. 2 є яскравим свідченням як початкових умов для діджиталізації різних сегментів фінансового ринку України, так і місця діджиталізації у корпоративних стратегіях різних фінансових інституцій, їх зацікавленості у використанні цифрових технологій у бізнес-процесах. Насамперед, варто звернути увагу на таке:

- зволікання з повноцінною пенсійною реформою в нашій державі визначає сучасне місце недержавних пенсійних фондів у архітектоніці вітчизняного фінансового ринку. Тут мова має йти не тільки про незначні обсяги пенсійних внесків, скільки про їх структуру, коли частка внесків від фізичних осіб ледве перевищує показник у 15 %, а питома вага активів корпоративного НПФ Національного банку України складає майже 45 % усіх активів. Очевидно, що насамперед у діджиталізації загалом та з точки зору комунікації з потенційними та наявними клієнтами мають бути зацікавлені відкриті НПФ. Проте їх роль на ринку досить скромна, як і зацікавленість фізичних осіб у відповідних послугах.

- майже аналогічно треба розглядати перспективи діджиталізації вітчизняного ринку спільного інвестування. Дані Української асоціації інвестиційного бізнесу [2] переконливо свідчать, що на вказаному сегменті фінансового ринку України закріпилася тенденція до «венчуризації». На перший погляд, 117,6 млрд. грн. вартості чистих активів ІСІ у власності фізичних осіб – досить вагоми показник, який свідчить про зацікавленість останніх в інвестуванні в цінні папери інвестиційних фондів. Проте, треба врахувати, що в Україні лише 17 фондів відкритого типу, показники яких «тьмяніють» на фоні венчурних ІСІ (питома вага яких за обсягом чистих активів – 95 %), а фізичні особи мають суттєві обмеження під час інвестування у венчурні ІСІ [7]. Окрім того, в численних дослідженнях [8] підкреслюється – вітчизняний ринок спільного інвестування має «схемний» характер, а інвестори (в тому числі – фізичні особи) насамперед зацікавлені в «оптимізації» фінансових потоків та зменшенні податкового навантаження.

- стрімко розвиваються цифрові технології на страховому ринку та на ринку кредитування фізичних осіб. Варто визнати, що вітчизняний страховий бізнес виявив надзвичайно високий рівень адаптації до діджиталізації своєї діяльності [9]. Більше того, зараз активно розвиваються порівняльні сервіси (англ. price comparison websites), які дають можливість клієнтам обрати оптимальний варіант страхової послуги для себе. Разом з тим, треба визнати, що переваги діджиталізації найбільш на вітчизняному страховому ринку виявляються в першу чергу на етапі пошуку страхової компанії та укладання страхового договору, тоді як взаємодія з клієнтами під час страхового випадку відбувається на «традиційних» засадах. Безперечно, лідерами серед фінансових інституцій за рівнем використання цифрових технологій є офференти кредитних послуг (за виключенням кредитних спілок, лізингодавців та факторингових компаній). В цьому контексті варто визначити суттєвий прогрес фінансових компаній, які орієнтуються на мікрокредитування населення. За досить короткий проміжок фінансовим компаніям вдалося суттєво наростити власний кредитний портфель не в останню чергу завдяки цифровізації. Проте якраз на прикладі фінансових компаній можна і достатньо чітко ідентифікувати ризики цифровізації фінансової діяльності [10]. Окремі з цих ризиків надзвичайно виразно виявляються в умовах низького рівня фінансової грамотності населення в Україні.

В загальному, варто підкреслити той факт, що лідером діджиталізації на рівні фінансових інституцій в Україні залишаються банки. Така ситуація є цілком природною, як зважаючи на їх місце на вітчизняному фінансовому ринку, так і з врахуванням тих інвестицій, які необхідно здійснити в розвиток цифрових технологій. Також саме для традиційного банкінгу діджиталізація формує численні загрози, без належної реакції на які банківські установи втрачатимуть свої ринкові позиції.

Сегментарна структура фінансового ринку України: проблеми фондового ринку тлі «діджиталізації» інвестицій в ОВДП

Беззаперечно, однією із найбільш виразних проблем сучасного фінансового ринку України є стан фондового ринку загалом та ринку корпоративних цінних паперів – зокрема. Фактично можна констатувати, що нині втрачено зацікавленість корпоративних емітентів у розміщенні пайових та боргових інструментів на фондовому ринку. Очевидно, що зазначені тенденції були сформовані ще задовго до 2023 року – в період активної приватизації, наслідком якої стало формування крупних фінансово-промислових груп. В свою чергу, ключові бенефіціари найбільших вітчизняних ФПГ об'єктивно досі віддають перевагу стратегії «закриття» акціонерного капіталу та методам фінансування поза фондовим ринком. В таких умовах сфера обігу корпоративних цінних паперів є непривабливою як для емітентів, так і для потенційних індивідуальних інвесторів. Саме тому мережа Internet рясніє різноманітними пропозиціями (і не завжди добросесними), в яких громадянам України пропонується долучитися до торгівлі «акціями іноземних емітентів на міжнародних ринках капіталу»

Як наслідок, про певний рівень цифровізації на ринку цінних паперів можна говорити виключно в контексті ринку державних цінних паперів. Якщо за точку оцінки взяти структуру торгів на фондовому ринку, очевидним є закріплення домінування сегменту ОВДП (рис. 2).

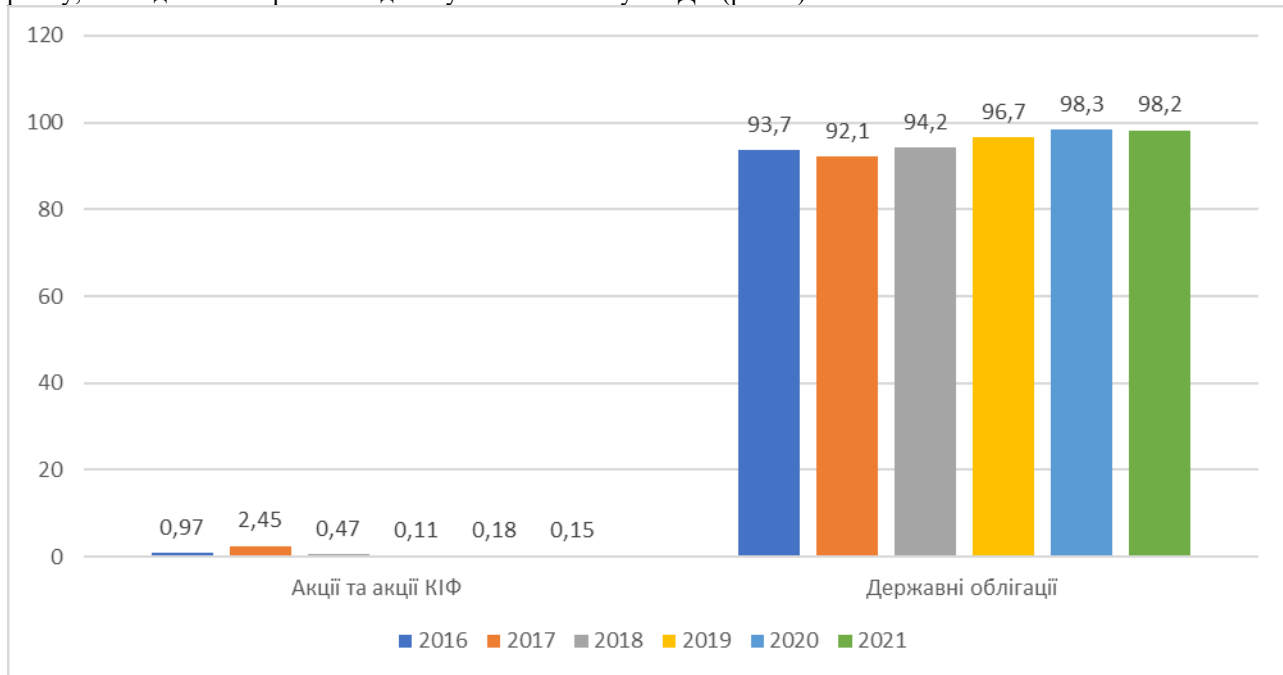


Рис. 1. Питова вага акцій та державних облигацій в структурі торгів фінансовими інструментами на операторах організованих ринків капіталу у 2016-2021 рр., %

Джерело: складено автором за [11].

Проте навіть в таких умовах можна говорити про існування зацікавленості громадян України у придбанні фінансових інструментів на фондовому ринку, серед іншого – і з використанням цифрових технологій. Показовим у цьому контексті є використання застосунку «Дія» для інвестицій у військові облигації. Початок відкритої агресії проти України актуалізував проблематику наповнення державного бюджету. Тому держава вдалася до випуску військових облигацій, які допомогли б фінансувати соціальні та безпекові статті бюджетних витрат в умовах війни. На наш погляд, саме діджиталізація цього процесу і через створення спеціалізованого сайту, і завдяки іншим технологіям дали можливість залучити 350 тис. громадян України, які інвестували більше 10 млрд. грн. [12].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Для сучасного фінансового ринку України характерні суттєві інституційно-сегментарні дисбаланси, які є одним із ключових чинників, що впливатимуть на його діджиталізацію. Сформовані на протязі тривалого часу принципи функціонування різних сегментів вітчизняного фінансового ринку багато в чому формують ставлення фінансових інституцій до використання цифрових технологій загалом та до їх застосування в процесі комунікації зі споживачами фінансових послуг, клієнтами, учасниками фінансових операцій. Разом з тим, тенденції ринку кредитування свідчать, що саме цифрові технології можуть стати потужним каталізатором для активного розвитку того чи іншого сегменту. Ключове завдання – сформулювати зацікавленість як з боку фінансових інституцій, так і інших учасників фінансового ринку. В цьому контексті держава, як регулятор, має враховувати, що для діджиталізації притаманні не тільки переваги, але й суттєві

ризиків. У випадку, якщо сформовані на сьогодні інституційно-сегментарні дисбаланси фінансового ринку не будуть подолані, ефекти від діджиталізації будуть або нівельовані, або втрачені взагалі.

Література

1. Наглядова статистика. Національний банк України. URL.: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (дата звернення 30.11.2022 р.).
2. Ринок у цифрах. Асоціація інвестиційного бізнесу України. URL.: <https://www.uaib.com.ua/analituaib> (дата звернення 29.11.2022 р.).
3. Ринок накопичувального пенсійного забезпечення. НКЦПФР. URL.: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/#tab-5> (дата звернення 29.11.2022 р.).
4. Борисюк О.В., Дацюк-Томчук М.Б., Липовська-Маковецька Н.І. Імперативи розвитку фінансового ринку України в умовах цифровізації. Економічний часопис.2020. Т. 2. №22. С. 168–176.
5. Корнєєв В., Матвієнко Г. Виклики та перспективи розвитку фінансового ринку країн ЄС в умовах діджиталізації. Формування ринкової економіки в Україні. 2019. Вип. 42. С. 86-98
6. Рощина Н., Шевчук О., Кустарьова К. Дослідження міжнародного фінансового ринку в умовах діджиталізації: нові можливості. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2021. №18. С. 44-50.
7. Закон України «Про інститути спільного інвестування» № 5080-VI від 5.07.2012 р.
8. Яріш О., Цинювник А. Оптимізація податкового навантаження інститутів спільного інвестування та їх інвесторів: вітчизняний та зарубіжний досвід. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. 2018. № 5. С. 119-124.
9. Дем'янчук М., Гуржий К. Трансформація страхового ринку в умовах розвитку цифрових технологій. Економіка та управління підприємствами. 2020. № 25. С. 272-278.
10. 10 Common Types of Digital Risks. RiskOptics. URL.: <https://reciprocity.com/blog/common-types-of-digital-risks/> (дата звернення 29.11.2022 р.).
11. Аналіз ринку. НКЦПФР. URL.: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/> (дата звернення 29.11.2022 р.).
12. Бюджет 2022. Міністерство фінансів України. URL.: https://www.mof.gov.ua/uk/budget_2022-538 (дата звернення 09.02.2023 р.).

References

1. Nahliadova statystyka. Natsionalnyi bank Ukrainy. URL.: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist> (data zvernennia 30.11.2022 r.).
2. Rynok u tsyfrakh. Asotsiatsiia investytsiinoho biznesu Ukrainy. URL.: <https://www.uaib.com.ua/analituaib> (data zvernennia 29.11.2022 r.).
3. Rynok nakopychualnoho pensiinoho zabezpechennia. NKTsPFR. URL.: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/#tab-5> (data zvernennia 29.11.2022 r.).
4. Borysiuk O.V., Datsiuk-Tomchuk M.B., Lipovska-Makovetska N.I. Imperatyvy rozvytku finansovoho rynku Ukrainy v umovakh tsyfrovizatsii. Ekonomichnyi chasopys.2020. T. 2. №22. S. 168–176.
5. Kornieiev V., Matviienko H. Vyklyky ta perspektyvy rozvytku finansovoho rynku krain YeS v umovakh didzhytalizatsii. Formuvannia rynkovoї ekonomiky v Ukraini. 2019. Vyp. 42. S. 86-98
6. Roshchyna N., Shevchuk O., Kustarova K. Doslidzhennia mizhnarodnoho finansovoho rynku v umovakh didzhytalizatsii: novi mozhlyvosti. Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskiy politekhnichnyi instytut». 2021. №18. S. 44-50.
7. Zakon Ukrainy «Pro instytuty spilnoho investuvannia» № 5080-VI vid 5.07.2012 r.
8. Yarish O., Tsynovnik A. Optymizatsiia podatkovoho navantazhennia instytutiv spilnoho investuvannia ta yikh investoriv: vitchyzniani ta zarubizhnyi dosvid. Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. Serii : Ekonomichni nauky. 2018. № 5. S. 119-124.
9. Demianchuk M., Hurzhyi K. Transformatsiia strakhovoho rynku v umovakh rozvytku tsyfrovyykh tekhnolohii. Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy. 2020. № 25. S. 272-278.
10. 10 Common Types of Digital Risks. RiskOptics. URL.: <https://reciprocity.com/blog/common-types-of-digital-risks/> (data zvernennia 29.11.2022 r.).
11. Analiz rynku. NKTsPFR. URL.: <https://www.nssmc.gov.ua/news/insights/> (data zvernennia 29.11.2022 r.).
12. Biudzheth 2022. Ministerstvo finansiv Ukrainy. URL.: https://www.mof.gov.ua/uk/budget_2022-538 (data zvernennia 09.02.2022 r.).

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-54>

УДК 330

Дмитро ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ

Хмельницький національний університет
<https://orcid.org/0000-0002-4949-078X>

МЕХАНІЗМ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У КОНКУРЕНТНИХ УМОВАХ

Стаття аналізує роль машинобудування в економіці України, його вплив на ВВП та національну безпеку. Розглядається важливість сучасних технологій, автоматизації виробництва для конкурентоспроможності. Акцентується на стратегічному розвитку, інноваціях та модернізації основних активів підприємства. Визначено, що розвиток машинобудування як ключового сектора промисловості не може ефективно функціонувати без розробки механізму підвищення ефективності машинобудівних підприємств у конкурентних умовах, враховуючи його внесок у стабільність та зростання економіки країни. Дослідження також висвітлює основні виклики, з якими зіштовхується галузь, та шляхи їх подолання в умовах глобалізації та технологічних змін. Особлива увага приділяється аналізу ринкових тенденцій, стратегічному плануванню та адаптації підприємств.

Ключові слова: механізм, ефективність, машинобудівні підприємства, конкурентні умови, управління, стратегія, конкуренція, промисловість.

Dmytro VASYLKYVSKYI

Khmelnitskyi National University

THE MECHANISM FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT

The article delves deeply into the significance of machine-building in Ukraine's economy, emphasizing its profound impact on the Gross Domestic Product and the overarching national economic security. It sheds light on the pivotal role of cutting-edge technologies, the essence of production automation, and the imperativeness of intellectualization in bolstering an enterprise's competitive stance in the market. The research underscores the paramount importance of strategic evolution, the infusion of product innovations, and the relentless modernization of the enterprise's core assets. Such endeavors not only cater to contemporary market demands but also fortify the enterprise's position, ensuring its sustained growth and relevance in an ever-evolving economic landscape. The article further explores the challenges faced by the machine-building sector, the potential solutions to overcome these challenges, and the future prospects of this vital industry in the context of global trends and technological advancements. Additionally, it delves into the intricate interplay between policy-making, industry standards, and the role of innovation in shaping the trajectory of the machine-building sector in Ukraine. The research also provides insights into market dynamics, competitive strategies, and the potential pathways for the industry to navigate the complexities of the global market. Emphasis is placed on understanding the global context, the role of research and development, and the importance of fostering a culture of continuous improvement and innovation within the industry. The article also discusses the potential of collaboration between industry stakeholders, the role of government in facilitating growth, and the need for a holistic approach to address the multifaceted challenges faced by the sector.

Keywords: mechanism, efficiency, machine-building enterprises, competitive conditions, management, strategy, competition, industry

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Створення структурно збалансованої, розвиненої і конкурентоспроможної промисловості є одним з найважливіших напрямків розвитку економіки України в даний час. Машинобудування є основою для всієї промисловості країни, так як надає інструменти (верстати, обладнання, верстати, агрегати, запасні частини, вузли, вузли, деталі, прилади, робототехніку, інструменти тощо) різним галузям промисловості. Велике значення і провідну роль машинобудування в сучасних умовах можна пояснити наступними факторами. По-перше, машинобудівний комплекс є двигуном науково-технічного прогресу, забезпечуючи технічне переоснащення всіх галузей народного господарства країни. По-друге, основне економічне значення продукції машинобудування полягає в насиченні всіх галузей промисловості в країні основними виробничими фондами сучасного технічного рівня для значного підвищення продуктивності праці, забезпечення національної економічної безпеки і обороноздатності держави. По-третє, машинобудівні підприємства створюють високу додану вартість, а тому мають найбільший вплив на валовий внутрішній продукт України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Окремі питання оцінки ефективності діяльності машинобудівних підприємств висвітлюються у роботах учених-економістів К. Вікселя, Ф. Едجوурта, Дж. Кейнса, К. Маркса, Дж. С. Мілля, А. Сміта, Д. Рікардо, Дж. Робінсона, Й. Шумпетера та ін. Важливим є той факт, що підвищення ефективності машинобудівних підприємств до рівня, якого вимагає кон'юнктура ринку, у значній мірі залежить від напрямків реалізації комплексу заходів, перелік яких співвідноситься із тими чи іншими обраними шляхами

перетворень стосовно основних сфер діяльності підприємства та застосування сучасного організаційно-економічного та інформаційного інструментарію.

Варто зазначити, що однозначного визначення понять «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентні переваги» на сьогоднішній день немає. У більшості наукових робіт ці поняття, найчастіше, зводяться до здатності машинобудівного підприємства випускати конкурентоспроможну продукцію [4; 5]. Інший підхід наведено в роботі [3], де конкурентоспроможність машинобудівного підприємства визначається, з одного боку, як деяка сукупність основних характеристик, що визначають рівень використання науково-технічного потенціалу, з іншого боку, як поєднання досить великої кількості зовнішніх факторів, що дозволяють підприємству розробляти і виготовляти продукцію, яка має більш низьку ціну і високу якість в порівнянні з конкурентами.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

У наукових дослідженнях відсутні чіткі визначення понять ефективності діяльності машинобудівних підприємств, конкурентоспроможності та конкурентних переваг підприємства і це створює актуальність відповідних наукових розробок у цьому напрямі.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження та розробка механізму підвищення ефективності діяльності машинобудівних підприємств в умовах зростаючої конкуренції, акцентуючи увагу на впровадженні сучасних технологій, стратегічному плануванні та інноваційних підходах до управління.

Виклад основного матеріалу

Стратегія розвитку підприємств машинобудівного комплексу, включаючи розробку продукції, що відповідає сучасним вимогам; оновлення основних фондів підприємства для поліпшення якості їх складу; впровадження сучасних технологій у виробничий процес; автоматизація виробничих процесів; інтелектуалізація виробничих систем; удосконалення організації праці і виробництва; посилення інвестиційної діяльності; інтенсифікація інноваційної діяльності; збільшення кількості галузей; значне підвищення рівня кооперації виробництва; підвищення ефективності операційної діяльності на підприємствах машинобудівного комплексу. Поняття «цифрове виробництво» передбачає, що інтелектуалізація виробничих систем на основі сучасних інформаційних технологій стане одним з основних факторів підвищення конкурентоспроможності українських промислових підприємств [1].

Нами визначено, що підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в сучасних економічних умовах є актуальною проблемою [5]. Сьогодні для досягнення ефективних результатів підприємствам необхідно адаптуватися до постійно мінливих зовнішніх і внутрішніх умов, які вимагають розробки інноваційної концепції формування їх конкурентоспроможності.

Під конкурентоспроможністю підприємства ми розуміємо його здатність досягати поставлених цілей, створювати потенціал для подальшого зростання, отримувати економічні вигоди щодо конкурентів. Основою створення конкурентоспроможності підприємства є його конкурентні переваги, які в залежності від сфери формування можна класифікувати як структурні, технічні, ринкові, виробничо-ресурсні. У сукупності ці конкурентні переваги створюють ключові фактори успіху підприємства – високу якість продукції, низькі витрати, дотримання термінів виконання замовлень клієнтів, нововведення. Для досягнення найкращих результатів підприємству необхідно постійно підвищувати ефективність своєї операційної діяльності. Основним інструментом вирішення цієї актуальної проблеми для машинобудівних підприємств є система оперативного управління виробництвом, адекватна сформованій в ринкових умовах виробничій системі.

У зв'язку зі зміною умов функціонування машинобудівним підприємствам потрібна універсальна система оперативного управління виробництвом. Основними ознаками універсальної системи повинні бути: гнучкість до динаміки номенклатури і обсягу продукції, що випускається; відмова від укрупнених і умовних планово-облікових підрозділів; перехід на детальну систему; висока точність оперативних цілей; узгодженість цілей і показників на різні періоди планування для різних структурних одиниць; розробка виробничих програм і оперативних завдань, ведення оперативно-виробничого обліку, здійснення добового контролю, оперативного аналізу і регулювання виготовлення продукції великими, середніми і дрібними партіями, а також в єдиній кількості на єдиній методологічній основі - уніфікованих моделях і алгоритмах [3].

Методологія побудови універсальної системи оперативного управління з урахуванням динаміки попиту на продукцію, що випускається, динаміки виробництва і поєднання різних видів виробництва була розроблена автором даного дослідження. Елементи універсальної системи оперативного управління

Динамічне різномірне виробництво поділяється на основне, планово-облікові одиниці і календарно-планові нормативи. Ключовими елементами, що складають ядро універсальної системи, є графіки, призначені для відображення динаміки виробництва і динаміки виробництва на заводському, цеховому і внутрішньоцеховому рівнях управління, черги на виконання технологічних операцій.

На заводському рівні управління формуються графіки випуску продукції, покликані задати єдиний темп виробництва продукції на підприємстві. На цеховому рівні управління складаються графіки виробництва деталей, призначені для управління забезпеченням споживчих цехів. На внутрішньоцеховому рівні управління будуються графіки виробництва деталей, призначені для оперативного планування та обліку технологічних операцій.

Зі зміною попиту на продукцію, удосконаленням конструкції і технології виготовлення виробів, удосконаленням організаційної структури управління і виробничої структури підприємства оперативно перераховуються графіки на всіх рівнях управління для визначення нових значень параметрів виробництва. Це надає системі оперативного управління виробництвом властивість адекватності керованої виробничої системи і дозволяє в повній мірі реалізувати принципи гнучкості, точності в оперативному управлінні машинобудівним виробництвом.

Черга технологічних операцій як елемент універсальної системи оперативного управління виробництвом призначена для складання оперативно-планових завдань на виробничі ділянки. Для оперативного планування технологічні операції в черзі діляться на три групи в залежності від фактичного дня забезпечення виробництва деталями і розроблених правил пріоритетності. День безпеки – це планово-облікова одиниця в універсальній системі оперативного управління динамічним багатотипним виробництвом, яка показує номер робочого дня з початку року, згідно з яким виробництво оснащується деталями і складальними одиницями.

Даний підхід дозволяє оперативно регулювати створення відставання деталей і складальних одиниць при відхиленні виробничого процесу від заданого графіка. Головне, що його можна використовувати в багатономенклатурному динамічному виробництві різних типів на всіх виробничих ділянках в заготівельному, переробному і складальному цехах машинобудівного підприємства.

Схема збалансування цілей і показників ефективності діяльності підприємства і структурних підрозділів показана на рис. 1. Для всіх функціональних підсистем на довгострокову перспективу розробляються динамічні довгострокові графіки з метою визначення цілей і планування показників ефективності. Довгострокові, середньострокові та короткострокові цілі та показники ефективності визначаються в динамічних графіках, тим самим забезпечуючи узгодження цілей та показників на різних рівнях управління (стратегічному, тактичному та оперативному) та різних періодах планування.

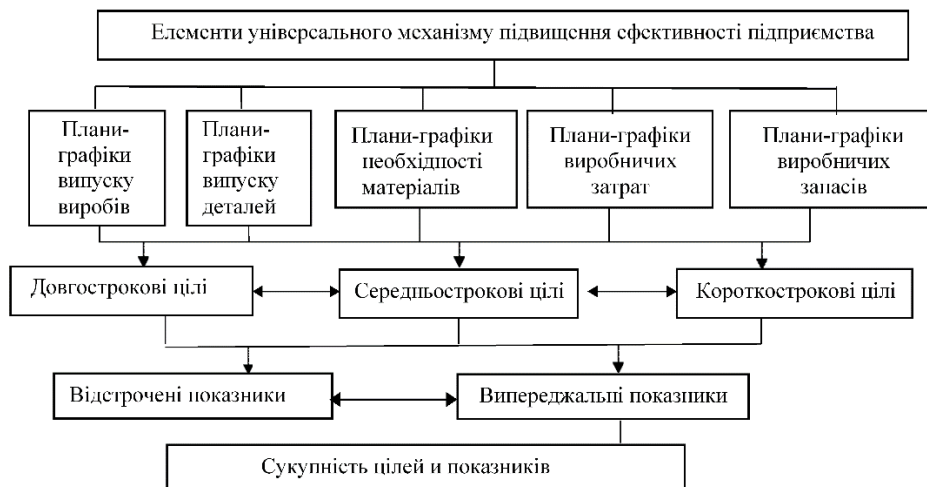


Рис. 1. Схема збалансування цілей і показників діяльності підприємства в межах механізму підвищення ефективності підприємства

Запропонований підхід розвиває науковий напрямок Р. Каплана і Д. Нортонна щодо збалансованої системи показників реалізації розробленої стратегії підприємства [2] шляхом доповнення її інструментом координації – елементами універсальної системи оперативного управління сприяє формуванню конкурентоспроможності підприємства.

В універсальній системі оперативного управління виробництвом реалізується сукупність керованих параметрів, які покликані визначити плановий і фактичний стан виробництва з урахуванням існуючих ресурсних обмежень, вплинути на хід виробництва і створити передумови для підвищення ефективності операційної діяльності машинобудівного підприємства. Запропонований підхід розвиває концепцію М. Hammer і D. Stamps, а саме доповнює ключові поняття виробництва – повний набір незавершеної продукції, динамічні виробничі запаси і прями виробничі витрати, якими необхідно оперативно управляти.

Принцип вирівнювання і відновлення втрати незавершеного виробництва на підприємстві взятий за основу формування щомісячної докладної виробничої програми цеху і розробки оперативно-планових завдань на виробничі ділянки. Цільовою функцією при формуванні щомісячної докладної виробничої програми цеху є плановий коефіцієнт завершеності незавершеного виробництва, максимальний з яких

потрібно знайти. Цільова функція при формуванні виробничі ділянки оперативних планових показників – це відхилення від поточної дати запланованих термінів виконання технологічних операцій, мінімальні значення яких повинні бути визначені.

Запропонований механізм підвищення ефективності машинобудівних підприємств у конкурентних умовах орієнтований на виробничий процес і прийняття своєчасних управлінських рішень. Він пропонує перенести фактичні витрати з цеху в цех по технологічному шляху і накопичувати в складальному цеху підприємства, де виготовляється готовий виріб. Такий підхід дозволяє в системі оперативного управління багатомономенклатурним динамічним машинобудівним виробництвом:

- 1) повністю гармонізувати рух матеріальних і грошових потоків у просторі і часі;
- 2) відображати в оперативному обліку витрати в ті моменти, коли вони реально відбуваються на виробництві;
- 3) організувати своєчасний і ефективний контроль і аналіз витрат на виробництво;
- 4) підвищити відповідальність працівників, безпосередньо задіяних у виробничому процесі, за витрачання матеріальних ресурсів і фонду оплати праці;
- 5) забезпечувати збереження деталей і складальних одиниць на виробничих майданчиках;
- 6) повною мірою реалізувати на практиці принцип безперервних поліпшень (зниження норм матеріаломісткості і норм часу на технологічні операції, часу, протягом якого не створюється додана вартість тощо).

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

У сукупності перераховані фактори сприяють зниженню втрат виробництва і, як наслідок, формуванню конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.

В розробленому механізмі прямими витратами виробництва повністю забезпечується координація руху грошових і матеріальних потоків. Це дає можливість отримувати достовірні дані про фактичні витрати, проводити щоденний моніторинг і аналіз витрат безпосередньо в місцях їх виникнення, виявляти причини розбіжності фактичних і планових витрат.

Перевагою даного механізму є те, що з'явилася можливість своєчасно і ефективно управляти прямими витратами виробництва і точно відносити їх до собівартості продукції, розробляти сукупність реальних і конкретних заходів щодо зниження виробничих втрат.

Література

1. Миколайчук Н.С. Вплив структурних змін на ефективність економічного розвитку / Н.С. Миколайчук, М.М. Миколайчук // Вісник технологічного університету Поділля. – 2002. – № 4, ч.2, т.2. – с. 200-201.
2. Мороз О. В. Моделювання взаємозв'язку стану фінансово-господарської діяльності та ефективності моделі поведінки підприємства / О. В. Мороз, Л. Я. Швейкіна, Н. І. Ганзієнко // Економічний часопис – XXI. – 2013. – № 7–8 (1). – С. 83–87.
3. Орлов О. О. Проблеми оцінювання ефективності впровадження нової техніки в машинобудуванні / О. Орлов, Е. Рясних // Актуальні проблеми економіки, – 2015. – № 5 (167). – С. 144–152.
4. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: монографія / В.В. Пастухова. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2012. – 302 с.
5. Шевчук А.Л. Комплекс маркетингових заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства / А.Л. Шевчук, О.Є. Громова, О.Л. Мусієнко // «Регіональна бізнес-економіка та управління» науковий виробничо-практичний журнал. – 2020. – №1(65). – С.36-42.

References

1. Mykolajchuk N.S. Vplyv strukturyh zmin na efektyvnist' ekonomichnogo rozvytku / N.S. Mykolajchuk, M.M. Mykolajchuk // Visnyk tehnologichnogo universytetu Podillja. – 2002. – № 4, ch.2, t.2. – s. 200-201.
2. Moroz O. V. Modeljuvannja vzajemozv'jazku stanu finansovo-gospodars'koi' dijal'nosti ta efektyvnosti modeli povedinky pidpryjemstva / O. V. Moroz, L. Ja. Shvejkina, N. I. Ganzijenko // Ekonomichnyj chasopys – XXI. – 2013. – № 7–8 (1). – S. 83–87.
3. Orlov O. O. Problemy ocinjuvannja efektyvnosti vprovadzhenja novoi' tehniki v mashynobuduvanni / O. Orlov, E. Rjasnyh // Aktual'ni problemy ekonomiky, – 2015. – № 5 (167). – S. 144–152.
4. Pastuhova V.V. Strategichne upravlinnja pidpryjemstvom: filosofija, polityka, efektyvnist': monografija / V.V. Pastuhova. – K.: Kyi'vs'kyj nacional'nyj torgovel'no-ekonomichnyj universytet, 2012. – 302 s.
5. Shevchuk A.L. Kompleks marketyngovyh zahodiv shhodo pidvyshhenja konkurentospromozhnosti pidpryjemstva / A.L. Shevchuk, O.Є. Gromova, O.L. Musijenko // «Regional'na biznes-ekonomika ta upravlinnja» naukovyj vyrobnycho-praktychnyj zhumal. – 2020. – №1(65). – S.36-42.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-55>

УДК: 338.48 (477)

Тетяна ВАСИЛЬЄВА

Сумський державний університет
<https://orcid.org/0000-0003-0635-7978>

Лариса ГРИЦЕНКО

Сумський державний університет
<https://orcid.org/0000-0003-3903-6716>

Ірина КОЖУШКО

Сумський державний університет
<https://orcid.org/0009-0005-7793-2767>

Світлана ГАПОНЕНКО

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
<https://orcid.org/0000-0001-6647-3335>

Владислав КУЦЕНКО

Національний університет «Запорізька політехніка»
<https://orcid.org/0000-0003-0878-9360>

ОЦІНКА ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

У статті розроблено багатокомпонентний алгоритм процесу оцінки та управління фінансовим потенціалом підприємств сфери туризму та гостинності на основі інтегрального показника. Додатково ідентифіковано фактори впливу середовища діяльності на ефективність управління фінансовим потенціалом підприємств сфери туризму та гостинності, а також перспектив розвитку, які до нього входять. Розроблено можливі варіанти дій щодо покращення показників фінансового потенціалу підприємств сфери туризму та гостинності у розрізі стратегічного функціонування. Визначено, що достатній рівень фінансового потенціалу є одним з ключових факторів для підприємств сфери туризму та гостинності щодо підвищення їхньої конкурентоспроможності, ефективності діяльності та реалізації перспективних можливостей подальшого розвитку. Встановлено, що фінансовий потенціал підприємств сфери туризму та гостинності виступає одним з ключових чинників, які характеризують підприємницьку діяльність у відповідності до наявних фінансових ресурсів, фінансового стану та конкурентних ринкових позицій суб'єкта економічних відносин, а також можливостей розвитку та перспективних напрямів діяльності в умовах динамічного та нестабільного економічного середовища. Нарощення фінансового потенціалу підприємств сфери туризму та гостинності чинить позитивний вплив на ряд аспектів підприємницької діяльності: стабільність конкурентного середовища та наявність конкурентних переваг за існуючої ринкової кон'юнктури, інвестиційну привабливість для стейкхолдерів, сталий та інноваційний розвиток підприємства загалом та ін. Цінність проведеного дослідження полягає у розширенні наукових поглядів щодо управління фінансовим потенціалом підприємств сфери туризму та гостинності. Подальші дослідження пропонується проводити у розрізі розробки науково-методичних положень щодо оптимізації структури фінансового потенціалу підприємств сфери туризму та гостинності у процесі реалізації стратегічних цілей функціонування, а також перспектив застосування GAP-аналізу для ідентифікації та декомпозиції внутрішніх стратегічних розривів за складовими елементами фінансового потенціалу.

Ключові слова: фінансовий потенціал, сфера туризму та гостинності, оцінка, інтегральний показник, управління, конкурентоспроможність, фінансові ресурси, ефективність.

Tetiana VASYLIEVA, Larysa HRYTSENKO, Irina KOZHUSHKO

Sumy state university

Svitlana HAPONENKO

Oles Honchar Dnipro national university

Vladyslav KUTSENKO

«Zaporizhzhia polytechnic» national university

ASSESSMENT AND MANAGEMENT OF THE FINANCIAL POTENTIAL OF TOURISM AND HOSPITALITY ENTERPRISES

The most optimal multi-component algorithm for assessing and managing the level of financial potential has been developed based on the analysis of the integral indicator, which is an aggregate indicator of the financial condition, liquidity, solvency, profitability and competitiveness of enterprise under the existing market conditions. During the analysis and study of the financial potential of tourism and hospitality enterprises, it is determined that it is advisable to divide the concept into financial potential of sustainability and financial potential of development, and it is found that the latter is significantly influenced by direct and indirect environmental factors. In view of this, the most significant factors influencing the level of financial potential of an enterprise in the process of realization of its strategic goals and prospective development opportunities have been analyzed and identified. In addition, a list of possible measures aimed at increasing the level of financial potential of tourism and hospitality enterprises has been developed. It has been established that the financial potential of enterprises in the field of tourism and hospitality is one of the key factors that characterize entrepreneurial activity in accordance with the available financial resources, financial condition and competitive market positions of the subject of economic relations, as well as development opportunities and promising areas of activity in conditions of dynamic and unstable economic environment. The value is in the formation of a methodology for assessing the level of financial potential and developing possible actions to improve it. Further research is proposed to be carried out in the context of developing scientific and methodological provisions for optimizing the structure of the

financial potential of tourism enterprises in the process of implementing strategic goals of functioning, as well as the prospects for applying GAP analysis to identify and decompose internal strategic gaps by the constituent elements of financial potential.

Keywords: financial potential, the field of tourism and hospitality, assessment, integral indicator, management, competitiveness, financial resources, efficiency.

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

Важливим в умовах нестабільності та мінливості середовища діяльності є те, що кожне підприємство для ефективного розвитку свого та галузі загалом має адекватно оцінювати рівень своїх можливостей та раціонально розпоряджатися належними йому ресурсами. Крім того, забезпечення ефективної діяльності та підвищення конкурентоспроможності сьогодні є одними з основних завдань керівництва підприємств і не лише сфери туризму та гостинності, а в цілому. У свою чергу, дані аспекти, а також ряд інших, як, наприклад, інвестиційна привабливість великою мірою залежать від фінансового потенціалу підприємств сфери туризму та гостинності. Пояснюється це зокрема тим, що фінансовий потенціал являє собою потужний елемент для оперативного та стратегічного впливу на ефективність діяльності та економічний розвиток підприємства, а сьогодні також виступає як один з факторів, що визначають успішність діяльності та ринку. З огляду на це, постає крайня потреба у вивченні явища фінансового потенціалу, методів його оцінки, моніторингу та управління ним, його значення у забезпеченні розвитку суб'єкта господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Провівши дослідження існуючих засад оцінки та управління фінансовим потенціалом підприємств сфери туризму та гостинності приходимо до висновку щодо недостатнього висвітлення даної проблематики серед науковців. Слід зазначити, що велика частина існуючих досліджень спрямована на вивчення аспекту управління даним напрямом діяльності суб'єктів господарювання. До таких зокрема можемо віднести праці В. В. Ткаченко, І. В. Ткаченко та П. В. Пузирьової [13, 15], О. О. Маслиган, Л. Ш. Маматової та ін. [18], О. І. Полохович [12]. Вчені наголошують зокрема на тому, що збільшення фінансового потенціалу підприємства веде до зростання його конкурентоздатності, інвестиційної привабливості та посиленню інтересу стейкхолдерів до нього. Також певною мірою у вітчизняній економічній літературі проведено вивчення аспекту оцінки фінансового потенціалу підприємства, що підтверджується роботами Л. Д. Завідної [20], а також В. М. Марченко та А. І. Бондар [17].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Аналіз існуючих наукових праць показує наявність певних напрацювань з питань оцінки та управління фінансовим потенціалом підприємств сфери туризму та гостинності. Водночас досі не вирішеними залишається ряд питань щодо оцінки та управління фінансовим потенціалом підприємств саме сфери туризму та гостинності, а саме: різноплановість методичних підходів до оцінки впливу фінансового потенціалу на ефективність діяльності суб'єктів господарювання даної галузі тощо. З огляду на це, незавершеність процесу управління фінансовим потенціалом для підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств та підприємств сфери гостинності обумовила актуальність та мету проведеного дослідження, а також окреслила перспективи для подальших наукових пошуків.

Формулювання цілей статті

Метою статті є дослідження підходів до удосконалення процесу управління фінансовим потенціалом підприємств туризму та сфери гостинності, розвиток методичних підходів до його оцінювання.

Виклад основного матеріалу

Важливим етапом управління фінансовим потенціалом підприємства або іншими словами фінансового менеджменту є оцінка його рівня. Саме вона є базою для висновку про наявні та можливі фінансові ресурси, а також перспективи до подальшого розвитку [1].

Оцінку фінансового потенціалу підприємств сфери туризму та гостинності, на нашу думку, доцільно проводити за наступним алгоритмом [8, 10, 11, 14, 20]:

1. Оцінка поточного стану і прогноз розвитку чинників зовнішнього і внутрішнього фінансового середовища підприємства туризму:

- збирання даних з використанням методів статистичного дослідження за сукупністю процесів, що здійснює підприємство;
- розподіл генеральної сукупності на якіснооднорідні та масштабно менші сукупності та подальше вивчення їх складу та взаємодії за певними ознаками;
- формування матриці фінансових показників та нормування її елементів для подальшої оцінки фінансового потенціалу підприємства.

2. Інтегральна оцінка поточного фінансового стану підприємства туризму та сфери гостинності:

- аналіз фінансових показників (показники фінансового стану, рентабельності, ліквідності, платоспроможності тощо) – визначення ефективності використання фінансових ресурсів та готовність підприємства до виконання своїх фінансових зобов'язань;

- аналіз інвестиційного потенціалу – аналіз можливості підприємства здійснювати інвестиції у нові проекти та свій розвиток, а також оцінка ефективності використання залучених інвестиційних ресурсів.
 - аналіз конкурентоспроможності – здатність підприємства конкурувати за поточної ринкової кон'юнктури, аналіз поточного стану конкурентного середовища, потенційних можливостей та загроз, що з ним пов'язані;
 - аналіз ризиків – оцінка рівня ризику, пов'язаного з діяльністю підприємства та розробка стратегії зменшення їх негативного впливу;
 - аналіз забезпечення фінансової стабільності – ступінь забезпечення фінансової стабільності підприємства, встановлення необхідних резервів для запобігання можливим фінансовим збиткам.
3. Формулювання висновків щодо якості управління фінансовим потенціалом на базі аналізу вибраних раніше показників фінансового стану туристичного підприємства:
- формування системи локальних показників та методів оцінки фінансового потенціалу підприємства;
 - визначення нормативних значень та відповідність їм розрахованих на попередньому етапі фактичних значень;
 - ідентифікація рівня фінансового потенціалу туристичного підприємства.
4. Прийняття управлінських рішень щодо змін фінансового потенціалу підприємства туризму у напрямі стратегічного бачення його розвитку:
- оцінювання стадії життєвого циклу підприємства та коригування стратегічних напрямів господарської діяльності (у разі якщо вони були попередньо визначені);
 - визначення факторів впливу макро- та мікросередовища на стратегічні цілі підприємства та оцінка їх впливу;
 - уточнення стратегії діяльності підприємства та оцінка ймовірності її реалізації протягом наступного фінансового року за поточної економічної та суспільно-політичної ситуації.

Таким чином, ефективне управління фінансовим потенціалом підприємств сфери туризму та гостинності, у першу чергу, варто розглядати як систему цілей та дій на перспективу в основі розробки та реалізації яких є ефективне управління наявними у підприємств фінансовими ресурсами з метою максимізації економічного результату. Така система крім іншого також дозволяє виявити обсяг прихованого та внутрішнього резервів фінансових ресурсів підприємства, що, у свою чергу, є одним з напрямів збільшення його можливостей. Разом з тим, ефективність та надійність управління фінансовим потенціалом суб'єкта господарювання на пряму залежить від достовірності проведеного оцінювання, а отже і повноти, достовірності та співставності фінансової інформації [12]. Саме тому вважаємо доцільним приділити увагу саме етапу оцінки фінансового потенціалу підприємства.

Так, для інтегральної оцінки фінансового потенціалу підприємства сфери туризму та гостинності необхідно проаналізувати наступні елементи: обсяг наявних фінансових ресурсів, їх динаміку та віддачу, ефективність управління грошовими потоками, фінансову рівновагу, рівень ризику неплатоспроможності підприємства, його ліквідність та фінансову стійкість, потребу у позиковому чи інвестиційному капіталі і т. д. З огляду на це доцільним є визначення порогових значень окремих показників аналізу фінансового стану підприємств сфери туризму та гостинності (табл. 1).

Як бачимо з таблиці 1, для оцінювання фінансового потенціалу доцільно обирати саме показники-стимулятори діяльності, для яких позитивною тенденцією є зростання. Разом з тим, задля більш ефективного порівняння досить великого масиву даних за доцільне вважаємо розрахунок інтегрального показника фінансового потенціалу, яке являє собою зважене значення показників у відповідності до вагомості кожного з них.

Таблиця 1

Порогові значення показників інтегральної оцінки фінансового потенціалу підприємства сфери туризму та гостинності

Показник	Рівень фінансового потенціалу підприємства			
	Високий	Середній	Низький	Критичний
Коефіцієнт автономії	> 0,5	0,25 – 0,5	0,1 – 0,25	< 0,1
Коефіцієнт забезпеченості активів власними коштами	> 0,1	0,025 – 0,05	0,01 – 0,025	< 0,0
Коефіцієнт маневреності	> 0,4	0,2 – 0,4	0,1 – 0,2	< 0,1
Коефіцієнт загальної ліквідності	> 1,5	0,5 – 1,0	0,25 – 0,5	< 0,25
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,3	0,1 – 0,2	0,05 – 0,1	< 0,05
Коефіцієнт швидкої ліквідності	> 0,7	0,5 – 0,7	0,3 – 0,5	< 0,3
Рентабельність активів	> 0,1	0,05 – 0,1	0,025 – 0,05	< 0,025
Рентабельність капіталу	> 0,15	0,05 – 0,15	0,01 – 0,05	< 0,01
Рентабельність продажів	> 0,1	0,025 – 0,1	0,01 – 0,025	< 0,01

Джерело: систематизовано автором на основі [7, 10, 16, 18].

Так, для оцінки окремої складової фінансового потенціалу використаємо формулу 1:

$$X_i = \sum_{i=1}^n K_i M_i, \quad (1)$$

де K_i – зважене значення показника в межах і складової фінансового потенціалу;
 M_i – ваги відповідного показника

Загальний же інтегральний показник рівня фінансового потенціалу підприємства сфери туризму та гостинності визначається з використанням принципу розрахунку середньої геометричної (2):

$$\bar{X} = \sqrt[n]{X_1 * X_2 * X_3 \dots X_n}, \quad (2)$$

де X_n – значення інтегрального показника оцінки рівня фінансового потенціалу за окремою складовою.

Варто зазначити, що достовірність оцінки та подальше ефективне управління фінансовим потенціалом підприємства сфери туризму та гостинності більшою мірою залежить від умінь менеджменту інтерпретувати отримані результати інтегрального оцінювання за відповідними показниками. Найбільш загальним трактуванням визначеного рівня фінансового потенціалу є наступне [6, 7]:

- високий рівень (значення інтегрального показника 0,90 і більше) – діяльність підприємства визначається як така, що генерує достатній обсяг фінансового результату, а також характеризується високим рівнем ліквідності та платоспроможності, фінансово стабільним становищем та високими конкурентними позиціями;
- середній рівень (0,60 – 0,89) – діяльність підприємства залишається достатньо прибутковою, хоча і має досить сильну залежність від впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що певною мірою загрожує фінансовій стабільності, ліквідності та платоспроможності підприємства і потребує постійного моніторингу ринкової кон'юнктури та впливу її змін на конкурентні позиції;
- низький рівень (0,35 – 0,59) – підприємство є фінансово нестабільним та потребує впровадження негайних дій, спрямованих на зростання рівня показників фінансового стану підприємства;
- критичний рівень (0,0 – 0,34) – підприємство є збитковим та фінансово нестабільним, має низькі конкурентні позиції та високий ризик банкрутства.

Говорячи про процес управління фінансовим потенціалом підприємства сфери туризму та гостинності варто також ввести такі поняття як фінансовий потенціал стійкості, який є базовим та фінансовий потенціал розвитку, що передбачає саме перспективні напрями нарощення потенціалу та результативності підприємства. Так, досліджувані методи оцінки фінансового потенціалу є більш співставними з першим, оскільки характеризують саме результати поточної діяльності суб'єкта господарювання. Даний вид фінансового потенціалу є основою формування фінансової рівноваги підприємства та підтримання його платоспроможності та ліквідності на належному рівні, що з огляду на сучасні умови діяльності демонструють спроможність підприємства пристосовуватись до високодинамічних змін зовнішнього середовища діяльності, поглинати його негативні впливи та створювати передумови до нарощення загального потенціалу підприємства. У свою чергу, чинниками і факторами забезпечення фінансового потенціалу розвитку підприємства туризму є не лише його внутрішній потенціал та ряд організаційно-управлінських аспектів, які спрямовані на досягнення стратегічних цілей діяльності підприємства, а й зовнішні економічні умови (рис. 1), які чинять визначальний вплив на можливості підприємства до ефективної діяльності на перспективу [13].

Отже, фінансовий потенціал підприємств сфери туризму та гостинності виступає одним з ключових чинників, які характеризують підприємницьку діяльність у відповідності до наявних фінансових ресурсів, фінансового стану та конкурентних ринкових позицій суб'єкта економічних відносин, а також можливостей розвитку та перспективних напрямів діяльності в умовах динамічного та нестабільного економічного середовища. Так, нарощення фінансового потенціалу підприємства чинить позитивний вплив на ряд аспектів підприємницької діяльності: стабільність конкурентного середовища та наявність конкурентних переваг за існуючої ринкової кон'юнктури, інвестиційну привабливість для стейкхолдерів, сталий та інноваційний розвиток підприємства загалом та ін.

З огляду на проведені дослідження можемо також виділити основні напрями можливого підвищення рівня фінансового потенціалу розвитку підприємства сфери туризму та гостинності [12, 20]:

- підтримання достатнього рівня фінансової стійкості та ліквідності через систему ефективного фінансового менеджменту;
- забезпечення достатнього рівня ефективності та результативності діяльності підприємства через контроль його ділової активності;

- впровадження спеціальної саморегулюючої системи контролінгу на підприємстві як системи функціональної підтримки управлінського інструментарію через інформаційне забезпечення, планування, координацію та контроль;
- інформаційна підтримка постійно діючої системи моніторингу рівня фінансового потенціалу та розробка оперативних управлінських рішень на її основі за умови нестабільності зовнішнього економічного середовища;
- забезпечення фінансової безпеки підприємства як основи його стабільності, впровадження ефективної діяльності та реалізації можливостей розвитку;
- впровадження антикризового управління з метою реалізації управлінських рішень на забезпечення економічної стабільності функціонування за умови нестабільного зовнішнього середовища;
- створення механізму повного управління ризиками, як основи забезпечення економічної безпеки підприємства та підвищення його фінансового потенціалу;
- проведення реінжинірингу з метою ширшого використання сучасних інформаційних технологій для досягнення високих конкурентних позицій, реалізації стратегічних завдань та нових бізнес-цілей, що передбачає повну перебудову ділових процесів для досягнення найбільшої ефективності діяльності підприємства.

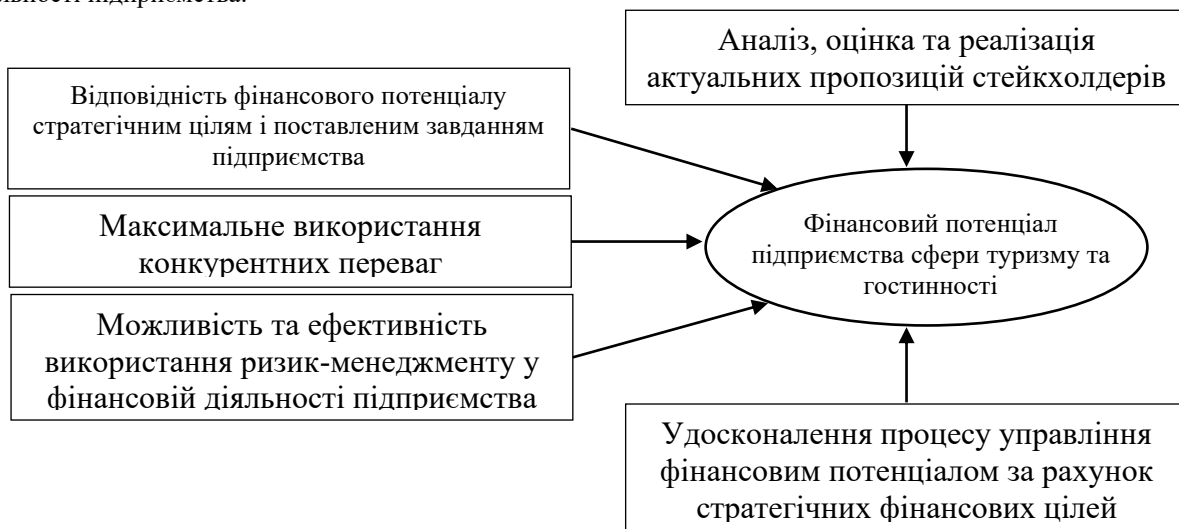


Рис. 1. Фактори впливу на ефективність управління фінансовим потенціалом розвитку підприємства сфери туризму та гостинності (систематизовано автором на основі [1, 15, 19])

На нашу думку, впровадження таких заходів у сукупності з доцільною оцінкою та ефективним управлінням фінансовим потенціалом підприємств сфери туризму та гостинності надасть їм реальні можливості щодо досягнення мети максимізації прибутку, мінімізації ризиків, покращення ринкових позицій, залучення достатнього обсягу інвестиційних ресурсів, географічної диверсифікації діяльності тощо.

У загальному розумінні, фінансовий потенціал розвитку підприємств сфери туризму та гостинності є сукупністю усіх наявних у суб'єкта господарювання та потенційних ресурсів і в тому ж числі і фінансових, які забезпечують досягнення у поточній та довгостроковій перспективі окреслених менеджментом стратегічних цілей з урахуванням ряду чинників впливу зовнішнього та внутрішнього середовищ. У свою чергу, оцінка фінансового потенціалу дає підстави для визначення основних напрямів активізації діяльності підприємства сфери туризму та гостинності, розробити ефективну та актуальну для конкретної ринкової кон'юнктури та існуючих умов функціонування стратегію розвитку, яка буде спрямована на мінімізацію можливих витрат і фінансових ризиків [1].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Розроблено алгоритм оцінювання фінансового потенціалу підприємств сфери туризму та гостинності та прийняття стратегічних рішень, які базувались би на значенні інтегрального показника фінансового потенціалу підприємства вищезазначеної сфери. Розроблено загальну методику оцінки, що формалізовано у вигляді динамічної моделі, в основі якої лежить визначення середньої геометричної оцінок окремих елементів фінансового потенціалу.

На основі проведених наукових пошуків додатково ідентифіковано фактори впливу середовища діяльності на ефективність управління фінансовим потенціалом та перспектив розвитку, які до нього входять. Розроблено можливі варіанти дій щодо покращення показників фінансового потенціалу підприємства сфери туризму та гостинності у розрізі стратегічного функціонування.

Подальші дослідження пропонується проводити у розрізі розробки науково-методичних положень щодо оптимізації структури фінансового потенціалу підприємств сфери туризму та гостинності у процесі

реалізації стратегічних цілей функціонування, а також перспектив застосування GAP-аналізу для ідентифікації та декомпозиції внутрішніх стратегічних розривів за складовими елементами фінансового потенціалу.

Література

1. Ареф'єв С. О., Ничипорук М. М. Резерви підвищення ефективності використання фінансового потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні* : Матеріали IV Всеукр. науково-практ. конф. 2020. С. 128–134.
2. Бардаш С. В., Петрук О. М. Ідентифікація фінансового потенціалу франчайзингової туристичної мережі: гносеологічний дискурс. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 1(95). С. 69–75.
3. Бардаш С. Сутність та умови оцінки фінансового потенціалу франчайзингової туристичної мережі. *The world science of modernity. Problems and prospects of development* : Abstracts of XV International Scientific and Practical Conference, м. Paris, 25 берез. 2021 р. С. 32–35.
4. Блашчак Б. Фінансовий потенціал у структурі потенціалу підприємства. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: економіка і управління*. 2019. Т. 30(69), № 3. С. 74–78.
5. Бова В., Хринюк О. Сутність фінансового потенціалу підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених*. 2017. № 11(64).
6. Богма О., Камінський С., Гутник П. Фінансовий потенціал підприємства : методика оцінювання. *Herald of Kyiv National University of Trade and Economics*. 2022. Т. 142, № 2. С. 36–47.
7. Воробей А. С., Шибковський Д. І., Педченко Н. С. Методичні підходи до аналізу конкурентоспроможності підприємства на основі інтегральної оцінки його фінансового потенціалу. *Наука і молодь у XXI сторіччі* : зб. матеріалів Всеукр. молодіж. науково-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 30 листоп. 2022 р. С. 111–114.
8. Костирко Л. А., Серeda О. О. Фінансовий потенціал як об'єкт фінансового регулювання розвитку суб'єктів господарювання. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2019. № 1(69). С. 149–157.
9. Мазур І., Алієв Р. А. Сутність і особливості реалізації потенціалу туристичного підприємництва. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2022. № 33. С. 96–104.
10. Марченко В. М., Бондар А. І. Оцінювання фінансового потенціалу підприємства на прикладі ПРАТ «СКФ Україна». *Ефективна економіка*. 2018. № 5.
11. Перерва Б. К. Фінансовий потенціал як важлива складова економіки підприємства. *«Економіка і менеджмент 2023 : перспективи інтеграції та інноваційного розвитку»*. С. 97–100.
12. Полюхович О. І. Управління фінансовим потенціалом підприємства. *Студентський вісник Національного університету водного господарства та природокористування*. 2022. № 2(18). С. 71–75.
13. Ткаченко В. В., Ткаченко І. В., Пузирьова П. В. Шляхи підвищення ефективності управління фінансовим потенціалом підприємств в умовах ринкової економіки. *Advancing in research and education* : Abstracts of XII International Scientific and Practical Conference, м. La Rochelle, 7 груд. 2023 р.
14. Darahan A., Gevorkyan A. Formation of components of financial potential of the enterprise. *Economic scope*. 2021.
15. Development and effectiveness of financial potential management of enterprises in modern conditions / V. Tkachenko et al. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 3, no. 30. P. 85–94.
16. Kosova T., Yaroshevska O., Solomina G. Diagnosis and regulation of financial potential of business entities in the system of strategic crisis management. *Ekonomika ta derzhava*. 2020. No. 4. P. 14.
17. Marchenko V. M., Bonda A. I. Managing financial potential of the enterprise. *Efektivna ekonomika*. 2018. No. 11.
18. Modern management paradigm of financial potential of a manufacturing enterprise / O. Maslihan et al. *Ekonomika ta derzhava*. 2022. No. 2. P. 26.
19. Samorodov B. V., Saukh I. V., Vyhovska N. G. Integrated dynamic model of strategic analysis of tourist enterprises financial potential. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 2, no. 29. P. 296–304.
20. Zavidna L. Evaluation of financial potential of hotel industry enterprise. *Economic scope*. 2020.

References

1. Arefiev S. & Nychoporuk M. (2020). "Reserves for improving the efficiency of using the financial potential of the enterprise". In Actual problems of innovative development of cluster entrepreneurship in Ukraine (pp. 128-134).
2. Bardash, S. (2021). "The essence and conditions for assessing the financial potential of the franchise tourism network". In The world science of modernity. problems and prospects of development (pp. 32-35).
3. Bardash, S. V., & Petruk, O. M. (2021). "Identification of the financial potential of the franchise tourism network: An epistemological discourse". *Economics, management and administration*, (1(95)), 69-75.
4. Blashchak, B. (2019). "Financial potential in the structure of enterprise potential". *Scientific notes of Vernadsky TNU. Series: Economics and Management*, 30(69)(3), 74-78.

5. Bova, V., & Khryniuk, O. (2017). "The essence of the financial potential of the enterprise". Actual problems of economy and management: Collection of scientific works of young scientists, (11(64)).
6. Bogma, O., Kaminskyi, S., & Gutnyk, P. (2022). "Financial potential of the enterprise: Methodology of evaluation". Herald of Kyiv National University of Trade and Economics, 142(2), 36-47.
7. Vorobey, A. S., Shibkovsky, D. I., & Pedchenko, N. S. (2022). "Methodological approaches to the analysis of enterprise competitiveness based on an integrated assessment of its financial potential". In Science and youth in the XXI century (pp. 111-114).
8. Kostyrko, L. A., & Sereda, O. O. (2019). "Financial potential as an object of financial regulation of the development of business entities". Journal of Socio-Economic Research, (1(69)), 149-157.
9. Mazur, I., & Aliev, R. A. (2022). "The essence and features of realization of the potential of tourism entrepreneurship". Scientific notes of Lviv University of Business and Law. Series of economic. Series of legal., (33), 96-104.
10. Marchenko, V. M., & Bondar, A. I. (2018). "Assessment of the financial potential of the enterprise on the example of PJSC "SCF Ukraine". Effective economy, (5).
11. Pererva, B. K. (2023). "Financial potential as an important component of the enterprise economy". In Economics and management 2023: Prospects for integration and innovative development" (pp. 97-100).
12. Polyukhovych, O. I. (2022). "Management of the financial potential of the enterprise". Student Bulletin of the National University of Water and Environmental Engineering, (2(18)), 71-75.
13. Tkachenko, V. V., Tkachenko, I. V., & Puzyrova, P. V. (2023). "Ways to improve the efficiency of managing the financial potential of enterprises in a market economy". In Advancing in research and education.
14. Darahan, A., & Gevorkyan, A. (2021). "Formation of components of financial potential of the enterprise". Economic Scope.
15. Kosova, T., Yaroshevska, O., & Solomina, G. (2020). "Diagnosis and regulation of financial potential of business entities in the system of strategic crisis management". Ekonomika ta derzhava, (4), 14.
16. Marchenko, V. M., & Bonda, A. I. (2018). "Managing financial potential of the enterprise". Effective economics, (11).
17. Maslihan, O., Mamatova, L., Zhukov, S., & Ribak, O. (2022). "Modern management paradigm of financial potential of a manufacturing enterprise". Ekonomika ta derzhava, (2), 26.
18. Samorodov, B. V., Saukh, I. V., & Vyhovska, N. G. (2019). "Integrated dynamic model of strategic analysis of tourist enterprises financial potential". Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice, 2(29), 296-304.
19. Tkachenko, V., Kwilinski, A., Kaminska, B., Tkachenko, I., & Puzyrova, P. (2019). "Development and effectiveness of financial potential management of enterprises in modern conditions". Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice, 3(30), 85-94.
20. Zavidna, L. (2020). "Evaluation of financial potential of hotel industry enterprise". Economic Scope.

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2023-316-2-56>

УДК 614.23: 351.7

Володимир МАЦІК

Західноукраїнського національного економічного університету

<https://orcid.org/0009-0002-9677-5443>

e-mail: tsprmsd3@ukr.net

ПУБЛІЧНА ПОЛІТИКА ОХОРОНИ ГРОМАДСЬКОГО ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

У статті обґрунтовано актуальність вибудування прогресивної моделі публічної політики охорони громадського здоров'я в Україні виходячи із необхідності подолання, з одного боку, численної кількості вже тривалий час існуючих перешкод, а, з іншого – впливу війни, наслідки якого непрогнозовані і вже призвели до критичного стану галузі. Аналіз останніх досліджень і публікацій підтвердив, що питанням публічної політики охорони громадського здоров'я в нашій країні надається висока увага із сторони наукової спільноти і пропонуються різні способи їх результативного вирішення. Розроблено механізм реалізації публічної політики охорони громадського здоров'я України в умовах євроінтеграційних викликів, до елементів якого віднесено суб'єкти, об'єкти, принципи, функції, інструменти, заходи, євроінтеграційні виклики та цілі.

Ключові слова: громадське здоров'я, публічна політика, охорона здоров'я, євроінтеграція, населення, держава.

Volodymyr MATSYK

West Ukrainian National University

PUBLIC POLICY OF PUBLIC HEALTH PROTECTION OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF EUROPEAN INTEGRATION CHALLENGES

The article substantiates the relevance of building a progressive model of public policy of public health protection in Ukraine based on the need to overcome, on the one hand, a large number of long-standing obstacles, and, on the other hand, the influence of the war, the consequences of which are unpredictable and have already led to a critical state industry. The analysis of the latest researches and publications confirmed that the issues of public policy of public health protection in our country are given high attention by the scientific community and various methods of their effective solution are proposed. Public health is a determining factor in building a stable and competitive economy that primarily focuses on the needs of the population. The public policy of public health protection should be considered in relation to the ability of the country's institutions to form the appropriate legal, organizational, economic and social framework in which they function. A mechanism for implementing the public policy of public health protection of Ukraine in the conditions of European integration challenges has been developed, the elements of which include subjects, objects, principles, functions, tools, measures, European integration challenges and goals. The public policy of public health protection should be considered in relation to the ability of the country's institutions to form the appropriate legal, organizational, economic and social framework in which they function. The presented mechanism makes it possible to establish the basic necessary elements according to which the implementation of the public policy of public health protection is able to solve a full set of tasks for the formation of a progressive health care system in Ukraine according to European models. The processes of meeting the needs of the population in the preservation, protection and strengthening of health and well-being are clearly a priority in such a mechanism.

Key words: public health, public policy, health care, European integration, people, state.

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

Трансформація системи охорони громадського здоров'я є однією з найбільш очікуваних інституційних реформ в Україні. Протягом багатьох років держава не виконує свої зобов'язання стосовно створення вільного доступу громадян до якісної медичної допомоги та повноцінного збереження їхнього здоров'я. Одним із пояснень цього є те, що наша країна успадкувала одну з найбільших лікарняних мереж у Європі з найбільшою кількістю ліжок на душу населення. З огляду на велике навантаження на державний бюджет, її функціонування є неефективним і не відповідає потребам суспільства. Все це вимагає розроблення публічної політики, що дозволяє здійснити необхідні реформи та в повній мірі вирішити теперішні завдання орієнтуючись на європейську систему охорони громадського здоров'я.

Попри те, що процеси реформування активно реалізуються та мають позитивне схвалення як зі сторони медичного персоналу, так і громадян, але існуючі темпи не дозволяють повноцінно вирішувати існуючі проблеми та досягати очікуваних результатів. Цьому є достатньо багато перешкод, зокрема однією з основних є те, що держава не здатна забезпечити необхідне фінансування системи охорони громадського здоров'я (якщо в Україні витрати на галузь, тут не враховуємо необхідність боротьби з пандемією, складають близько 3,0 % ВВП, то в країнах ЄС показник що найменше на 5,0 % більший, при цьому, що і загальний обсяг ВВП суттєво перевищує значення нашої країни). Існують і інші перешкоди, як незадовільна якість медичних послуг, поширення критичних витрат «з кишени» пацієнтів, недостатній доступ до лікарських засобів та медичних виробів тощо. Публічна політика об'єднуючи усіх суб'єктів відносин в галузі повинна передбачити як найшвидше розв'язання існуючих проблем та стимулювати перехід вітчизняної системи охорони громадського здоров'я на європейську модель функціонування і подальшого розвитку.

Очевидно, що широкомасштабне військове вторгнення в Україну не могло не позначитися на стан галузь охорони громадського здоров'я. Україна втратила і продовжує втрачати найцінніші ресурси – людський капітал, на який покладаються головні завдання у реформуванні галузі: впровадження високоякісних послуг в контексті досягнення європейських норм і стандартів у зміцненні здоров'я, запобігання хворобам та іншому. Усе це підтверджує актуальність дослідження публічної політики охорони громадського здоров'я України з позиції вибудування ефективної моделі подолання існуючих перешкод для розвитку галузі з орієнтацією на європейський вимір.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідження сфери охорони громадського здоров'я є актуальним напрямом підготовки численних наукових публікацій, у яких значна увага приділяється інституційним аспектам її функціонування і розвитку. Йдеться про розроблення та реалізацію відповідної публічної політики, яка відповідає інтересам України, а особливо з погляду підготовки до входження у європейський простір. Так С. Назарко [1, с. 170-175] пов'язують реалізацію публічної політики охорони здоров'я з проведенням низки інституційних реформ, адаптовуючи вітчизняну систему управління галуззю європейським нормам.

Ю. Сафонов [2, с. 62-69], Ю. Самойлик [3, с. 161-166] схильні розглядати публічну політику охорони громадського здоров'я виходячи із стратегічних інтересів усіх суб'єктів, задіяних у функціонуванні та розвитку галузі – пацієнтів, закладів охорони здоров'я та їх персоналу (лікарів, медсестер, обслуговуючого персоналу та інших), галузевих інститутів влади та інших.

Значний інтерес науковців приділяється інноваційному розвитку сфери охорони громадського здоров'я, зокрема І. Білецька [4, с. 310-315; 5, с. 210-216], О. Петрух [6, с. 107-110] наголошують на необхідності інтенсивного впровадження інновацій та технологій у такі важливі сектори охорони громадського здоров'я як комунікація лікарів із пацієнтами, підбір та придбання лікарських препаратів, аналіз та контроль діяльності медичних і оздоровчих закладів тощо.

Натомість В. Куцик [7, с. 244-249], Р. Лупак [8, с. 20-29] звертають увагу на необхідності ресурсного забезпечення функціонування закладів охорони громадського здоров'я, зокрема залучення інвестицій, покращення інтелектуально-кадрового капіталу, реалізації спільних з європейськими партнерами проєктів суспільного значення. У праці [9, с. 14-19] доводиться важливість поєднання публічної політики охорони громадського здоров'я із забезпеченням соціальної безпеки України та рекомендується органам влади першочергово впроваджувати європейські норми та стандарти для досягнення за кожним із напрямів очікуваних результатів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Публічна політика потребує постійної трансформації і це в основному покликано інтенсивністю глобалізації, неоіндустріалізації та інших змін. Україна прагнути увійти в європейський простір повинна враховувати теперішні тенденції, адаптуватися та сформувати власний конкурентний потенціал. Безперечно такі орієнтири передбачають активні зміни й у сфері охорони громадського здоров'я, де від держави вимагається належним чином сформувати інституційний базис, проводити структурні реформи, а, відтак, розробляти та реалізовувати комплекс програм на різних рівнях економічного і соціального розвитку країни. Все це повинно якісно об'єднатися у базисні положення публічної політики, орієнтуючись на європейський вектор розвитку охорони громадського здоров'я.

Формулювання цілей статті

Метою статті є наукове обґрунтування концептуальних положень та прикладних аспектів публічної політики охорони громадського здоров'я України в умовах євроінтеграційних викликів.

Виклад основного матеріалу

Громадське здоров'я є визначальним чинником побудови стабільної та конкурентоспроможної економіки, що першочергово орієнтується на потреби населення. Завдяки публічній політиці формується необхідний інструментарій для досягнення відповідних цілей та, що важливо, створюється середовище, у якому безперешкодно можливо здійснювати реформи та структурні трансформації національного господарства. Тут публічна політика виконує функції створення комунікаційної системи між усіма суб'єктами системи охорони громадського здоров'я, зокрема формуються необхідні умови для євроінтеграції нашої країни. Першочергово публічна політика повинна відповідати існуючим правовим нормам і забезпечувати повноцінне їх дотримання та одночасно враховувати глобалізаційні зміни, зокрема впроваджуючи європейські нормативи.

Більше того, публічну політику охорони громадського здоров'я слід розглядати у взаємозв'язку зі спроможністю інституцій країни формувати відповідні правові, організаційні, економічні та соціальні рамки, в яких вони функціонують. При цьому основними керівними принципами такої політики мають бути зміцнення громадського здоров'я, профілактика захворювань, поліпшення якості та збільшення тривалості життя. Вектор реалізації публічної політики має також включати координацію суспільних відносин у сфері громадського здоров'я та санітарно-епідеміологічного благополуччя населення.

Згідно існуючих євроінтеграційних викликів, ще однією особливістю політики громадського здоров'я є зосередження уваги на забезпеченні та в подальшому підвищенні якості правовідносин між центральними та місцевими органами влади, юридичними та фізичними особами у цій сфері. Відповідно до цих особливостей, положення публічної політики громадського здоров'я визначають процедури створення правових та організаційних засад державного нагляду у сферах господарської діяльності, які можуть передбачати виникнення ризиків і загроз для санітарного та епідемічного благополуччя населення.

Виходячи із низки особливостей публічної політики як напряму побудови конкурентоспроможного та з достатнім рівнем економічної безпеки національного господарства її реалізація повинна відбуватися за чітким механізмом включати увесь необхідний склад елементів (суб'єктів, об'єктів, принципів, завдань, функцій, інструментів, заходів, викликів та очікуваних результатів). У відповідності до цього розроблено механізм публічної політики охорони громадського здоров'я України в умовах євроінтеграційних викликів (рис. 1).

Так основними суб'єктами публічної політики охорони громадського здоров'я України слід розглядати Кабінет Міністрів України, центральний орган виконавчої влади, головну експертну установу у сфері громадського здоров'я, органи державного епідеміологічного нагляду (контролю), центри контролю та профілактики хвороб, заклади охорони здоров'я, наукові установи, акредитовані лабораторії, міжнародні організації, громадські формування. Стосовно Кабінету Міністрів України відмітимо, що до його основних повноважень у сфері громадського здоров'я відносять:

- затвердження та координація виконання загальнодержавних і міжнародних програм, спрямованих на охорону та зміцнення здоров'я громадськості;
- координація роботи міністерств та інших центральних і місцевих органів виконавчої влади в системі охорони здоров'я;
- забезпечення міжнародного співробітництва та реалізація дослідницьких проєктів у сфері охорони здоров'я;
- здійснення спеціальних заходів державного нагляду за дотриманням вимог санітарних норм і правил.

Діяльність інших суб'єктів насамперед передбачає виконання наказів Кабінету Міністрів України, надання пропозицій для удосконалення системи управління процесами забезпечення захисту і охорони громадського здоров'я, ініціювання налагодження та масштабування міжнародних відносин для пришвидшення імплементації медико-санітарних правил та іншого. При цьому кожен із суб'єктів у межах своїх законодавчо визначених компетенцій повинен здійснювати таким чином публічну політику, щоб домогтися покращення стану здоров'я в країні, підтримувати його достатній стан для організації ефективності та продуктивної праці, не допускати погіршення епідемічної ситуації та іншого.

Виходячи із законодавчих, функціональних та інших характеристик суб'єктів сфери охорони громадського здоров'я до об'єктів публічної політики у цій сфері відносимо (1) зміцнення здоров'я, (2) запобігання хворобам, (3) покращення якості та збільшення тривалості життя, (4) забезпечення санітарно-епідемічного благополуччя населення, (5) масштабування суспільних відносин у сфері громадського здоров'я.

Досяжність результатів публічної політики охорони громадського здоров'я варто розглядати із сторони дотримання принципів, до яких віднесено:

- законність (дотримання Конституції та законів України, а також міжнародних договорів України);
- орієнтованість на населення (врахування інтересів покращення життя та забезпечення безпеки при організації і наданні послуг в системі охорони громадського здоров'я);
- справедливість (реалізація прав населення на зміцнення здоров'я і забезпечення рівного доступу до медичних послуг у відповідності до їх потреб протягом життя);
- цілісність (досягнення єдності при покращенні фізичного, ментального, психологічного, духовного і соціального стану населення);
- мінімізація шкоди (зменшення негативного впливу на здоров'я людини з боку різних видів діяльності);
- відповідальність (формування середовища, де кожен із суб'єктів готовий виконувати встановлені правила, дотримуватись норм та впроваджувати прогресивні стандарти охорони здоров'я);
- своєчасність (швидке прийняття необхідних заходів для забезпечення охорони громадського здоров'я);
- протидія дискримінації (недопущення дискримінації за різними ознаками здоров'я, подолання стигматизації щодо хворих людей);
- обґрунтованість (прийняття рішень щодо охорони здоров'я базуючись на аналізі попередніх тенденцій);
- міжгалузеве співробітництво (набуття тісних взаємозв'язків між органами влади та місцевого самоврядування в галузі охорони здоров'я).

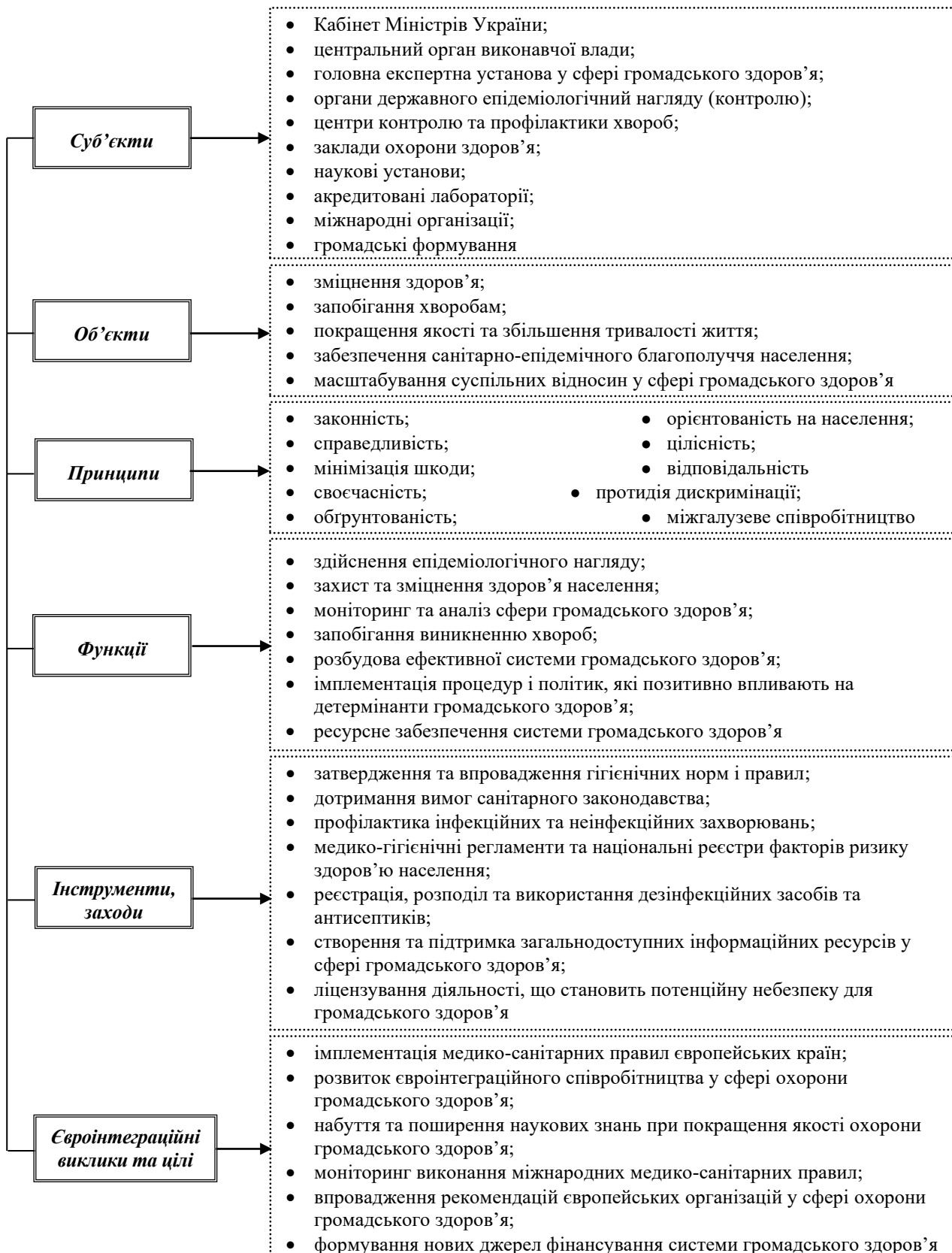


Рис. 1. Механізм реалізації публічної політики охорони громадського здоров'я України в умовах євроінтеграційних викликів

Публічна політика виконує низку функцій, зокрема у сфері охорони громадського здоров'я до їх переліку віднесемо (1) здійснення епідеміологічного нагляду, (2) захист та зміцнення здоров'я населення, (3) моніторинг та аналіз сфери громадського здоров'я, (4) запобігання виникненню хвороб, (5) розбудова ефективної системи громадського здоров'я, (6) імплементація процедур і політик, які позитивно впливають на детермінанти громадського здоров'я, (7) ресурсне забезпечення системи громадського здоров'я.

Реалізації публічної політики передбачає здійснення низки заходів та використання широкого інструментарію, до яких віднесемо затвердження та впровадження гігієнічних норм і правил, дотримання вимог санітарного законодавства, здійснення профілактики інфекційних та неінфекційних захворювань, впровадження медико-гігієнічних регламентів та національних реєстрів факторів ризику здоров'ю населення, проведення реєстрації (розподілу) та посилення моніторингу використання дезінфекційних засобів та антисептиків, створення та підтримка загальнодоступних інформаційних ресурсів у сфері громадського здоров'я, ліцензування діяльності, що становить потенційну небезпеку для громадського здоров'я.

Україна починаючи з укладання Угоди про асоціацію з ЄС підтвердила євроінтеграційні наміри і реалізацію публічної політики у сфері охорони громадського здоров'я варто здійснювати саме в такому векторі. Відтак рекомендується впроваджувати наступні заходи: імплементація медико-санітарних правил європейських країн; розвиток євроінтеграційного співробітництва у сфері громадського здоров'я; набуття та поширення наукових знань у сфері громадського здоров'я; моніторинг виконання міжнародних медико-санітарних правил; впровадження рекомендацій європейських організацій у сфері громадського здоров'я; формування нових джерел фінансування системи охорони громадського здоров'я.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

Публічна політика охорони громадського здоров'я України в умовах євроінтеграційних викликів реалізується з використання широкого інструментарію і його підбір повинен відбуватися у відповідності до сучасних економічних, соціально-гуманітарних та інших інтересів держави, бізнесу, населення. Основні зусилля органів влади варто акцентувати на забезпечення адаптації вітчизняної сфери охорони громадського здоров'я до європейських норм та стандартів і тут вимагається підготувати відповідну інфраструктуру, інституційну базу, нормативно-правову систему та інше.

Представлений механізм дозволяє встановити базові необхідні елементи за якими реалізація публічної політики охорони громадського здоров'я здатна вирішувати повний комплекс завдань для становлення в Україні за європейськими зразками прогресивної системи охорони здоров'я. Однозначно пріоритетне місце в такому механізмі займають процеси задоволення потреб населення у збереженні, охороні та зміцненні здоров'я і благополуччя.

Перспективним напрямом дослідження слід розглядати визначення напрямів інституційних реформ та структурних змін у сфері охорони громадського здоров'я, що одночасно передбачатиме удосконалення публічної політики та впровадження європейського досвіду в побудові прогресивної моделі покращення якості та збільшення тривалості життя в Україні.

Література

1. Назарко С. О. Сучасна парадигма управління закладом охорони здоров'я в умовах проведення медичної реформи. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2019. № 4(20). С. 170-175.
2. Сафонов Ю. М., Борщ В. І. Стратегічний менеджмент закладів охорони здоров'я: загальні принципи та особливості застосування в галузі охорони здоров'я України. Актуальні проблеми економіки України. 2019. № 8(218). С. 62-69.
3. Самойлик Ю. В., Погребняк Л. О. Стратегія управління розвитком закладів охорони здоров'я в умовах глобалізаційних змін. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 19-20. С. 161-166.
4. Білецька І. М. Аналіз інноваційного розвитку закладів охорони здоров'я як функція менеджменту їх системного розвитку. Вісник Хмельницького національного університету. Серія економічна. 2022. № 1. С. 310-315.
5. Білецька І. М., Васильців Т. Г. Концептуальні положення менеджменту закладів охорони здоров'я: економічні аспекти системного розвитку. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2022. № 35. С. 210-216.
6. Петрух О. А. Інноваційний розвиток сфери охорони здоров'я України. Економіка та держава. 2018. № 11. С. 107-110.
7. Куцик В. І., Лупак Р. Л. Моделювання конкурентних позицій підприємств реального сектора економіки на внутрішньому ринку. Бізнес Інформ. 2017. № 12. С. 244-249.
8. Лупак Р. Л. Державна політика управління безпекою розвитку внутрішнього ринку із застосуванням інструменту імпортозаміщення. Економічний форум. 2017. № 4. С. 20-29.
9. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Стратегічні пріоритети конвергенції соціальної безпеки України та ЄС. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2018. Вип. 5 (133). С. 14-19.

References

1. Nazarko, S. O. (2019). Modern paradigm of health care institution management in the conditions of medical reform. Problems and prospects of economics and management. No. 4(20). P. 170-175.
2. Safonov, Y. M., Borshch, V. I. (2019). Strategic management of health care institutions: general principles and features of application in the field of health care of Ukraine. Actual problems of the economy of Ukraine. No. 8(218). P. 62-69.

-
3. Samoilyk, Yu. V., Pogrebnyak, L. O. (2020). The strategy of managing the development of health care institutions in the conditions of globalization changes. *Investments: practice and experience*. No. 19-20. P. 161-166.
 4. Biletska, I. M. (2022). Analysis of the innovative development of health care institutions as a function of the management of their system development. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University. Economical series*. No. 1. P. 310-315.
 5. Petrukh, O. A. (2018). Innovative development of the sphere of health care of Ukraine. *Economy and the state*. No. 11. P. 107-110.
 6. Kutsik, V. I., Lupak, R. L. (2017). Modeling of competitive positions of enterprises of the real sector of the economy on the domestic market. *Business Inform*. No. 12. P. 244-249.
 7. Lupak, R. L. (2017). State policy of security management of domestic market development using the import substitution tool. *Economic Forum*. No. 4. P. 20-29.
 8. Vasylytsiv, T. G., Lupak, R. L. (2018). Strategic priorities of convergence of social security of Ukraine and the EU. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*. Issue 5 (133). P. 14-19.

За зміст повідомлень редакція відповідальності не несе

Повні вимоги до оформлення рукопису
http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?page_id=35

Підп. до друку 27.04.2023. 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.