

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Журнал заснований у 1918 році

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Економіка і управління

Том 31 (70). № 4, 2020

Частина 1



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

Головний редактор:

Горник Володимир Гнатович – доктор наук з державного управління, доцент, директор Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського.

Члени редакційної колегії:

Бсякова Оксана Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри «Менеджмент та підприємництво на морському транспорті» Азовського морського інституту Національного університету «Одеська морська академія».

Бойченко Еліна Борисівна – доктор економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та природничих наук Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського.

Кисельов Володимир Борисович – доктор технічних наук, професор, директор Навчально-наукового інституту муніципального управління та міського господарства Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського.

Корнєєв Володимир Вікторович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів та обліку Навчально-наукового інституту управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського.

Кравченко Сергій Олександрович – доктор наук з державного управління, доцент, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського.

Кузьминчук Наталія Валеріївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва економічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.

Медведєв Микола Георгійович – доктор технічних наук, професор, завідувач кафедри загально-інженерних дисциплін та теплоенергетики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського.

Кучабський Олександр – доктор габілітований, професор кафедри географії регіонального розвитку Гданського університету (Польща).

Міхальські Томаш – доктор габілітований, професор кафедри океанографії Гданського університету (Польща).

Хлобистов Євген Володимирович – доктор економічних наук, професор, Вища школа економіки та гуманітаристики в м. Бельсько-Бяла (Польща).

**Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет відповідно до рішення вченої ради
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
(від 25 серпня 2020 року протокол №11)**

Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління» зареєстровано Міністерством юстиції України (Свідectво про державну реєстрацію друкованого ЗМІ серія КВ № 15716-4187Р від 28.09.2009 року)

Видання входить до категорії «Б» «Переліку друкованих фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» на підставі Наказу МОН України від 17 березня 2020 року № 409 (Додаток 1)

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus International
(Республіка Польща)

Сторінка журналу: www.econ.vernadskyjournals.in.ua

ISSN 2523-4803 (print)

ISSN 2707-1103 (online)

© Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2020

ЗМІСТ

1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Заяць О.І. ЕКОНОМІКО-КОНКУРЕНТНЕ ДОМІНУВАННЯ МІЖДЕРЖАВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАНЬ.....	1
Король М.М. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МОДЕЛЕЙ ФІНАНСОВИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	5
Легостаєва О.О., Кондратенко Н.Д. ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ДОВЕРИЯ ПОКУПАТЕЛЯ ПРИ ПОМОЩИ ЦЕПОЧКИ ЦЕННОСТЕЙ.....	10
Poliakova J., Shaida O., Stepanov A. PATENTING ACTIVITIES AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT IN THE GLOBAL ECONOMY.....	16
Юсифова Кямаля Халил МИРОВОЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА.....	21

2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Вещепура Н.В. СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ.....	28
Дехтяр Н.А. УПРОВАДЖЕННЯ ПОСТУЛАТІВ ЦИКЛІЧНОЇ ЕКОНОМІКИ В УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ.....	35
Довганик Н.М., Чалюк Ю.О. ТИПОЛОГІЗАЦІЯ РЕФОРМ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ.....	42
Лісовська Л.С. ВИДИ ТА ФОРМИ ПРОЯВУ ВЗАЄМОДІЙ У ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ.....	48
Максимова О.С., Максимов С.В. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СИСТЕМІ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ.....	54
Павлова Р.К., Іваненко В.В. МОДЕЛЮВАННЯ СТРУКТУРИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ.....	61
Prisyazhnyuk A. ANALYTICAL ASPECTS OF THE FINANCIAL POTENTIAL FOR CLUSTERING THE ECONOMY OF UKRAINE.....	68
Чіп Л.О. МАКРОЕКОНОМІЧНА КОН'ЮНКТУРА АГРАРНОГО РИНКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ.....	74

3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Білик В.В. СУЧАСНІ СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ.....	79
Бойченко К.С. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕГРОВАНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	83
Галюк І.Б., Кісь Г.Р. ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ ШЛЯХОМ ЗАСТОСУВАННЯ АНТИКРИЗОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ЛОГІСТИЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	89

Григорчук Т.В. НОСТАЛЬГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ЦІЛЕЙ.....	93
Грицьков Є.В. РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	99
Дегтярьова О.О. ФОРМУВАННЯ КОНТРОЛІНГОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	104
Джгуташвілі Н.М. УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТ-ОРІЄНТОВАНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СЕРВІСНОГО ПРОДУКТУ ГОТЕЛЮ.....	108
Кобильох О.Я., Гірна О.Б., Гаєва Л.І. КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19.....	117
Кравченко М.В., Іжболдіна О.О., Карамушка О.М. ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ ТА БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ.....	123
Куделя В.І., Гриценко Н.В. УПРАВЛІННЯ АДАПТАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	128
Лесюк А. С. СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	132
Пістунов І.М., Малахова М.Д. ВИЗНАЧЕННЯ МІРИ РИЗИКОВАНOSTІ КЛІЄНТА.....	141
Побережна З.М. КОНТРОЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ АВІАПІДПРИЄМСТВ НА КОНКУРЕНТНИХ РИНКАХ.....	146

CONTENTS

1. WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Zayats Olena

ECONOMIC AND COMPETITIVE DOMINATION
OF THE INTERGOVERNMENTAL INTEGRATION ASSOCIATIONS.....1

Maryna Korol

THE ESSENCE AND PECULIARITY OF THE FUNCTIONING
OF MODELS OF FINANCIAL SYSTEMS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION..... 5

Liegostaieva Olena, Kondratenko Natalia

INCREASING THE BUYER'S CONFIDENCE WITH THE VALUE CHAIN.....10

Poliakova Juliia, Shaida Oksana, Stepanov Andriy

PATENTING ACTIVITIES AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT
IN THE GLOBAL ECONOMY.....16

Yusifova Kamala Khalil

WORLD EXPERIENCE OF THE ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF AGROTOURISM.....21

2. ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Vecepora Natalia

STATE AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL PRODUCTION OF UKRAINE.....28

Dekhtyar Nadiya

IMPLEMENTING THE POSTULATES OF CYCLIC ECONOMY
INTO THE TOURISM ACTIVITY ADMINISTRATION.....35

Dovhanyk Nadiia, Chaliuk Yuliia

TYPOLGIZATION OF LOCAL GOVERNMENT REFORMS..... 42

Lisovska Lidiya

TYPES AND FORMS OF INTERACTION IN INNOVATION PROCESSES.....48

Maksymova Olena, Maksymov Sergey

MARKETING RETAILS IN THE PASSENGER CARRIAGE SYSTEM.....54

Pavlova Rimma, Ivanenko Valentyna

MODELING OF CONTROL STRUCTURES OF ORGANIZATION..... 61

Prisyazhnyuk Anna

ANALYTICAL ASPECTS OF THE FINANCIAL POTENTIAL
FOR CLUSTERING THE ECONOMY OF UKRAINE.....68

Chip Liydmyla

MACROECONOMIC CONJUNCTURE OF THE AGRICULTURAL MARKET
UNDER THE OF ECONOMIC INSTABILITY CONDITIONS.....74

3. ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Bilyk Viktoria

MODERN STRATEGIC PRIORITIES OF ENVIRONMENTAL
AND ECONOMIC SAFETY MANAGEMENT..... 79

Boichenko Kateryna

INSTITUTIONAL SUPPORT OF INTEGRATED DEVELOPMENT
OF LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES.....83

Haliuk Iryna, Kis Halyna

OPTIMIZATION OF BUSINESS ACTIVITY BY IMPLEMENTING ANTI-CRISIS TOOLS
IN THE ENTERPRISE LOGISTICS MANAGEMENT.....89

Hryhorchuk Taras

NOSTALGIC MARKETING AS A WAY TO ACHIEVE STRATEGIC MARKETING GOALS.....93

Grytskov Evgen

DEVELOPMENT OF STRATEGY OF FORMATION
AND USE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
OF CONSTRUCTION ENTERPRISES.....99

Degtiareva Olga FORMATION OF CONTROLLING MECHANISM FOR ENERGY MANAGEMENT ON MANUFACTURING ENTERPRISE.....	104
Dzhutashvili Nataliia CUSTOMER-ORIENTATION MANAGEMENT AS A QUALITY IMPROVEMENT TOOL HOTEL SERVICE PRODUCT.....	108
Kobylukh Oksana, Hirna Olha, Hayeva Lyubov KEY ASPECTS OF TRANSPORT LOGISTICS DURING THE PANDEMIC COVID-19	117
Kravchenko Mykola, Izboldina Olena, Karamushka Oleksandr THE BASIC PRINCIPLES OF FORMATION OF COMPETITION AND SECURITY ON ENTERPRISES OF THE AGRICULTURAL SECTOR.....	123
KudelyaVictoria, GritsenkoNatalia PERSONNEL ADAPTATION MANAGEMENT MODERN ENTERPRISE.....	128
Lesyuk Alyona THE COMPREHENSIVE EVALUATION INDICATOR SYSTEM OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE ENTERPRISE.....	132
Pistunov Igor, Malahova Maria DETERMINATION OF THE CUSTOMER RISK MEASURE.....	141
Poberezhna Zarina CONTROLLING AS A TOOL FOR THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF A COMPETITIVE BUSINESS MODEL OF AVIATION ENTERPRISES IN COMPETITIVE MARKETS.....	146

1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-4-1>

УДК 339.977

Заяць О.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Державний вищий навчальний заклад
«Ужгородський національний університет»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9904-8706>

Zayats Olena

Uzhorod National University

ЕКОНОМІКО-КОНКУРЕНТНЕ ДОМІНУВАННЯ МІЖДЕРЖАВНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ОБ'ЄДНАНЬ

Стаття присвячена дослідженню теоретичних і практичних аспектів макроекономічних показників найбільших міждержавних інтеграційних об'єднань як суб'єктів глобального господарства. На основі економічних показників проводиться порівняльний аналіз за ступенем економічного впливу USMCA (нової угоди про зону вільної торгівлі між Сполученими Штатами, Мексикою і Канадою), ЄС (Європейського Союзу), АСЕАН (асоціації держав Південно-Східної Азії) та МЕРКОСУР (економічного союзу держав у Південній Америці). Увагу сконцентровано на обґрунтуванні світового економіко-конкурентного лідерства серед міжнародних інтеграційних угруповань в умовах асиметрії макроекономічних показників. З'ясовано, що нині за сукупним ВВП, а також ВВП на душу населення USMCA є наймогутнішим міждержавним інтеграційним об'єднанням.

Ключові слова: економіко-конкурентні відносини, міжнародна економічна інтеграція, USMCA, Європейський Союз, АСЕАН, МЕРКОСУР, глобальне господарство.

Постановка проблеми. Міждержавні інтеграційні об'єднання стають геоекономічними лідерами. Вони через спільну діяльність країн-членів суттєво впливають на глобальне економіко-конкурентне середовище. Особлива роль належить домінуванню міжнародних інтеграційних угруповань у процесі розподілу як глобальної економічної, так і конкурентної сили між країнами-членами та їхньому позиціонуванню в міжнародних рейтингах, що вказує нам на необхідність моніторингу та ранжування міждержавних інтеграційних угруповань на кшталт національних економік окремих країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато досліджень у сфері міжнародних інтеграційних об'єднань концентрують свою увагу саме на вимірюванні ступеня їх інтеграції. Зокрема, вчені-економісти Х. Хух та К. Парк [1] розробили індекс, який включає 26 показників у шести аспектах регіональної інтеграції, таких як: торгівля та інвестиції, гроші та фінанси, регіональні ланцюги цінностей, інфраструктура та зв'язок, вільний рух людей, інституційна та соціальна інтегра-

ція. Використовуючи аналіз основних компонентів, щоб розділити вагу кожного показника, побудували субіндекси, а потім – загальний індекс. На прикладі Азії показали, що вона є відносно добре інтегрованою через розміри торгівлі, інвестицій та вільний рух людей, проте не так добре інтегрована за інституціями та соціальним виміром. Загалом Азія дещо інтегрована, ніж Південна Америка та Африка, але набагато менш інтегрована, ніж ЄС.

Інші економісти-міжнародники глибоко досліджують та аналізують країни-члени Європейського Союзу за їхнім рівнем міжнародної конкурентоспроможності, зокрема П. Анноні і Л. Дейкстра Л. [2] досліджують просторові варіації регіональних конкурентоспроможностей країн-членів ЄС порівняно із середнім показником угруповання та зауважують, що зберігаються значні регіональні відмінності, які не зменшуються в деяких країнах-членах Європейського Союзу.

М. Щепанський [3], аналізує еволюцію європейської конкурентної політики, яка охоплює всі форми торговельно-конкурентних відносин. Ціллю конку-

рентної політики ЄС є забезпечення правильного функціонування єдиного ринку, що загалом зводиться до забезпечення підприємствам можливості на рівних умовах конкурувати на ринках всіх країн-членів ЄС. Конкурентна політика охоплює широкий спектр сфер, таких як: антимонопольне законодавство і картелі, експертиза злиттів, державна допомога, лібералізація ринків і міжнародне співробітництво.

Європейські аудитори [4] розглядають правила конкуренції, які є надзвичайно важливими для належного функціонування єдиного ринку ЄС та гарантією, що компанії можуть вести бізнес на рівних умовах. Країни-члени застосовують правила конкуренції подібно. Л. Орловські [5] стверджує, що необхідна більш глибока інтеграція ринків ЄС для прискорення економічного зростання, та обґрунтовує, що збільшення загального портфеля капіталу та відношення боргу до ВВП в євронзоні сприяє зростанню реального ВВП, але ніхто з економістів-міжнародників не робить порівняльного аналізу основних макроекономічних показників між державних інтеграційних угруповань.

Формулювання цілей статті. Метою статті є ідентифікація основних макроекономічних показників для найбільших міждержавних інтеграційних об'єднань, а саме для USMCA, Європейського Союзу, АСЕАН, МЕРКОСУР, та їх порівняльний аналіз.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні у світі функціонують більше двадцяти міжнародних інтеграційних об'єднань, проте ми досліджуватимемо чотири найбільші, за формою інтеграції відмінні між собою:

- USMCA (угода між Сполученими Штатами Америки, Канадою та Мексикою про вільну торгівлю);
- АСЕАН (асоціація держав Південно-Східної Азії, 10 країн-членів);
- МЕРКОСУР (економічний союз 4 держав у Південній Америці);
- ЄС (економічне і політичне об'єднання 27 європейських країн).

Розглянемо основні макроекономічні показники міждержавних інтеграційних угруповань, які є об'єктом нашого дослідження, наведені у таблиці 1, на основі даних можна порівняти їх за економічним впливом у глобальному господарстві.

З таблиці видно, що сьогодні у світі за сукупним ВВП, а також ВВП на душу населення USMCA є наймогутнішим міждержавним інтеграційним об'єднанням (див. рис. 1) – це близько до 30% світового ВВП (\$86,6 млрд [10]), друге місце займає Євро-

пейський Союз, АСЕАН та МЕРКОСУР – третє та четверте місце відповідно.

Сполучені Штати Америки ініціювали як створення НАФТА, так і її модернізацію в USMCA, тобто світовий лідер економічного розвитку є зацікавленим у розвитку міждержавних економіко-конкурентних відносин. Однак поляризаційна дискусія навколо переговорів про USMCA говорить про те, що деякі американці ставлять під сумнів переваги, які отримує США завдяки угоді про зону вільної торгівлі. Є така думка, що ця торгова угода не вигідна для США і являє собою лише важіль тиску на сусідні країни. Однак це не так, а участь США в Північно-американській зоні вільної торгівлі принесла американському бізнесу колосальні вигоди, оскільки відсутність бар'єрів сприяла купівлі матеріалів і товарів з Мексики та Канади за більш вигідними цінами. Торгові зв'язки між країнами-членами стали рушійною силою до легальної міграції, бізнесу і гуманітарного співробітництва. З аналізу макроекономічних показників без сумнівів можна констатувати, що відкритий ринок сприяє національному процвітання, нарощує глобальну конкурентну силу США.

Зазвичай країни, які об'єднуються в міжнародні інтеграційні об'єднання, мають приблизно однакові макроекономічні показники та відповідні стартові умови. Проте цього не можна сказати про USMCA, оскільки країни-учасниці мають різний рівень економіко-конкурентного розвитку (рівень розвитку Мексики є значно нижчим за Канаду та США). На перший погляд здається, що ця угода є найбільш вигідною для Мексики, проте необхідно проаналізувати ВВП країн-учасниць USMCA, оскільки саме ВВП характеризує приріст економічного потенціалу будь-якого суб'єкта глобального господарства (див. табл. 2).

З таблиці видно, що з 1994 року (підписання Північно-Американської угоди про вільну торгівлю) по 2018 рік ВВП Мексики збільшився в 2,4 раза, ВВП Канади – в 3,1, а ВВП Сполучених Штатів – у 2,9 раза. ВВП Мексики на душу населення збільшився в 1,8 раза, Канади – в 2,1, а США – в 2,3. Проте, якщо проаналізувати збільшення експорту товарів і послуг у процентному відношенні до ВВП, то суттєво воно змінилося лише для Мексики – збільшилося в 2,8 раза, для Канади практично не змінилося за 24 роки – в 1994 році 33%, а в 2018 – 32%, щодо США, то зміни несуттєві – з 10% до 12%. Показники імпорту товарів та послуг, так само як і експорту, за 24 роки угоди сут-

Таблиця 1

Економічні показники міждержавних інтеграційних об'єднань

ОБ'ЄДНАННЯ	Територія (тис. км)	Населення (млн)	ВВП (трлн)	ВВП на душу населення (\$)
USMCA	21 776 000	492	23,517.00	39 492
EU	4 236 562	510,4	18,292.20	22 774
ASEAN	4 490 212	649,1	3,000.00	4 601
MERCOSUR	11 667 150	266,458	2,488.81	10 891

Джерело: розраховано автором на основі даних [6; 7; 8; 9]

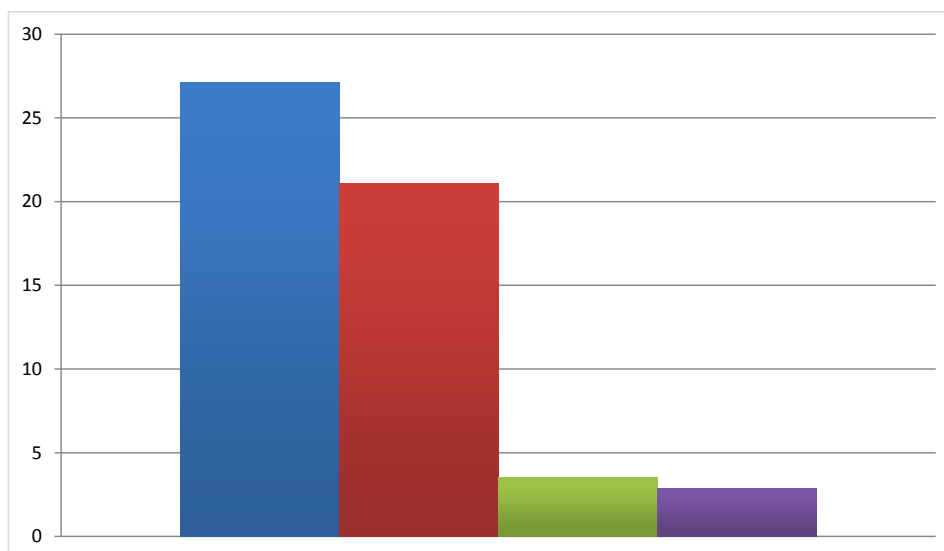


Рис. 1. ВВП міжнародних інтеграційних угруповань

Джерело: розроблено автором

тево зросли лише для Мексики – в 2,3 раза (розраховано за даними таблиці 2).

За роки існування угоди про зону вільної торгівлі США – Канада – Мексика цей союз країн нарощував свою як економічну так і конкурентну могутність. На прикладі USMCA ми можемо констатувати, що формалізація зони вільної торгівлі між США, Канадою та Мексикою збіглася з періодом сильного зростання всіх країн-членів. Відкритість до торгівлі та інтеграції привела до економічного процвітання на всьому північноамериканському континенті за рахунок більш доступних комерційних товарів та стабільного зростання виробництва, зайнятості та продуктивності праці. Крім того, північноамериканські компанії стали більш конкурентоспроможними на світовому ринку завдяки ефективності, створеній регіональними ланцюгами поставок.

У період з 1990 по 2016 рік річний експорт товарів та послуг серед країн-учасниць USMCA (трансформованої з НАФТА) реально збільшився втричі (з \$456 млрд до \$1,3 трлн). За цей самий період експорт товарів та послуг Північної Америки до решти світу збільшився на 140% (з \$770 млрд до \$1,85 трлн). Імпорт товарів

та послуг, що надходять у Північну Америку, зріс на 168% (з \$956 млрд до \$2,56 трлн) щорічно [12].

USMCA також є найбільшим за територіальними масштабами інтеграційним об'єднанням серед тих, які ми досліджуємо. Проте за чисельністю населення лідирує АСЕАН. Європейський Союз та МЕРКОСУР не займають панівних позицій за жодним з макроекономічних показників, за допомогою яких ми проводили порівняльний аналіз.

Висновки. З наведеного вище можна зробити такі висновки:

1) міжнародна економічна інтеграція сприяє національному процвітання країн-членів;

2) проведений аналіз на основі порівняння макроекономічних показників найбільших міждержавних інтеграційних об'єднань як важливих суб'єктів глобального господарства дає змогу стверджувати, що USMCA займає домінуючі економіко-конкурентні позиції, друге місце займає Європейський Союз, АСЕАН та МЕРКОСУР – третє та четверте місце відповідно;

3) за чисельністю населення найбільшою є Асоціація держав Південно-Східної Азії.

Таблиця 2

Економічні показники країн-членів USMCA (1994 і 2018)

КРАЇНА-ЧЛЕН	МЕКСИКА		КАНАДА		США	
	1994	2018	1994	2018	1994	2018
Населення (млн)	92	126	29	37	263	329
ВВП (трлн \$)	508	1,221	548	1,716	7,309	20,580
ВВП на душу (тис. \$)	5,499	9,678	19,914	42,281	27,777	62,516
Експорт (% від ВВП)	14%	39%	33%	32%	10%	12%
Імпорт (% від ВВП)	18%	41%	32%	34%	11%	15%

Джерело: [11, с. 4]

References:

1. Huh, H. & Park, C. (2018). Asia-Pacific regional integration index: Construction, interpretation, and comparison. *Journal of Asian Economics*, 54, 22–38. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2017.12.001>
2. Annoni, P. and Dijkstra, L. (2019). The EU competitiveness report 2019. Available at: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/work/2019_03_rci2019.pdf (accessed: 29.05.2020).
3. Szczepański, M. (2019). EU competition policy: Key to a fair single market. Available at: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/642209/EPRS_IDA\(2019\)642209_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/642209/EPRS_IDA(2019)642209_EN.pdf) (accessed: 27.05.2020).
4. The European Court of Auditors (2018). Enforcement of EU competition policy. Available at: https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/BP_COMPETITION/BP_COMPETITION_EN.pdf (accessed: 29.05.2020).
5. Orlowski, L. (2020). Capital Markets Integration and Economic Growth in the European Union. *Journal of Policy Modeling*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2020.03.012>
6. Villarreal, Angeles M. & Fergusson, Ian F. (2020). NAFTA and United-States-Mexico-Canada Agreement (USMCA). Available at: <https://fas.org/sgp/crs/row/R44981.pdf> (accessed: 28.05.2020).
7. European Union. Available at: <https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/eu-cef.pdf> (accessed: 25.05.2020).
8. ASEAN Key Figures (2019). Available at: https://www.aseanstats.org/wp-content/uploads/2019/11/ASEAN_Key_Figures_2019.pdf (accessed: 26.05.2020).
9. World Data Atlas MERCOSUR. Available at: <https://knoema.com/atlas/MERCOSUR/maps> (accessed: 27.05.2020).
10. Statistics Times. Available at: <http://statisticstimes.com/economy/projected-world-gdp-ranking.php> (accessed: 26.05.2020).
11. Villarreal, Angeles M. & Fergusson, Ian F. (2020). NAFTA and United-States-Mexico-Canada Agreement (USMCA). Available at: <https://fas.org/sgp/crs/row/R44981.pdf> (accessed: 29.05.2020).
12. George W. Bush Institute. Thinking about global competitiveness. Available at: https://www.bushcenter.org/scorecard/integration/#?group=nafta®ion=North%20America&metric=trade_total&compare=trade_total (accessed: 03.06.2020).

ЭКОНОМИКО-КОНКУРЕНТНОЕ ДОМИНИРОВАНИЕ МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ

Статья посвящена исследованию теоретических и практических аспектов макроэкономических показателей крупнейших межгосударственных интеграционных объединений как субъектов глобального хозяйства. На основе экономических показателей проводится сравнительный анализ степени экономического влияния USMCA (новое соглашение о свободной торговле между Соединенными Штатами, Мексикой и Канадой), ЕС (Европейского Союза), АСЕАН (ассоциация государств Юго-Восточной Азии) и МЕРКОСУР (общий рынок стран Южной Америки). Внимание сконцентрировано на обосновании мирового экономико-конкурентного лидерства среди международных интеграционных группировок в условиях асимметрии макроэкономических показателей. Выяснено, что на сегодняшний день по совокупному ВВП, а также ВВП на душу населения USMCA является мощным межгосударственным интеграционным объединением.

Ключевые слова: экономико-конкурентные отношения, международная экономическая интеграция, USMCA, Европейский Союз, АСЕАН, МЕРКОСУР, глобальное хозяйство.

ECONOMIC AND COMPETITIVE DOMINATION OF THE INTERGOVERNMENTAL INTEGRATION ASSOCIATIONS

Intergovernmental integration associations became geo-economic leaders. Through joint activities of member countries they have a significant influence on the global competitive and economic environment. International integration groupings have a particular role to play in allocation of both global economic and competitive power among countries and therefore of their positioning in the international ratings, and it points towards the necessity of the intergovernmental integration associations monitoring and ranking, apparently the national economies of specific countries. Despite the large number of scientific works relating to the study of various aspects of economic integration and disintegration processes, it must be stated, that international economists do not carry out the comparative analysis of the intergovernmental integration groupings' basic macroeconomic indicators. The purpose of this article is the identification of the key macroeconomic indicators of the largest intergovernmental integration associations such as USMCA (new free trade agreement between the United States of America, the United Mexican States, and Canada), EU (European Union), ASEAN (Association of Southeast Asian Nations), MERCOSUR (South American Trade Bloc) and their comparative analysis. The article focuses on the study of theoretical and practical aspects of the macroeconomic indicators, of the largest intergovernmental integration associations, as global stakeholders. The author bases the world leadership among the international integration groupings in an asymmetric economic indicators environment context. Although, to date, according to the total GDP and GDP per capita USMCA is a powerful intergovernmental integration association, the European Union is in second place, ASEAN, MERCOSUR are ranked third and fourth respectively. USMCA is also the largest integration association among those we have been researching on the territorial scale. However, ASEAN is the first by population. The European Union and MERCOSUR do not take a position of dominance on any of macroeconomic indicators in which the comparative analysis was carried out.

Key words: economic and competitive relations, international economic integration USMCA, EU, ASEAN, MERCOSUR.

Король М.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
заступник декана факультету міжнародних
економічних відносин з наукової роботи,
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Maryna Korol

Uzhhorod National University

СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МОДЕЛЕЙ ФІНАНСОВИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Стаття присвячена дослідженню сучасної фінансової системи та особливостям функціонування її моделей. Фінансова система нерозривно пов'язана з державою. Точно підібрана фінансова модель стане основою для подальшого ефективного розвитку економіки. У статті розглянуто чотири типи фінансових систем, притаманних сучасному світовому ринковому господарству. Досліджено банкоцентричну модель, її сутність, структуру, плюси та мінуси. Наведено модель фінансової системи України та її особливості. Проаналізована фондова модель фінансової системи на прикладі США та розглянуто особливості її функціонування. Досліджена змішана модель, що утворилася через поєднання банкоцентричної та фондової моделей у результаті фінансової глобалізації. Розкрито сутність та основні положення найменш вразливої до стрімких економічних зрушень ісламської моделі фінансової системи.

Ключові слова: фінансова система, моделі фінансової системи, банкоцентрична модель фінансової системи, фондова модель фінансової системи, змішана модель фінансової системи, ісламська модель фінансової системи, фінансова система в Україні.

Постановка проблеми. Ефективність фінансових організацій та успішна реалізація фінансової політики значною мірою залежать від оптимальної структури та ефективності фінансової системи. У ринкових умовах важливо зрозуміти економічну природу, сутність фінансів та фінансової системи, їх об'єктивну необхідність, взаємозв'язок з іншими економічними категоріями та їхню роль у національній економічній системі. Оскільки сучасна фінансова система має глобальний характер, тема функціонування моделей фінансових систем в умовах глобалізації досі залишається актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження фінансових систем та функціонування їх моделей зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Л.О. Миргородська, С. Лондар В. Корнеєв, Т. Васильєва, С. Козьменко, С. Леонов, Р. Мертона, З. Боді та В. Долар. Значний внесок в дослідження моделей фінансових систем зробив американський економіст А. Гершенкрон, який у своїй роботі «Economic Backwardness in Historical Perspective» виділив дві основні моделі фінансових систем – банківську та фондову [6]. Українські економісти С. Козьменко, С. Леонов, Т. Васильєва також присвятили своє дослідження: «Використання рядів Фур'є для формалізації структури фінансового ринку України» аналізу фінансів та фінансових систем, підтвердили банкоцентричність українського фінансового ринку та провідну роль саме банківської системи в ньому [10, с. 15–19].

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сутності та функціонування чотирьох моделей фінансових систем у сучасному економічному середовищі.

Виклад основного матеріалу. Ефективність державної політики перш за все пов'язують із досконалістю функціонування її фінансової системи. Особливості та відмінності національних фінансових систем виникають саме через вибір моделі фінансової системи. Правильно підібрана модель є підґрунтям, фундаментом для ефективного розвитку економіки, а також слугує передумовою її росту та стабільності.

З появою держави виникла і фінансова система, що нерозривно пов'язана з її функціонуванням. Незалежно від рівня економічного розвитку вона притаманна кожній державі. Складність фінансової системи залежить від ринкових відносин, різноманітних зв'язків у державі, загалом від рівня економічного розвитку країни. Фінансова система забезпечує нагромадження фінансових ресурсів держави, які остання спрямовує на використання власних функцій. Вона є індикатором економічного розвитку країни, добробуту народу, оскільки охоплює грошові відносини між державою і населенням, між державою та підприємствами, між самими підприємствами і всередині них. Резюмуючи вищевикладене, Л.О. Миргородська пропонує таке визначення: «фінансова система – це сукуп-

ність ринків та інших інститутів, які використовуються для укладання фінансових угод, обміну активами і ризиками. Ця система містить у собі ринки фінансових інструментів, фінансових посередників, фірми, які пропонують фінансові послуги, і органи, що регулюють діяльність усіх цих ланок» [1, с. 9].

Як вважає С. Лондар, «головне завдання фінансової системи та фінансів загалом – забезпечення контрольованого здійснення всіх економічних процесів, важливих для підтримання життєдіяльності і розвитку суспільства» [2].

Держава повинна створювати таку парадигму фінансової системи, яка найбільше їй підходить і дає найкращий результат.

Фінансова система будь-якої країни має певні характерні риси:

- кожна ланка має властиві їй методи мобілізації коштів для створення фондів фінансових ресурсів та свої напрями й методи їх використання;
- кожна ланка є відносно самостійною, має власну специфічну сферу застосування;
- між ланками існують тісний взаємозв'язок і взаємна обумовленість, кожна ланка може успішно функціонувати лише за досконалості й ефективності системи загалом;
- фінансова система держави досягає найбільшої ефективності лише тоді, коли відлагоджена та законодавчо закріплена діяльність кожної її ланки;
- залежно від факторів, що впливають на організацію фінансів, на-самперед на формування й використання фондів фінансових ресурсів, кожна ланка фінансових систем може поділятися на менші підрозділи [3].

Велика кількість факторів впливає на розвиток фінансової системи, які варто враховувати з метою недопущення застою і кризових явищ. У цьому зв'язку необхідно налагоджувати та вдосконалювати механізми реалізації фінансової, грошової і кредитної політик із метою забезпечення належного функціонування вітчизняної фінансово-кредитної системи. Водночас стратегія і тактика реформування фінансової системи повинна полягати у поступовій реструктуризації, яка передбачатиме подальшу трансформацію фінансів [4, с. 8].

Фінансову систему залежно від рівня взаємодії суб'єктів поділяють на: національну, регіональну, міжнародну, транскордонну, світову або глобальну.

Національна фінансова система – це сукупність принципів, форм, методів, організаційних інструментів, вартісних важелів, які використовуються з метою регулювання валютних, кредитних, розрахункових відносин і функціонують з метою регулювання та розвитку в межах окремої країни. Регіональна фінансова система – це сукупність заходів щодо організації, регулювання та оптимального розвитку валютних, кредитних, розрахункових відносин у межах інтеграційних угруповань. Міжнародна фінансова система – це гармонійне поєднання фінансових відносин на двосторонній основі. Транскордонна фінансова система – це система, яка функціонує на основі багатосторонніх стосунків. Сукупність організаційних, економічних, вартісних

принципів, форм, методів, інструментів регулювання фінансового ринку та реалізації є сутністю глобальної або світової фінансової системи [5, с. 56].

На сучасному етапі з позиції теорії та практики у системі світового ринкового господарства можна виділити чотири типи моделей фінансових систем: банкоцентричну, ринково орієнтовану, змішану та ісламську.

Американський економіст А. Гершенкроном виділяє дві основні моделі фінансових систем (моделі фінансування економіки) – банківську (bank-based financial system, німецьку, систему універсального банківництва) і фондову (американську, британську, market-based financial system) [6].

Банківська модель фінансової системи (або ж континентальна, банко-орієнтована, європейська, банкоцентрична, німецько-японська) розповсюджена в Центральній та Східній Європі та континентальній Європі: Німеччині, Франції, Бельгії, Норвегії, Фінляндії, Іспанії, Португалії, Італії, а також в Індонезії та Індії. Еталоном такої моделі вважають Німеччину.

Банківська модель фінансової системи передбачає зберігання банківськими установами основної частини заощаджень у вигляді депозитів фізичних та юридичних осіб, при цьому рішення про інвестування коштів самостійно приймається банками. Вони також виступають основними покупцями акцій та облігацій підприємств. Структура фінансових продуктів на таких ринках є більш консервативна [7, с. 206].

В. Корнеєв виокремлює такі чинники, які зумовлюють банкоцентричний характер фінансової системи, як:

- тенденція до посилення інсайдерської структури власності з переважанням великих корпоративних власників;
- стабільно висока частка банківського кредиту в сукупності засобів фінансування;
- спорідненість галузевої структури економіки і галузевої характеристики цінних паперів;
- фізичні особи (домогосподарства) як потенційно масовий інвестор є консервативними й обмеженими у виборі фінансових продуктів [8, с. 18–26].

Варто відзначити, що «банківські» системи можуть бути найефективнішими на певних етапах економічного розвитку і неадекватними на інших. До 1970-х років «банківські» економіки Німеччини, Японії і Франції розвивалися помітно швидше, ніж «ринкові» економіки Великобританії і США. В 1990-ті роки ситуація змінилася на 180 градусів. Середньорічні темпи зростання ВВП в США становили 3,1%, Великобританії – 2,6%, Франції – 2,1%, Німеччині – 1,7%, Японії – 1,1%. Ці системи краще всього працюють на ранніх стадіях індустріалізації, в умовах фінансування капіталомістких об'єктів, за неефективності правової системи і коли роль наукоємних галузей відносно невисока. Вони також краще проявляють себе в невеликих, закритих, однорідних економіках [9].

Сьогодні модель фінансової системи в Україні є наближеною до банкоцентричної моделі, оскільки фактично основним джерелом коштів у реальному секторі

економіки для розширеного виробництва є кредити банків. Водночас, на відміну від класичного трактування банкоцентричної моделі фінансової системи, в Україні банки не проявляють активності щодо операцій на фондовому ринку, особливо з акціями підприємств.

Твердження про банкоцентричність українського фінансового ринку та провідну роль саме банківської системи в ньому, а не ринку цінних паперів у забезпеченні економічного зростання, на основі багатфакторних регресійних залежностей у вигляді рядів Фур'є емпірично обґрунтовано та підтверджено такими вітчизняними науковцями, як С. Козьменко, С. Леонов, Т. Васильєва [10, с. 15–19].

Фондова модель (англосаксонська, ринково орієнтована, американська, британська, market-based financial system) розповсюджена в США, Австралії, Великобританії, Канаді, Туреччині, Мексиці, Гонконзі, Сінгапурі та Малайзії.

Еталоном такої моделі вважають США.

Фондова модель фінансової системи передбачає, що основними фінансовими посередниками є фінансові інститути (пенсійні, інвестиційні фонди, страхові компанії), що акумулюють ресурси, залучені на фондовому ринку шляхом розміщення корпоративних цінних паперів.

Американська модель базується на індивідуалізмі її учасників і принципах лібералізму. Вона всіляко заохочує підприємницьку активність, прагнення до збагачення найактивнішої частини населення. Хоча мало-забезпеченим групам створюється прийнятний рівень життя за рахунок різних пільг і допомог, загалом має місце значне майнове розшарування. Проте соціальна напруга пом'якшується через наявність порівняно рівних можливостей для особистого успіху в умовах ліберальної ринкової економіки і демократичних форм державності [11, с. 20].

Відомо, що фінансова система англосаксонського типу краще пристосована до захисту інтересів кредиторів та інвесторів і тому сприяє розвитку фінансового сектору. Поширений і той стереотип, що інституційна система європейського континентального типу для цього не така сприятлива. Недоліки такої класифікації у тому, що поділ країн за ознаками правової системи є некоректним з методологічного погляду, оскільки за таким принципом можна охопити невелику кількість розвинених країн і порівнювати розвинений фондовий ринок у США із розвиненим банківським сектором у Франції чи Німеччині. Часто англосаксонська модель також необґрунтовано ототожнюється з ліберальною моделлю, а європейська континентальна – з соціально-орієнтованою, що зумовлюється підміною понять, а саме ототожненням розміру фінансового сектору із фінансовою системою загалом (такий підхід поширений саме в західній економічній науці, зокрема в роботах Р. Мертона, З. Боді та В. Долар) [12, с. 118].

Сьогодні відмінності між банкоцентричною та фондовою моделями стають менш помітними, оскільки із впевненістю можна стверджувати, що результатом фінансової глобалізації є конвергенція цих моделей фінансових

систем, саме тому має місце на існування третя модель фінансової системи, яка дістала назву «*змішаної моделі*».

Як приклад, можемо навести банкоцентричні фінансові системи Німеччини та Японії, які дедалі більше набувають рис фондової моделі.

Зокрема, потреба у створенні пенсійних фондів американського зразку зумовлене швидким старінням населення Німеччини та Японії, яке стримує економічне зростання. Розвиток ринку цінних паперів зумовлений зростанням видатків держави та потреб в капіталі корпоративного сектору. З цієї метою уряди стимулюють операції нерезидентів на національному ринку капіталів. Як наслідок у більшості країн континентальної Європи з 90-х років минулого століття були внесені законодавчі зміни, що спрямовані на захист прав дрібних акціонерів. Зміни в регламентації діяльності фондового ринку європейських країн наближують структуру фінансової системи до англосаксонської моделі. Зокрема еталонні принципи корпоративного управління (Principles Corporate Governance), прийняті авторитетною міжнародною організацією OECD у 1999 році, ґрунтуються на англосаксонській моделі [13, с. 129–133].

Четверта модель фінансової системи – *ісламська*. Ця модель привертає увагу науковців з різних країн світу через стрімкі економічні зрушення, що спостерігаються в мусульманському світі. Під час фінансово-економічної кризи 2008–2010 рр. саме ця модель була найменш вразливою, на відміну від трьох вище згаданих моделей фінансової системи і підтвердила свою здатність до безперебійної роботи.

До ісламської фінансової системи відносять ісламські банки, небанківські фінансові інститути, ринок капіталу з його учасниками та фінансову інфраструктуру.

Термін «ісламська фінансова система» з'явився ще у середині 1980-х р. і її можна охарактеризувати як систему, що включає в себе сукупність правил та законів, дотичних до економічних, соціальних, політичних аспектів ісламської спільноти, сформульованих в Шаріаті (мусульманському праві).

Фінансова система ісламського світу базується на таких п'яти основних положеннях, що визначаються Кораном, як:

- 1) заборона процентної ставки («ріба»), що спирається на уявлення про соціальну справедливість, рівність і права власності;
- 2) розподіл ризиків («гарар») – власник фінансового капіталу і підприємець розділяють ризики для того, щоб розподілити вигоди;
- 3) гроші як «потенційний» капітал – гроші стають реальним капіталом лише тоді, коли вкладуються у виробничу сферу;
- 4) відмова від спекуляцій («мейсір») – в ісламі забороняється діяльність, що характеризується великою невизначеністю та операції, яким властивий значний ризик;
- 5) непорушність угод – іслам проповідує виконання договірних зобов'язань як найважливіший обов'язок сторін угоди [14, с. 7–9].

Центрами ісламських фінансів є такі країни, як Іран, Саудівська Аравія та ОАЕ, Байхрейн, Малайзія. Проте,

тільки в Судані та Ірані фінансова система побудована виключно на ісламському фінансуванні. У сучасному світі спостерігається феноменальний інтерес до ісламського банкінгу та його продуктів. Свідченням цього є те, що ісламські фінансові інститути розгорнули діяльність у міжнародних масштабах. Сьогодні ісламські банки наявні і в Європі, США, Австралії. Нині саме Великобританія є центром ісламського банкінгу.

Висновки. Отже, проведений аналіз засвідчує про існування чотирьох моделей фінансових систем: банкоцентричної, ринково орієнтованої, змішаної та

ісламської. Кожна з наведених моделей фінансових систем має свої особливості функціонування з позиції теорії та практики у системі світового ринкового господарства. Незважаючи на наявність позитивних сторін цих моделей, не існує такої моделі, котра забезпечила би гармонійний, безперебійний, стабільний розвиток фінансової системи країни чи світу загалом. Наслідком відсутності такої моделі є існування світових фінансових криз чи криз країни. Тому держава повинна створювати таку парадигму фінансової системи, яка найбільше їй підходить і дає найкращий результат.

Список літератури:

1. Миргородська Л.О. Фінансові системи зарубіжних країн: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2008, 320 с., с. 9. URL: [http://posek.km.ua/biblioteka/Підручники%20\(оновлена%20база\)/Фінансові%20системи%20зарубіжних%20країн%20Миргородська%20Л.О..pdf](http://posek.km.ua/biblioteka/Підручники%20(оновлена%20база)/Фінансові%20системи%20зарубіжних%20країн%20Миргородська%20Л.О..pdf) (дата звернення: 15.06.2020).
2. Лондар С.Л., Тимошенко О.В. Фінанси: навчальний посібник. Вінниця: Нова книга, 2009, 384 с.
3. Базилевич В.Д., Баластрик Л.О. Державні фінанси: навчальний посібник: 2-ге вид. / ред. Базилевича В.Д. Київ: Атіка, 2004, 368 с.
4. Опарін В.М. Економічна енциклопедія: у 3 томах / ред.: С.В. Мочерний та ін. Київ: Академія, 2002, 952 с., с. 797, с. 8.
5. Селіверстова Л.С. Фінанси корпорацій: монографія. Київ: КНТЕУ, 2013. 320 с., с. 56.
6. Gershenkron A. Economic Backwardness in Historical Perspective. Cambridge Mass.: Harvard University Press, 1962.
7. Школьник І.О., Фінансовий ринок України: сучасний стан і перспектива його розвитку: монографія. Суми: УАБС НБУ, 2008, с. 206. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shkolnyk_Inna/Finansovyi_rynok_Ukrainy_suchasnyi_stan_i_stratehiia_rozvytku.pdf (дата звернення: 15.06.2020).
8. Корнеев В. Банкоцентрична основа фінансового ринку України. Економіка України. 2008. № 9. С. 18–26.
9. Кубілікова Т.Б. Аналіз моделей фінансових систем. Донецьк: Комп'ютер, 2008. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/412/1/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%20%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9.pdf> (дата звернення: 15.06.2020).
10. Козьменко С., Леонов С., Васильєва Т. Використання рядів Фур'є для формалізації структури фінансового ринку України. Економіст. 2011. № 2. С. 15–19.
11. Фінанси зарубіжних країн: навчальний посібник / Т.О. Кізима та ін.; за ред. О.П. Кириленко. Тернопіль: Економічна думка, 2013. 287 с. С. 20. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/29138/1/Finance_foreign_countries.pdf (дата звернення: 15.06.2020).
12. Зимовець В.В. Державна фінансова політика економічного розвитку: монографія. Київ, 2010. 356 с. С. 118. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=JZ1zDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> (дата звернення: 15.06.2020).
13. Семенов А.Ю. Моделі фінансових систем у розвинутих країнах: переваги і недоліки. Вісник Хмельницького національного університету. Сер. Економічні науки. 2010. Т. 1. № 4. С. 129–133.
14. Трунин П., Каменских М., Муфтяхетдинова М. Исламская финансовая система: современное состояние и перспективы развития: науч. изд. Москва: ИЭПП, 2009. 88 с. С. 7–9.

References:

1. Myrhorodska L.O. (2008). *Finansovi systemy zarubizhnykh krain* [Financial systems of foreign countries]. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, p. 9. Available at: [http://posek.km.ua/biblioteka/Підручники%20\(оновлена%20база\)/Фінансові%20системи%20зарубіжних%20країн%20Миргородська%20Л.О..pdf](http://posek.km.ua/biblioteka/Підручники%20(оновлена%20база)/Фінансові%20системи%20зарубіжних%20країн%20Миргородська%20Л.О..pdf) (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
2. Londar S.L., Tymoshenko O.V. (2009). *Finansy* [Finance]. Vinnytsia: Nova knyha. (in Ukrainian)
3. Bazylevych V.D., Balastryk L.O. (2004). *Derzhavni finansy* [Public Finance]. 2nd ed. (eds. Bazilevich V.D.). Kyiv: Atika. (in Ukrainian)
4. Oparin V.M. (2002). *Ekonomichna entsyklopediia : u 3 tomakh* [Economic encyclopedia: in 3 volumes]. (eds. S.V. Mochernyi and others). Kyiv: Akademiia, p. 8. (in Ukrainian)
5. Seliverstova L.S. (2013). *Finansy korporatsii* [Corporate finance]. Kyiv: KNTEU, p. 56. (in Ukrainian)
6. Gershenkron A. (1962). *Economic Backwardness in Historical Perspective*. Cambridge Mass.: Harvard University Press.
7. Shkolnyk I.O. (2008). *Finansovyi rynek Ukrainy: suchasnyi stan i perspektiva yoho rozvytku* [Financial market of Ukraine: current status and prospects for its development]. Sumy: UABS NBU, p. 206. Available at: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shkolnyk_Inna/Finansovyi_rynok_Ukrainy_suchasnyi_stan_i_stratehiia_rozvytku.pdf (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
8. Kornejev V. (2008). *Bankocentrychna osnova finansovogho rynku Ukrainy* [Bank-centric basis of the financial market of Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy* [Ukraine economy], vol. 9, pp. 18–26. (in Ukrainian)

9. Kublikova T.B. (2008). *Analiz modelej finansovykh system* [Analysis of financial system models]. Donetsk: Komp'juter. Available at: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/412/1/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9.pdf> (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
10. Kozjmenko S., Ljeonov S., Vasylijeva T. (2011). *Vykorystannja rjadiv Fur 'je dlja formalizaciji struktury finansovogo rynku Ukrajiny* [The use of Fourier series to formalize the structure of the financial market of Ukraine]. *Ekonomist* [Economist], vol. 2, pp. 15–19. (in Ukrainian)
11. Kizyma T.O., Kravchuk N.Ja., Ghoryn V.P. and others (2013). *Socialjno-ekonomichni modeli ta osoblyvosti orghanizaciji finansovykh system krajin z rozvyненоju rynkovoju ekonomikoju* [Socio-economic models and features of the organization of financial systems of countries with developed market economies]. *Finansy zarubizhnykh krajin* [Finance of foreign countries]. Ternopil: Ekonomichna dumka, p. 20. Available at: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/29138/1/Finance_foreign_countries.pdf (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
12. Zymovec V.V. (2010). *Derzhavna finansova polityka ekonomichnogho rozvytku* [State financial policy of economic development]. Kiev, p. 118. Available at: <https://books.google.com.ua/books?id=JZ1zDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false> (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
13. Semenogh A. Ju. (2010). *Modeli finansovykh system u rozvynutykh krajinakh: perevaghy i nedoliky* [Models of financial systems in developed countries: advantages and disadvantages]. *Visnyk Khmelnytskyj natsionalnogho universytetu* [Bulletin of Khmelnytsky National University], vol. 4, pp. 129–133. (in Ukrainian)
14. Trunin P., Kamenskikh M., Muftyakhetdinova M. (2009). *Islamskaya finansovaya sistema: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya* [Islamic financial system: current status and development prospects]. Moscow: IEPP, pp. 7–9. (in Russian)

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТЬ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МОДЕЛЕЙ ФИНАНСОВЫХ СИСТЕМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена исследованию современной финансовой системы и особенностям функционирования ее моделей. Финансовая система неразрывно связана с государством. Точно подобранная финансовая модель станет основой для дальнейшего эффективного развития экономики. В статье рассмотрены четыре типа финансовых систем, присущих современному мировому рыночному хозяйству. Исследована банкцентрическая модель, ее сущность, структура, плюсы и минусы. Представлена модель финансовой системы Украины и ее особенности. Проанализирована фондовая модель финансовой системы на примере США и рассмотрены особенности ее функционирования. Исследована смешанная модель, которая образовалась из-за сочетания банкцентрической и фондовой моделей в результате финансовой глобализации. Раскрыта сущность и основные положения наименее уязвимой к стремительным экономическим сдвигам исламской модели финансовой системы.

Ключевые слова: финансовая система, модели финансовой системы, банкцентрическая модель финансовой системы, фондовая модель финансовой системы, смешанная модель финансовой системы, исламская модель финансовой системы, финансовая система в Украине.

THE ESSENCE AND PECULIARITY OF THE FUNCTIONING OF MODELS OF FINANCIAL SYSTEMS IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

The article is devoted to the study of the modern financial system and the peculiarities of the functioning of its models. The financial system is inextricably linked with the state. The effectiveness of public policy is primarily associated with the perfection of the functioning of its financial system. Features and differences of national financial systems arise precisely because of the choice of model of the financial system. A well-chosen financial model will be the basis for further effective economic development. The state must create a paradigm of the financial system that suits it best and gives the best results. The article considers four types of financial systems inherent in the modern world market economy. A large number of factors affect the development of the financial system, which should be taken into account in order to prevent stagnation and crisis. In this regard, it is necessary to establish and improve mechanisms for the implementation of fiscal, monetary and credit policies in order to ensure the proper functioning of the domestic financial and credit system. The financial system provides the accumulation of financial resources of the state, which the latter directs to the use of its own functions. It is an indicator of economic development of the country, the welfare of the people, as it covers the monetary relations between the state and the population, between the state and enterprises, between enterprises and within them. The model of the financial system of Ukraine and its features are given. Today, the model of the financial system in Ukraine is close to the bank-centric model, as in fact the main source of funds in the real sector of the economy for expanded production are bank loans. At the same time, in contrast to the classical interpretation of the banking-centric model of the financial system, in Ukraine banks are not active in stock market operations, especially with shares of enterprises. The mixed model formed due to the combination of bankcentric and stock models as a result of financial globalization is studied. The essence and main provisions of the Islamic model of the financial system, which is the least vulnerable to rapid economic changes, are revealed.

Key words: financial system, models of financial system, bank-centric model of financial system, stock model of financial system, mixed model of financial system, Islamic model of financial system, financial system in Ukraine.

Легостаєва О.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного бізнесу і економічної теорії,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6753-3168>

Кондратенко Н.Д.

доцент кафедри міжнародного бізнесу і економічної теорії,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2823-9905>

Liegostaieva Olena, Kondratenko Natalia

V.N. Karazin Kharkiv National University

ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ ДОВЕРИЯ ПОКУПАТЕЛЯ ПРИ ПОМОЩИ ЦЕПОЧКИ ЦЕННОСТЕЙ

Статья посвящена закономерностям и особенностям повышения удовлетворения потребителей именно в электронной коммерции при помощи цепочки ценностей. Описано, какие отличия существуют относительно традиционной торговли, и составляющие, которые влияют на потребительское удовлетворение. Использование цепочки ценности является эффективным инструментом в конкурентной борьбе. Обозначены особенности концепции управления цепочками ценности: она учитывает клиентов, которые находятся в привилегированном положении, и понимание удовлетворения их потребностей, предлагая им ценность. Определено, что применение цепочки ценности состоит в удовлетворении потребностей потребителей. Потребительские характеристики, характеристики фирмы, безопасности и привлекательность веб-сайта и взаимодействие являются основными источниками доверия.

Ключевые слова: цепочка ценностей, электронная торговля, удовлетворение потребителей, электронная коммерция.

Постановка проблемы. Операции электронной торговли – это продажа товаров и услуг через Интернет, которые в последние годы растут с чрезвычайной скоростью. Тем не менее электронная коммерция все еще является относительно новой концепцией для большинства людей. И поскольку доверие растет со знакомством, важно найти способы увеличить удовлетворение потребителей через постоянное использование электронной коммерции при управлении цепочками ценностей.

В электронной среде меняется поведение потребителя и по отношению к традиционным товарам, имеющим физическую форму, либо к услугам. Оставаясь «один на один» с интерфейсом программного продукта или веб-сайта, потребитель как нигде изолирован от непосредственного воздействия на него материальной среды (physical evidence) и прямых убеждающих эмоциональных факторов (человеческий фактор – «people»; процессы, осуществляемые людьми в контактной зоне, – «process») как элементов маркетинг-микса «7Р». В рамках изучения особенностей поведения потребителей интернет-магазинов является закономерным применение концепции «7Р». Для традиционной коммерции характерно прямое взаимодействие потребителя с

персоналом торгового предприятия непосредственно в контактной зоне (например, в торговом зале, у прилавка, в прикассовой или кассовой зоне).

Электронная коммерция стала возможной благодаря ряду технологий, таких как онлайн-маркетинг, обработка онлайн-транзакций, мобильная коммерция, управление цепями поставок, системы сбора данных, электронные переводы средств и электронный обмен данными и так далее.

В условиях растущего рынка и все более ужесточающейся конкуренции необходимо постоянно быть в курсе тенденций отрасли, чтобы увеличивать продажи и обеспечивать лучшие результаты работы интернет-магазина.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиям особенностей использования электронной коммерции в современных условиях мирового хозяйства уделяется значительное внимание. Этот вопрос рассматривался и исследовался такими ведущими учеными-экономистами, как А. Кобелев, И.Т. Балабанов, Т. Гофман, Д. Эймор, Р. Мамчиц и некоторые другие авторы. Но на сегодня остаются дискуссионными и не до конца разработанными как в научном, так и в практическом аспектах вопросы, связанные с

повышением уровня удовлетворенности покупателя при помощи управления цепочкой ценностей.

Формулирование целей статьи. Целью данного исследования является повышение уровня удовлетворенности покупателей в электронной коммерции при использовании цепочек ценности.

Изложение основного материала. Предприятия, осуществляющие электронную торговлю, условно называют интернет-магазинами, хотя принципиальные отличия их от традиционных магазинов заключаются в том, что они не имеют торговых залов. Кроме того, отсутствует непосредственный контакт приобретателей с товарами при принятии решения о покупке. Его заменяют описания или изображения товаров в каталогах, на сайте или ассортиментный перечень с указанием вида, торговой марки, артикулы товаров, а также их цены.

М. Портер предложил использовать цепочку ценностей в качестве основного инструмента выбора способа создания большей потребительской ценности. Каждая фирма осуществляет определенные виды деятельности, направленные на конструирование, производство, сбыт, доставку и поддержку своих товаров. Пользуясь понятием «цепочка ценностей», можно выделить девять различных видов деятельности фирмы, связанных с созданием ценности, что позволяет определить и проследить движение издержек для конкретного вида деятельности и потенциальные источники конкурентной дифференциации. Девять направлений создания ценности включают в себя пять основных видов деятельности и четыре сопутствующих. Основные виды деятельности: входящее материально-техническое снабжение, производственно-технологические операции, исходящее материально-техническое обеспечение, маркетинг и сбыт, обслуживание. Вспомогательные виды деятельности: создание и поддержка инфраструктуры фирмы, управление человеческими ресурсами, развитие технологии, правовое обеспечение.

Для каждого отдельного потребителя она совпадает с ценностью, которую получила бы компания за время, в течение которого потребитель оставался бы ее клиентом.

Цепочка поставок (в литературе встречается термин «цепь поставок») (Supply chain – англ.) – охват всех усилий (стараний), вовлеченных в производство и доставку конечного продукта или услуги от поставщика к потребителю [4]. Цепь поставок охватывает все организации и виды деятельности, связанные с перемещением и преобразованием товаров, начиная со стадии сырья и исходных материалов и заканчивая доставкой готовых продуктов конечному пользователю, а также связанные со всем этим информационные потоки [8].

Цепочка создания стоимости – это бизнес-модель, которая описывает весь спектр действий, необходимых для создания продукта или услуги. Для компаний, производящих товары, цепочка создания стоимости включает в себя этапы, которые включают в себя перевод продукта из концепции в дистрибуцию и все, что

между ними, например, закупка сырья, производственные функции и маркетинговая деятельность.

Главная цель управления цепочкой поставок состоит в сокращении затрат, в то время как главная цель управления цепочкой ценности состоит в удовлетворении потребностей потребителей. Важное различие в указанных инструментах состоит также в том, что цепочка поставок представляет собой нисходящий поток (downstream) товаров и услуг от производителя к потребителю, в то время как цепочка ценности – восходящий поток (upstream) от потребителя к производителю.

Использование цепочки ценности является эффективным инструментом в конкурентной борьбе. Так как управление цепочками поставок – это интеграция ключевых бизнес-процессов с целью сокращения затрат, то вполне логично прийти к выводу о том, что стратегически ориентированная компания может использовать в своей деятельности оба инструмента, интегрировав их в свою систему управления. Удовлетворенный потребитель снова и снова будет «голосовать деньгами» именно за производителя, использующего в своей деятельности инструмент «управление цепочкой ценности», а инициатива производителя по сокращению затрат при выполнении каждой операции (управление цепочкой поставки) максимизирует прибыль.

Концепция цепочки объясняет отношения фирм с поставщиками и клиентами для предоставления товаров или услуг с меньшими затратами. Концепция цепочки создания стоимости идет на шаг далее и объясняет, что объекты могут быть связаны и создать ценность, которая является источником конкурентного преимущества. Эта концепция учитывает клиентов, которые находятся в привилегированном положении, понимание удовлетворения их потребностей, предлагая им ценность.

Более того, когда цепочка создания стоимости включает в себя организационные механизмы и фирмы, которые связаны через глобальную сеть, возникает глобальная цепочка создания стоимости [5]. Следовательно, глобальная цепочка определяется как «полный спектр видов деятельности, с помощью которых фирмы и работники стремятся довести продукт от их концепции до конечного использования и за его пределами», что осуществляется на глобальном уровне, и это может быть предпринято одним или несколькими фирмами. В частности, некоторые ученые указывают на новую систему под названием «глобальная фабрика», которая влечет за собой организацию мероприятий в сложной конфигурации. Эта система описывает, как фирмы могут уменьшить местоположение и транзакционные издержки путем организации глобальной цепочки создания стоимости таким образом, что все виды деятельности связывают между собой потоки промежуточных продуктов [2]. В отношениях с потребителями в рамках электронной торговли преобладает компьютеризация и унификация. Прямое взаимодействие производителя с покупателями вытесняется опосредованными про-

вайдерами услуг электронной торговли. Переговоры и оформление сделок теперь проводятся через специальные площадки в сети, виртуальные платежные системы.

Обслуживание потребителей также управляется более технологично и унифицировано, контроль над ним со стороны товаропроизводителя сокращается (ассортиментная политика, потребительские свойства продукции, сроки производства). Остальные параметры обслуживания задаются логистическими провайдерами, которые непосредственно это обслуживание реализуют. В то же время посредством технологий электронной торговли организуются каналы прямой связи с покупателем, позволяющие производителю получать обратную связь от потребителей и формировать запрос провайдерам, а также вносить изменения в параметры, находящиеся под его непосредственным контролем.

Процесс управления цепочкой ценностей в рамках электронной торговли делегируется коммуникативным и торговым провайдерам. В арсенале этих контрагентов – стандартные и специфические инструменты продвижения, активно задействующие возможности интернет-ресурсов. Доступные в сетевой экономике инструменты позволяют существенно сократить издержки, так как информация собирается непосредственно от потребителей, с сайта-витрины и т.д., точек, максимально приближенных к покупателю, что минимизирует потенциальные искажения информации о спросе.

Процесс управления выполнением заказов в условиях электронной торговли приобретает дополнительную сложность, так как виртуальное товародвижение требует перемещения ресурсов и товаров на большие расстояния за меньшие сроки. Характерной адаптацией становится распределение меньших (для каждой конкретной точки) товарно-материальных запасов по большей площади. Индивидуализация доставки ведет к росту транспортных расходов, требует значительного парка автомобилей, что делает актуальным делегирование процесса транспортному провайдеру. Бесперебойность и своевременность поставок, которую он может обеспечить, становится ключевой в обеспечении репутации предприятия электронной торговли, важнейшим конкурентным преимуществом.

Продажа некачественных товаров, раскрытие информации, задержки доставки, оплата по сети, возврат и сложность возврата, отмена заказов, ценовое мошенничество, сервис стали самыми сильными пунктами неудовлетворенности потребителей интернет-магазинами. Недовольство покупателей может предоставить различные положительные моменты для поставщиков, включая и управление цепочкой ценностей. Таким образом, неудовлетворенный потребитель может выбрать общаться с компанией по поводу проблемного опыта потребления, давая возможность этой компании предоставить и предпринять некоторые корректирующие действия относительно причин неудовлетворенности. В свою очередь фирмы могут

повысить уровень удовлетворения потребителя путем улучшения управления бизнес-процессами, основанного на управлении цепочкой ценностей.

В электронной торговле, как правило, отсутствует доверие, что является одной из наиболее часто упоминаемых причин, почему потребители не покупают у интернет-поставщиков. Кроме того, недавние исследования также касались доверия со стороны перспективы его различных отношений [6] и как гарантия конфиденциальности и проблемы влияют на доверие [1]. Тем не менее на вопрос исследования еще предстоит ответить: может ли в целом доверие влиять на удовлетворение потребителей и намерение совершать покупки онлайн?

Потребительское доверие представлено на рис. 1, есть четыре источника доверия потребителей: потребительские характеристики; фирменные характеристики; инфраструктура веб-сайта и взаимодействие. Источники потребительского доверия влияют на доверие потребителя: компетентность, честность и доброжелательность. В свою очередь, эти составляющие влияют на общее доверие потребителя, следовательно, влияют на намерение купить онлайн.

Отношение к покупкам в Интернете считается результатом индивидуального убеждения относительно поведения и его последствий, а также важности, которая придается этими убеждениями, и, следовательно, отношение потребителей к электронной коммерции зависит от степени, в которой они считают онлайн-покупки хорошим опытом. Поскольку потребители рациональны и подвержены влиянию восприятия доверия к поставщику, они передают личную и конфиденциальную информацию веб-поставщику только тогда, когда доверяют определенным аспектам сайта.

Доверие формируется, когда покупатель полагает, что партнер по сделке ведет себя по доброй воле, хотя принятие доверия предполагает также принятие определенных рисков. В случае интернет-покупок репутация поставщика в значительной степени связана с доверием потребителей к продавцу. В то же время потребители сталкиваются с ситуациями, когда они могут сознательно или неосознанно отбирать факты, которые совместимы с их убеждениями.

Привлекательность веб-сайта представляет собой легкость, с которой пользователь может научиться управлять системой и может запомнить основные функции, эффективность дизайна сайта, степень избегания ошибок и общее удовлетворение пользователя. Общее удобство использования веб-сайта влияет на уровень доверия, и если клиенты удовлетворены сайтом, то их намерение приобрести увеличивается. Поскольку веб-сайты служат интерфейсом для системы электронной коммерции, исследования привлекательности в основном касаются дизайна веб-сайтов электронной торговли, особое внимание – на простоту использования и удобство для пользователя, в то время как качество информации является ключевой функцией, которая влияет на удовлетворенность пользователей и лояльность к электронной коммерции.



Рис. 1. Источники потребительского доверия

С другой стороны, маркетологи утверждают, что предполагаемый риск влияет на покупательское поведение. Это связано с тем, что для многих людей просмотр веб-страниц может быть небезопасным (например, проведение транзакций в Интернете). Это приводит к риску и к возможным негативным последствиям. И привлекательность веб-сайта, и веб-безопасность по-разному влияют на доверие потребителей.

Участие во взаимодействии с электронной коммерцией приводит к определенной зависимости потребителя от веб-поставщика для товаров и услуг. Через участие в этом обмене, с которым сталкиваются клиенты, приобретаются ценность и удовлетворение. Эти потребительские отношения и взаимодействия сильно зависят от качества контента. И это является причиной того, что удовлетворение является главным потребительским условием. Следует отметить, что намерение делать покупки в Интернете связано с историей интернет-покупок и имеет прямое влияние на поведение потребителей. Чтобы знать, как предыдущий опыт влияет на покупательское поведение, необходимо учитывать, как предыдущие потребители ведут себя по сравнению с новыми.

Компетентность относится к способности компаний выполнять обещания, данные потребителям. Честность предполагает, что компания действует последовательно, надежно и честно. Доброжелательность – это способность компании поддерживать интересы потребителей выше своих собственных, а личный интерес указывает на искреннюю заботу о благополучии и удовлетворен-

ности клиентов. Эти три составляющие доверия отличаются между собой, но они также взаимосвязаны и формируют общее потребительское доверие.

Выводы. Таким образом, если смотреть конкретно на онлайн-контекст, доверие определяется как отношение уверенного ожидания в отношении онлайн-ситуации риска. Для электронных продавцов крайне важно для укрепления доверия превратить любопытного наблюдателя в потенциального потребителя.

Чтобы увеличить продажи онлайн, интернет-продавцы должны понимать, что в настоящее время потребители становятся более восприимчивыми к покупкам в Интернете. Важно, чтобы потребитель с удовольствием посещал веб-сайт и ему нравилась идея использования Интернета для покупки. Наличие хорошей репутации на рынке, честность и ориентированность на потребителя помогает создать хороший имидж компании в глазах потребителей. В этом случае потребитель будет верить, что интернет-продавец всегда выполнит свои обещания. Инфраструктура сайта должна быть структурирована и организована таким образом, чтобы давать потребителям ощущение, что они контролируют навигацию по сайту, а также представление о том, что им безопасно предоставлять личную информацию, что облегчает процесс покупки онлайн и исключает обычные сомнения потребителей. Кроме того, должны быть приняты во внимание некоторые потребительские характеристики. Также важно улучшить взаимодействие с качественным сервисом, в котором потребители могут найти значительную

ценность при совершении покупок на веб-сайте определенного интернет-поставщика. Наконец, потребители могут получить полезный опыт при меньших усилиях, если требования от выбора товара до совершения платежа минимизированы, когда затраченное время кажется разумным, и в то же время важно гарантировать, что клиенты довольны продавцом, чувствуя себя довольными, что они правильно сделали, совершив покупку.

Результаты исследования показывают, что потребительские характеристики (позиция доверия и отно-

шение к онлайн-покупкам), характеристики фирмы (репутация и узнаваемость бренда), безопасности и привлекательность веб-сайта и взаимодействие (качество обслуживания и удовлетворенность клиентов) являются основными источниками доверия, которые влияют на три аспекта доверия потребителей, а именно: компетентность, честность и доброжелательность; это объясняет, что уровень общего доверия оказывает прямое влияние на повышение удовлетворенности потребителя при использовании цепочки ценностей.

Список литературы:

1. Aïmeur, E., Lawani, O., & Dalkir, K. (2016). When changing the look of privacy policies affects user trust: An experimental study. *Computers in Human Behavior*, 58, 368–379.
2. Blazek, J., 2015. Towards a typology of repositioning strategies of GVC/GPN suppliers: the case of functional upgrading and downgrading. *J. Econ. Geogr.* 3, 1–21.
3. Huang, Z., & Benyoucef, M. (2013). From e-commerce to social commerce: A close look at design features. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12, 246–259.
4. Keith Oliver's interview. «Booz Allen's rather grandly titled supply chain management concept». *Financial Times*. 1982. June 4.
5. Mudambi, R., Puck, J. (2016). A global value chain analysis of the 'regional strategy' perspective. *J. Manage. Stud.*, <http://dx.doi.org/10.1111/joms.12189>
6. Söllner, M., Hoffmann, A., & Leimeister, J.M. (2015). Why different trust relationships matter for information systems users. *European Journal of Information Systems*.
7. Особливості функціонування міжнародної електронної комерції. Легостаєва О., Кондратенко Н. // Приазовський економічний вісник. Випуск 6(11). 2018. С. 13–19.
8. Хэндфилд Р.Б., Николс Э.Л. Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности. Москва : ИД «Вильямс», 2003.

References:

1. Aïmeur, E., Lawani, O., & Dalkir, K. (2016). When changing the look of privacy policies affects user trust: An experimental study. *Computers in Human Behavior*, 58, 368–379.
2. Blazek, J. (2015). Towards a typology of repositioning strategies of GVC/GPN suppliers: the case of functional upgrading and downgrading. *J. Econ. Geogr.* 3, 1–21.
3. Huang, Z., Benyoucef M. (2013). From e-commerce to social commerce: A close look at design features. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12, 246–259.
4. Keith Oliver's interview (1982). «Booz Allen's rather grandly titled supply chain management concept». *Financial Times*.
5. Mudambi, R., Puck, J. (2016). A global value chain analysis of the 'regional strategy' perspective. *J. Manage. Stud.*, <http://dx.doi.org/10.1111/joms.12189>
6. Söllner, M., Hoffmann, A., & Leimeister, J.M. (2015). Why different trust relationships matter for information systems users. *European Journal of Information Systems*.
7. Features of the functioning of international e-commerce. Legostaeva O., Kondratenko N. *Priazovsky Economic Bulletin*. Issue 6(11). 2018. S. 13–19.
8. Handfield R.B., Nichols E.L. (2003). Reorganizaciya cepej postavok. Sozdanie integrirovannyh sistem formirovaniya cennosti [Reorganization of supply chains. Creation of integrated value formation systems]. Moscow: Williams.

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ДОВІРИ ПОКУПЦЯ ЗА ДОПОМОГОЮ ЛАНЦЮЖКА ЦІННОСТЕЙ

Стаття присвячена закономірностям та особливостям підвищення задоволення споживачів саме в електронній комерції за допомогою ланцюжка цінностей. Описано які відмінності існують щодо традиційної торгівлі, і складники, які впливають на споживче задоволення. Використання ланцюжка цінності є ефективним інструментом у конкурентній боротьбі. Концепція ланцюжка пояснює відносини фірм із постачальниками і клієнтами для надання товарів або послуг із меншими витратами. Позначені особливості концепції управління ланцюжками цінності: вона враховує клієнтів, які знаходяться в привілейованому положенні, і розуміння задоволення їхніх потреб, пропонуючи їм цінність. Визначено, що застосування ланцюжка цінності полягає в задоволенні потреб споживачів. Споживчі характеристики, характеристики фірми, безпеки і привабливості веб-сайту і взаємодія є основними джерелами довіри.

Ключові слова: ланцюжок цінностей, електронна торгівля, задоволення споживачів, електронна комерція.

INCREASING THE BUYER'S CONFIDENCE WITH THE VALUE CHAIN

The article is devoted to the laws and features of increasing consumer satisfaction in e-commerce through the value chain. In a growing market and increasing competition, it is necessary to be constantly aware of industry trends to increase sales and ensure better results of the online store. In a growing market and increasingly fierce competition, you must constantly be aware of industry trends in order to increase sales and provide the best online store performance. In the electronic environment, consumer behavior is changing in relation to traditional goods having a physical form, or to services. As trust grows with familiarity, it is important to find ways to increase consumer satisfaction through the continued use of e-commerce in value chain management. Describes the differences between traditional trade and the components that affect consumer satisfaction. Using a value chain is an effective tool in competition. The concept of the chain explains the relationship of firms with suppliers and customers to provide goods or services at lower cost. The concept of a value chain goes a step further, and explains that objects can be linked and create value that is a source of competitive advantage. This concept takes into account customers who are in a privileged position, understanding the satisfaction of their needs and offering them value. A value chain is a business model that describes the full range of actions required to create a product or service. For companies that produce goods, the value chain includes stages that include the transfer of the product from concept to distribution and everything in between, such as the purchase of raw materials, production functions and marketing activities. It is determined that the application of the value chain is in meeting the needs of consumers. Consumer confidence has four sources of consumer confidence: consumer characteristics; brand characteristics; website infrastructure and interaction. Sources of consumer confidence affect consumer confidence: competence, honesty and friendliness. In turn, these components affect the overall consumer confidence, and therefore affect the intention to buy online.

Key words: value chain, consumer satisfaction, e-commerce.

Poliakova Juliia

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Lviv University of Trade and Economics

Shaida Oksana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Lviv Polytechnic National University

Stepanov Andriy

Senior Lecturer,
Lviv University of Trade and Economics

Полякова Ю.В.

доктор економічних наук, доцент,
Львівський торговельно-економічний університет

Шайда О.Є.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»

Степанов А.В.

старший викладач,
Львівський торговельно-економічний університет

PATENTING ACTIVITIES AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT IN THE GLOBAL ECONOMY

The article is devoted to the study of current trends in patenting activities in the context of global economic processes. The priorities and goals of developing a long-term vision of the development of the countries of the world are considered in the context of the formation of the digital economy. The role of legal protection of intellectual property in achieving high rates of patenting is appraised. Comparative data of world patent ratings are given. The existing problems in the domestic patenting of scientific and technical solutions are highlighted. An econometric model of the dependence of the indicator of the number of patent applications filed with the European Patent Organisation on the percentage of human resources engaged in R&D in the EU has been built. The decisive role of human resources in scientific and technological development and patenting activities is substantiated, which requires a balanced state policy in the direction of improving human capital.

Key words: technologies, technological development, patent, patenting activities, global economy.

Formulation of the problem. The new paradigm of development of the leading economies involves the transition from a post-industrial model to an innovative technological model of management, when competition concerns not only the possession of capital resources and material values, but also the ability to develop and implement effective organisational, commercial and technological innovations.

In the global economy, developed countries focus on priority areas of technological advances aimed at improving social welfare and providing economic development. These are, first and foremost, the areas that provide healthcare, social and environmental solutions, and information and communication technologies that affect all spheres of public life. The rapid growth of competition in the field of patenting the main innovative and technological solutions, the involvement of new entities in these processes bring up to date the compliance of domestic patenting with the global trends and Ukraine's participation in international technological exchange.

Analysis of recent research and publications. Leading domestic and foreign scientists study the issues that cover the main aspects of scientific and technological development, patenting and licensing activities on international and regional scales. Thus, the matters of foreign patenting of domestic inventions and legal protection of intellectual property (G. Androschuk), patenting trends in the world economy and priority areas of patenting in Ukraine (V. Khaustov) have been considered in detail. The works by V. Denysiuk are devoted to the commercialization of research results and international technology transfer. V. Soloviov in his research reveals the financing of scientific research in the context of the development of the knowledge-based economy. National high-tech productions, foreign trade in high-tech goods are the subject of scientific research of O. Salikhova. At the same time, the study of the preconditions for intensifying research work as a catalyst for patenting activities at the national and international levels is becoming relevant.

Formulation of the purpose of the article. The purpose of the article is to identify the role of human resources in the implementation of patenting activities in terms of the development of the global economy.

Presentation of the main research material. Modern processes of techno-globalism determine the transition to a new paradigm of innovation and technological development. Acceleration of scientific and technological progress has led to radical changes in processes and technology, deepening interaction, interpenetration and convergence of technological systems. The combination of investment and innovation defines the essence and prospects of the technological paradigm, each being associated with the implementation and use of important scientific and technological advances.

According to the researchers, the previous paradigm was centred around the fact that innovations occur in large firms or in a long chain of added value based on the close relationships of participants in the process. However, the new paradigm justifies that production is based on modular science-intensive technologies developed in small and medium enterprises. In the previous paradigm, the main source of knowledge is attributed to the internal divisions of firms, in the new one it is the use of external sources. In this way, innovation becomes an international commodity that can be successfully used by economic entities in other countries.

According to the report of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), the transition to new technology paradigms and innovation-intensive economy benefits primarily those groups in society that, unlike others, use more assets and skills. During the development of the information society, there are both rapid and fundamental technological changes [1, p. 9].

One of the main features of the development of industrial property and of digital economy is the leading role of telecommunications companies, which have been at the top of the list of applicants for patents under the international PCT procedure in 2017-2018. Applications from companies such as Ericsson, Huawei Technologies, LG Electronics, Qualcomm Incorporated, Samsung Electronics, ZTE Corporation relate to digital communications and computer technology.

According to the World Intellectual Property Organization, in 2018, the largest number of applications under the PCT procedure was in the field of digital communications, computers, electrical machines, medical equipment. Ukraine ranks 40th in terms of filing applications for inventions under the international procedure, while lagging behind the US leader is about 360 times [2].

Legal protection of intellectual property should be considered as a financial incentive to invest capital in technological development. According to the research by foreign scientists, the external positive effect of innovation, which consists in the value of this intellectual property for consumers and competing manufacturers, is about three times higher than the personal benefit of the inventor. According to other estimates, the average developer receives at least 20% of the economic effect of innovation, even with sufficient protection of intellectual property rights. The rest is indi-

rectly spread throughout the economic system, encouraging other market participants to actively innovate [3, p. 28].

The use of science and technology as key components of economic development is seen as an approach to developing a long-term vision of industrial development in many countries. On the basis of technological forecasting, the process of identification of basic future technologies is aimed at forming the most effective scientific and technical policy and planning its development. At the national level, technological forecasting performs the function of creating a general model of society. World patent rankings confirm the rapid growth of patenting in China and the Republic of Korea. From 1985 to 2017, the number of applications to the Chinese office increased more than 160 times, in the Republic of Korea – almost 20 times, and at the same time to the US office – 5.3, to the European Patent Office – 4.5, in Japan – 1.06 times [4].

Globalization and the corresponding technological changes also determine the trends of job creation and directions of the existing labour markets being restructured. The use of the latest digital technologies contributes to the emergence of non-standard forms of work. Most OECD countries have experienced a significant increase in the share of employment in highly skilled industries and a decrease in the share of employment in areas that require a medium level of labour skills [5, p. 9]. Volumes of applications to the European Patent Organization (EPO) show a steadily growing trend (Figure 1).

As we can see, an effective innovation and technology policy has been actively implemented in the European Union over the last decade. There is an increase in spending on research, and the number of employees engaged in research has risen. Consequently, the number of patents filed with the EPO is growing significantly every year. It is interesting to investigate how productive it is to increase the volume of involvement of specialists in the field of research and development. In our article, we have built an econometric model of the dependence of the indicator of the number of patent applications filed with the EPO on the percentage of human resources employed in R&D in the EU. To build the model, time series of relevant indicators for the period 2010-2019 were used. The linear regression model reflects the relationship between these indicators:

$$Y = -67,78 + 5,2162 * X, \quad (1)$$

where Y stands for the number of patent applications, X is the share of employees in the field of research and development.

The intensity of the relationship between the variables included in the model is measured by the correlation coefficient. For our model, its value is 0.94, which indicates that there is a close direct relationship between the variables. The coefficient of determination shows that 88% of the dependent variable is explained by the influence of the independent variables. Checking the reliability of the regression model and the correlation coefficient based on Fisher's criterion gives reasons to conclude about the adequacy of the model, as the observed value of F-statistics 56.1 is greater than the table value at 0.05. The independent variables included in

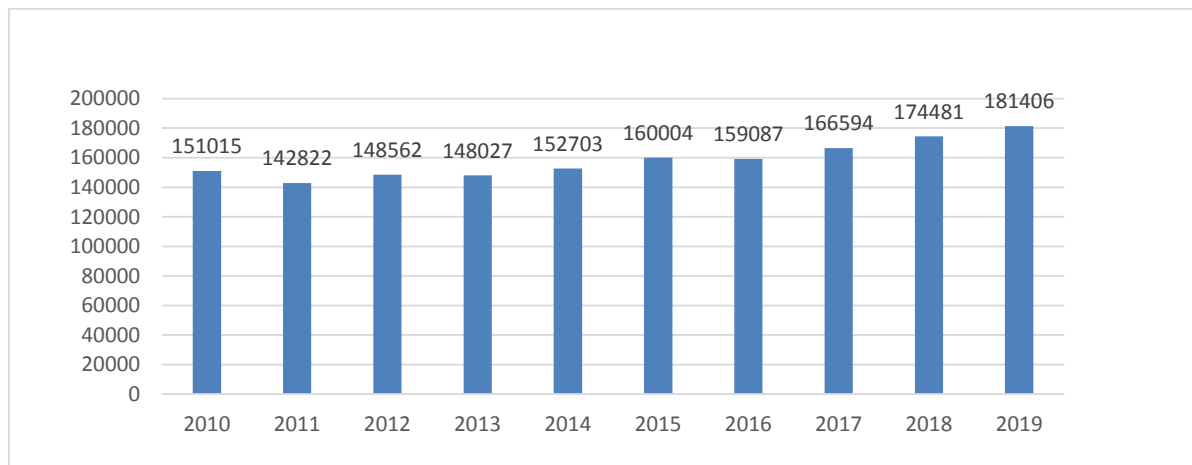


Figure 1. Patent applications filed with the European Patent Organization

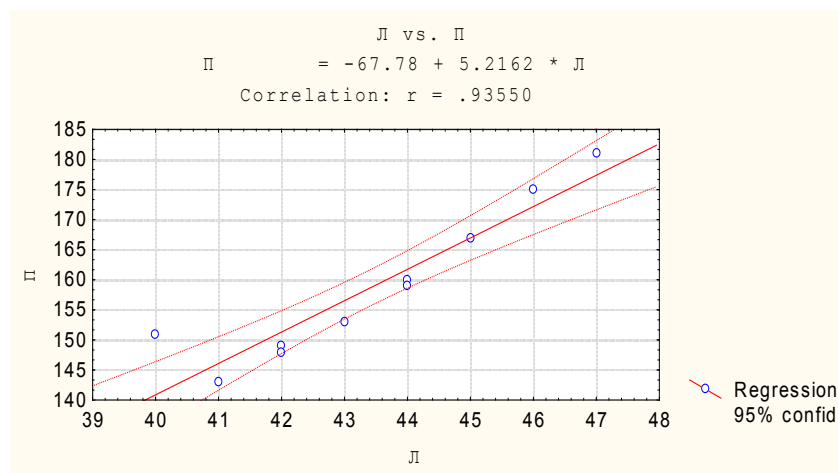


Figure 2. Dependence of the number of patent applications on the share of R&D employees in the EU

the model are statistically significant. The Durbin-Watson statistic recorded the calculated value $DW = 1.14$. When comparing it with critical statistical values (level 0.01, number of factors 1, number of observations 10) $d1 = 0.604$ and $d2 = 1.001$, we can conclude that the hypothesis of no residual autocorrelation is acceptable. Thus, we can say that the growth in the share of employees involved in R&D by 1% will increase the number of filed patent applications by 5.2162 thousand. The results of the study prove an important role of human resources in the patenting activities.

In general, the initiators of technology are the economies, where under the pressure of competition there is an update of technology and the introduction of new products. Factors of price and non-price competition force entrepreneurs to move their production to countries where labour costs are lower, and the level of staff skills allows them to master such technologies. These countries, with the growth of technological potential, human resources potential and wages, transfer production capacity to countries that lag behind in technological development. Technologies move from the upper level of the technical and economic pyra-

mid to the nearest position, accelerating the pace of development and pulling up to the top of the pyramid [6, p. 40].

The challenges of techno-globalization lead to the introduction in different countries of the concept of technological activity, which aims to maintain competitiveness under the influence of internal and external factors. The countries determine the priorities of innovation, investment and technological development, the areas for improving human capital, financing of scientific and technical developments, etc.

Conclusions. The modern global economy determines the priorities and forecasting of countries' development on the basis of innovation and technology. The indicators of patenting activities determine the prospects for the development of national economies; human resources play an important role in these processes. Post-industrial society stimulates the need to involve highly skilled employees in production processes and forms demands for quality professional training. Given the incomplete compliance of domestic patenting with the global trends, attention should be paid to the formation of public policy to improve human capital, which may be the subject of further research.

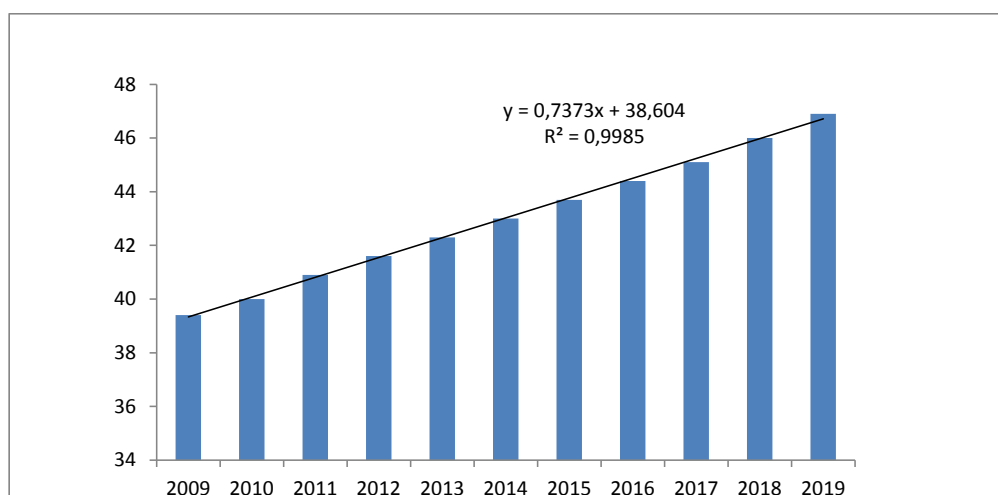


Figure 3. Human resources in science and technology of the EU member states, %

References:

1. All on Board Making Inclusive Growth Happen. Report by OECD. 2014. Available at: <https://www.oecd.org/inclusive-growth/all-on-board-making-inclusive-growth-happen.pdf> (accessed: 17.05.2020).
2. Khaustov V. Tsifrovaia ekonomika: kak tebe sluzhitsia? [Digital Economy: How Do You Serve?]. Available at: https://zn.ua/macrolevel/cifrovaya-ekonomika-kak-tebe-sluzhitsya-333086_.html (accessed: 12.06.2020).
3. Sumyn A. V., Kharlamova V. N., Abramova A. V. (2010). Mezhdunarodnaia trgovlia ob'ektami intellektualnoi sobstvennosti [International Trade of Intellectual Property]. Moskva: Prospekt, 240 p.
4. Khaustov V. Patenty na razvitie. [Development Patents]. Available at: https://zn.ua/macrolevel/patent-na-razvitie-325036_.html (accessed: 20.06.2020).
5. The Framework for Policy Action on Inclusive Growth. OECD. Paris, 2018. Available at: <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2018-5-EN.pdf> (accessed: 28.05.2020).
6. Korolev I. (2011). Mirovaia ekonomika: globalnye tendentsyi za 100 let [Global Economy: Global Trends over 100 years]. Moskva: Yurist, 604 p.

Список літератури:

1. All on board making inclusive growth happen. Report OECD. 2014. URL: <https://www.oecd.org/inclusive-growth/all-on-board-making-inclusive-growth-happen.pdf> (дата звернення: 17.05.2020).
2. Хаустов В. Цифровая экономика: как тебе послужит? URL: https://zn.ua/macrolevel/cifrovaya-ekonomika-kak-tebe-sluzhitsya-333086_.html (дата звернення: 12.06.2020).
3. Сумин А. В., Харламова В. Н., Абрамова А. В. Международная торговля объектами интеллектуальной собственности. М.: Проспект, 2010. 240 с.
4. Хаустов В. Патенты на развитие. URL: https://zn.ua/macrolevel/patent-na-razvitie-325036_.html (дата звернення: 20.06.2020).
5. The Framework for Policy Action on Inclusive Growth. OECD, Paris, 2018. URL: <https://www.oecd.org/mcm/documents/C-MIN-2018-5-EN.pdf> (дата звернення: 28.05.2020).
6. Королёв И. Мировая экономика: глобальные тенденции за 100 лет. М.: Юрист, 2011. 604 с.

ПАТЕНТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Статья посвящена исследованию современных тенденций патентной деятельности в условиях глобальных экономических процессов. Рассмотрены приоритеты и цели выработки долгосрочного видения развития стран мира в контексте формирования цифровой экономики. Оценена роль правовой охраны объектов интеллектуальной собственности в достижении высоких показателей патентования. Приведены компаративные данные мировых рейтингов патентования. Освещены существующие проблемы в отечественном патентовании научно-технических решений. Построена эконометрическую модель зависимости показателя количества патентных заявок, поданных в Европейскую патентную организацию, от показателя процента человеческих ресурсов, занятых в сфере НИОКР в ЕС. Доказано определяющую роль в научно-технологическом развитии и патентной деятельности человеческих ресурсов, что требует взвешенной государственной политики в направлении улучшения человеческого капитала.

Ключевые слова: технологии, технологическое развитие, патент, патентная деятельность, глобальная экономика.

ПАТЕНТНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗВИТОК У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Стаття присвячена дослідженню тенденцій та пріоритетів технологічного розвитку та патентної діяльності на міжнародному рівні. Актуальність теми обумовлена активізацією конкуренції у сфері патентування провідних технологічно-інноваційних рішень та необхідністю залучення вітчизняних суб'єктів господарювання до процесів світового технологічного обміну. Передумови активізації науково-дослідницької роботи оцінюються як каталізатор патентної активності на національному та міжнародному рівнях. Розглянуто підходи до формування нової сучасної парадигми технологічного розвитку, при якій виробництво засноване на модульних наукоємних технологіях, які розробляються як великими, так і малими та середніми підприємствами, а джерела знань мають внутрішнє та зовнішнє походження. У той же час інновації стають міжнародним товаром, який ефективно використовується економічними суб'єктами різних країн. Доведено позитивний ефект від нововведення для винахідника, споживачів і виробників-конкурентів. Показано, що при формуванні довгострокових програм розвитку багатьох країн наука і техніка використовуються як базові складники економічного розвитку. Світові тренди показують стрімке зростання обсягів патентування Китаю та Республіки Корея порівняно з США, ЄС та Японією. Наголошено на галузевих пріоритетах патентної активності у глобальному вимірі на неповній кількісній та структурній відповідності вітчизняного патентування загальним світовим тенденціям. Враховуючи те, що глобалізація та стрімкі технологічні зміни визначають тенденції створення нових робочих місць, авторами побудована економетрична модель залежності показника кількості патентних заявок, поданих до Європейської патентної організації, від показника відсотку людських ресурсів, зайнятих у сфері науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт у країнах-членах ЄС протягом десятирічного періоду. В результаті дослідження доведено вагомий роль людських ресурсів у патентній активності, що обґрунтовує необхідність розробки нових дієвих підходів до формування державної політики щодо покращення людського капіталу.

Ключові слова: технології, технологічний розвиток, патент, патентна діяльність, глобальна економіка.

Юсифова Кямаля Халилдиссертант кафедри «Маркетинг и туризм»,
Кооперативный университет (г. Баку, Азербайджан)**Yusifova Kamala Khalil**

Cooperative University (Baku, Azerbaijan)

МИРОВОЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ И РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА

Туристическая деятельность в сельской местности диверсифицирована, и этот процесс продолжается. Интерес, проявляемый людьми к сельскому образу жизни, носит постоянный характер. Мировой опыт агротуризма довольно разнообразен и поучителен. Аграрный туризм существует сейчас в большинстве стран мира. Анализ многолетнего опыта развития сельского туризма в развитых странах дает основание утверждать, что в этой области наблюдается положительная динамика. Концептуальный подход играет важную роль в развитии аграрного туризма. В этом отношении существуют серьезные различия в национальных концепциях развития туризма, в том числе аграрного, в разных странах. Эти различия отражены в целях, возможностях и позициях. В статье исследуется опыт стран с разными уровнями развития в области организации и развития агротуризма. Франция, Италия, Испания, Германия, Дания, Нидерланды, Бельгия, Люксембург и Великобритания уделяют особое внимание изучению западноевропейского опыта организации агротуризма. Практика стран Восточной Европы, включая страны бывшего социалистического лагеря (Польша, Венгрия, Чехия, Словакия), считалась важной с точки зрения становления и развития агрономии. Автор проанализировал накопленный опыт в развитии агротуризма в различных штатах США и подчеркнул важность опыта Турции для нашей страны. Особое внимание уделено опыту Японии и Китая, которые являются примерами инновационной организации современного агротуризма. Подробно описан опыт стран постсоветского пространства и оценены возможности его использования в организации и развитии агротуризма в Азербайджане. В западноевропейской практике агротуризма особое внимание должно быть уделено роли и месту системы поддержки государства и местного самоуправления в этой области. В экономически развитых странах Европы эффективность деятельности и уровень продвижения по службе оцениваются органами местного самоуправления. Следующим шагом является предоставление финансовой поддержки на разных уровнях в зависимости от масштаба и важности агротуризма.

Ключевые слова: организация агротуризма, зарубежный опыт, Европейский Союз, страны Восточной Европы, многофункциональный агротуризм, инновации в агротуризме.

Постановка проблемы. Оценка передового опыта, определение возможностей и перспектив его применения в области коммуникации – ключевой вопрос в определении и принятии тактических решений в любой сфере. Туристическая деятельность требует прямого контакта с людьми и делает необходимым выбор в разнообразии подходов к обслуживанию. С этой точки зрения изучение и оценка передового опыта в сфере туризма особенно актуальны.

Анализ последних исследований и публикаций. Поскольку туризм является одним из самых быстро развивающихся секторов мировой экономики, то естественно и внимание исследователей к теоретическим и прикладным аспектам проблемы. Причем спектр научных дисциплин, рассматривающих вопросы развития мирового туризма, охватывает как социальные, так и гуманитарные науки. Особенно активно разрабатываются вопросы развития внутреннего туризма, его экономические и социально-культурные аспекты [5; 13; 16; 21].

Вместе с тем туризм давно стал мировым с точки зрения взаимодействия между странами и распространения. Внимание исследователей привлекают страны, имеющие наиболее успешный опыт в работе с различными направлениями туристических услуг [1; 2; 18; 20 и др.]. Важно также растущее внимание к экологическим аспектам туризма, связанного с современными глобальными проблемами окружающей среды [3; 4; 6 и др.].

Анализ показывает, что все еще ждут своего решения вопросы изучения истории и теории последнего направления, указанного выше, это – агротуризм как наиболее перспективная отрасль современного туризма.

Формулирование целей статьи. В данной статье поставлена цель рассмотрения основных направлений развития агротуризма в мире, их концептуальная оценка, определение перспектив дальнейшего формирования этого перспективного направления мирового туризма.

Изложение основного материала. Западноевропейский опыт организации агротуризма. По данным

Европейской федерации аграрного туризма, сельский туризм является важной отраслью мировой индустрии туризма и охватывает 12–30% мировых туристических потоков. Исследования Федерации показывают, что «среднегодовые темпы прироста сегмента сельского туризма (без учета экскурсионной деятельности) за последние 10–15 лет составляли 10–15%, что в целом выше, чем рост европейского туризма в целом (4–5%). В сегменте сельского туризма сосредоточено около 20% мест проживания» [1, с. 34].

Несмотря на значительное разнообразие, концепцию развития аграрного туризма можно сгруппировать по трем направлениям, а именно:

- небольшой семейный отель, усадьба, ферма, спортивный центр, кемпинг и т. д., организация аграрного туризма в базе данных;

- строительство крупных и средних частных аграрных учреждений в сельской местности, специализированных частных гостиниц, культурно-этнографических центров и стилизованных аграрных туристических поселков;

- создание сельскохозяйственных парков в хозяйствах и сельскохозяйственных кооперативах. Демонстрация национальных технологий сельскохозяйственного производства [2, с. 46].

Известно, что разнообразие интересов, потребностей, а также физические и финансовые возможности туристов требуют творческого подхода при создании разнообразия услуг, предлагаемых аграрным туризмом. Это требование актуально, поскольку все ресурсы, которые отвечают интересам и потребностям туристов, приезжающих в село, должны быть получены от села. В противном случае роль агротуризма в социально-экономическом развитии района будет падать, и прибыльность туристической деятельности также будет уменьшаться. Размещение туристов в секторе агротуризма является одним из основных и наиболее важных вопросов туристической отрасли.

С этой точки зрения в разных странах тестируются разные варианты. «В каждой стране предпочтительными являются определенные типы туристов. Скажем, в Испании туристы размещаются на фермах и в гостиницах, отдельных домах, исторических зданиях. В Италии аграрным туристам предлагается размещение в квартирах, но они также имеют опыт предоставления жилья в отдельных домах, комнатах и палатках на территории аграрного сектора» [2, с. 47].

Развитие агротуризма в Италии связано не только с благоприятными природно-климатическими условиями и развитой инфраструктурой. В циклической экономической среде опыт, накопленный в этой древней стране с упором на альтернативную занятость сельского населения, оказывает положительное влияние на аграрную сферу хозяйствования. Не случайно, что туристы в Италии останавливаются в исторических зданиях, а также в сельских домах, в частных домах и дворах. Местные и иностранные граждане, приезжающие в село в качестве туристов, получают широкий

спектр услуг. В Италии, как и во Франции, предоставляемые услуги в области образования, науки, здравоохранения, труда и спорта в сельском туризме широко распространены и развиваются. В Италии аграрные службы характеризуются тремя основными сферами: отдых и здоровье в сельской местности; занятия спортом; изучение местных продуктов и кухни. Размещение туристов в сельской местности зависит от типа их обслуживания.

Растущий интерес к сельскому хозяйству и агротуризму позволяет странам Европейского Союза постоянно улучшать финансовые показатели этого вида туризма и в ряде случаев не перегружать государственный бюджет. Статистические исследования показывают, что 35% городских жителей в Европейском Союзе предпочитают проводить свой отпуск в сельской местности. Их доля в Нидерландах еще выше – 49%. Сельский туризм создает новые рабочие места в регионах и приносит реальный доход. Италия занимает первое место в Европе по сельскому туризму, и ее среднегодовая прибыль составляет 350 миллионов долларов» [5, с. 455–456].

Ассоциации по продвижению агротуризма в Италии, Франции, Испании, Дании играют важную роль в организации консультационных, информационных, маркетинговых услуг. *Fiduration Nationale des Gôtes de France* – крупнейшая французская компания по управлению сельским туризмом, это первая европейская сеть отелей на дому *Terra Nostra*, которая помогла создать комплекс (экономический, социальный, культурный) [6].

Asociación Española de Turismo Rural (ASETUR) – Немецкое сельскохозяйственное общество (*DLG*) [7], Австрия, было основано в начале 90-х годов прошлого века и вмещало до 3 тыс. фермеров. *ECEAT (Netherlands)* [9] и ряд других организаций играют решающую роль в организации агротуризма в Западной Европе, включая ее члена *Urlaub am Bauernhof* [8], Службу контроля качества, Нидерланды, Люксембург и Бельгию.

По мнению ассоциаций сельского туризма, «сельский туризм сегодня является одним из наиболее перспективных видов туризма, который оказывает положительное влияние на устойчивое развитие района и экономические выгоды. Каждый третий турист во Франции – турист в сельской местности, 10% сельских предпринимателей в Великобритании и 4% в Германии предлагают услуги сельского туризма» [10].

Каждый третий немец подключается к внутреннему туризму; немцы считаются наиболее путешествующими в Европе. Здесь есть потенциал для развития агротуризма, и его использование носит системный характер. Немецкий опыт агротуризма описывается как позитивное и эффективное сотрудничество с местными властями и другими общественными организациями в отношении регистрации (далее именуемой как любая другая деятельность до начала аграрной институциональной службы). В стране общественные объединения и ассоциации, а также федеральные и местные органы власти активно участвуют в регули-

ровании и интенсификации агротуристического развития [7]. Эти организации представлены, главным образом, немецкой сельскохозяйственной ассоциацией (The Landwirtschafts) ECEAT Germany, которая занимается методологией и информационной поддержкой агротуризаторов.

«Современный подход к сельскому туризму в Германии отличается следующими чертами: поддержка сельского туризма осуществляется на трех уровнях: федеральном, земельном, коммунальном и сочетает в себе формы прямого и косвенного финансирования предпринимательских проектов, сельского хозяйства, развития инфраструктуры; межведомственное интерактивное взаимодействие и сотрудничество между всеми заинтересованными сторонами: министерство экономики и труда, защита прав потребителей, министерства сельского хозяйства, лесного и рыбного хозяйства, федеральный и земельный уровни, отдельные программы» [1, с. 40]. «Агротуризм в Германии хорошо развивается в последние годы и является одним из важнейших видов туризма. В настоящее время оборот в этой области составляет около 1,1 миллиарда евро. Это 6% внутреннего туризма Германии. Этот вид туризма высоко ценится» [11].

Farm Stay (UK) Ltd является комплексным поставщиком развития агротуризма в Великобритании [12]. В британской модели агротуризма при размещении туристов преобладают фермерские дома. В этом случае предлагаются варианты совместного или раздельного проживания с семьей фермера. Катание на лошадях – это вид деятельности, который на ферме интересует туристов больше всего [2, с. 51].

«В Великобритании активно развивается агротуризм, поскольку он предлагает различные скидки и недорогие услуги отдыхающим с детьми. Заброшенные фермы отремонтированы на юге страны, где частично сохранилось все необходимое для полноценного и комфортного отдыха: телевизор, система отопления, бытовая техника, старая мебель. Эти фермы пользуются большим спросом у отдыхающих» [13, с. 85].

Опыт стран Восточной Европы в организации агротуризма

Развитие сельского туризма в странах Восточной Европы началось в 90-х годах XX века. В Польше, Венгрии и Чешской Республике были предприняты серьезные шаги для развития агротуризма. Кроме того, созданные здесь союзы и федерации играют важную роль в регулировании и развитии туризма в деревне. К ним относятся Федерация сельскохозяйственного туризма Венгрии (Центр сельского туризма), созданная в 1994 г., Чешская Республика (ECEAT, Чехия) [14], Европейский центр экологического и сельского туризма [15], созданный в Польше в 1993 г., и Федерация сельского туризма (GOSPODARSTWA GOSCINNE), играют важную роль в развитии агротуризма [16].

Туризм в Венгрии сейчас является источником гордости для многих владельцев. Следует отметить, что

наряду с личными усилиями отдельных домовладельцев государство также играет важную роль в организации качественных услуг. Правительство Венгрии активно содействует развитию сельского туризма. Консалтинговая служба правительства Венгрии наряду с различными субсидиями и платежами также оказывает консультационные услуги [17].

В Чешской Республике начали осваиваться территории, благоприятные для сельского туризма [18]. Опыт, полученный в организации туризма в целом и винодельческого туризма в частности, высоко ценится среди туристов из развитых стран Северной Европы. Попытки имитировать первоначальную форму сельского образа жизни во многом считаются успешными.

Развитие агротуризма в Польше, как правило, происходит в рамках европейских тенденций. Однако есть и различия. В Польше фермерские хозяйства являются единственными районами, где есть агротуризм как дополнительный источник дохода. Различия между уровнем услуг и правилами приема туристов имеют большое значение. Нынешний уровень агротуризма в Польше высоко ценится туристами из стран Западной Европы. По этой причине агротуризм наряду со многими странами Западной и Восточной Европы интенсивно развивается и в Польше. «Миллионы европейцев со стабильным доходом предпочитают отдыхать в европейских сельских районах. Австрия, Словакия, Германия, Чехия и Польша интенсивно развивают свои аграрные силы в последние годы» [19, с. 72].

Опыт США

Хотя опыт, накопленный в различных штатах США в области развития агротуризма, является уникальным, существуют также моменты, которые допускают некоторые обобщения. Прежде всего, это ценный опыт для размещения туристов, корректировка стоимости услуги с учетом страны, из которой приезжают туристы, и так далее [20, с. 151–164]. Участие в развитии животноводческой отрасли с помощью туризма, соотношение молочных продуктов с местными нормативными актами, здоровый образ жизни и экологически чистая пища являются основными тенденциями развития агротуризма в ряде штатов США.

Страна также постоянно занимается изучением передового опыта в этой области, включая пропаганду агротуризма. Устойчивое развитие сельского туризма в Южной и Северной Америке выдвинуло на первый план проблемы изучения его стимулов и практики регулирования [21, с. 56–69]. Опыт экзотического туризма в США находится на стадии формирования.

Опыт Турции, который больше доступен для Азербайджана

«По данным Международной туристической организации ООН (ЮНВТО), к 2017 году Турция стала одной из 10 самых привлекательных стран в мире» [22]. Здесь также поддерживается развитие внутреннего туризма. В современной Турции сельский туризм развивается в контексте сельского образа жизни, богатых традиций местного населения и очень интересного фольклора.

В стране существует большой потенциал для развития агротуризма (сельского туризма), особенно в прибрежных районах Черного моря и в Анатолу. Чтобы использовать этот потенциал более эффективно и результативно, фермерские хозяйства реализуют совместные меры с государственными и муниципальными органами власти. Опыт Турции в области агротехники находится на стадии развития, однако он достаточно интересен и ценен для Азербайджана.

Японский и китайский опыт организации агротуризма

Опыт Японии и Китая в развитии агротуризма экзотичен и привлекателен для иностранных туристов на фоне особенностей сельского образа жизни в этих странах. Экзотически креативный подход требует творческого подхода, и с этой точки зрения в Японии поощряются интересные подходы. Например, сейчас широко распространен опыт участия иностранных туристов в сборе клубники на фермах: «В Японии у иностранных туристов особенно популярны участие в сборе клубники в сельском хозяйстве. Стоимость экскурсии на 40 минут составляет 1,9 тысячи иен (17 долларов), что является оценкой того, что туристы могут также есть клубнику за тот же период» [23].

Конечно, в Японии принимаются систематические меры для развития такого важного направления деятельности, как агротуризм. Развитие агротуризма реализуется за счет дополнительных средств, полученных в результате изменений в налоговом механизме, для поддержки развития сельских районов, особенно отдаленных: «Правительство улучшает туризм в отдаленных деревнях Японии за счет налогов, взимаемых с выезжающих из страны» [24].

Наряду с соответствующими природно-климатическими и экономическими условиями как факторами, определяющими вектор развития агротуризма, заметны также темпы и масштабы притока сельского населения в крупные города. В развитии агротуризма последнее имеет особое значение как в развивающихся, так и в постсоветских странах. В связи с этим целесообразно согласиться с идеей о том, что опыт вышеперечисленных стран и органическое приобретение передового опыта расширяют спектр интенсивного развития агротуризма.

«Помимо стран с положительным опытом в области агрономии, есть много стран, которые активно применяют этот опыт и уже достигли значительного прогресса в этой деятельности. К таким странам относятся Индия, Китай, Грузия, Белоруссия, Украина, Литва, Латвия, Эстония, Россия и многие другие страны» [2, с. 47].

Развитие агротуризма исторически развивалось и в Китае. В современном понимании Китай считается основой азиатского агротуризма. Здесь можно сказать, что сформировалась интегрированная система всех видов сельского туризма. Опыт, полученный в этой стране с огромным экономическим потенциалом, был новым и полезным для региона. «Китай был пионером в развитии агротуризма в Восточной Азии и обладает потенциалом постоянного развития. В Китае агроту-

ризм доказал свою экономическую жизнеспособность. В последние годы этот тип туризма динамично развивался, но это развитие неравномерно. Агротуризм является более выдающимся и перспективным, что позволяет сохранить культурное наследие восточно-азиатских стран в целом, решает вопросы материального обеспечения сельских территорий, поддерживает традиции и древнее искусство народов» [25, с. 133]. Инновационные подходы к развитию агротуризма применяются как в Китае, так и в Японии. За прошедшее десятилетие в этих странах была реализована политика «одна деревня – один продукт». Именно на основе этой политики была создана сеть деревень, состоящих из одной отрасли, и был приобретен ценный опыт использования потенциала агропромышленного сотрудничества и интеграции.

Опыт постсоветских стран

В постсоветских странах возможности формирования и развития агротуризма достаточно большие. Как отмечалось выше, определенные достижения есть в таких странах, как Грузия, Беларусь, Украина, Литва, Латвия и Россия. Была подготовлена концепция для сельского туризма в России на 2016–2030 гг. Как показано в этом документе, доля сельского туризма в общем объеме туристических услуг в России остается относительно низкой. По данным 2015 г., структура внутреннего туризма оценивается в 2%. Развитие сельского туризма сдерживается рядом ограничений, которые включают: отсутствие системного подхода к развитию сельского туризма и его государственной поддержки; неадекватность и незавершенность существующей законодательной базы; качество обслуживания в сельском туризме, которое не соответствует ожиданиям российских туристов» [4].

Агротуризм и экологически чистое сельское хозяйство

Говоря о мировом опыте агротуризма, мы считаем необходимым поддержать международную программу, которая реализует его связь с органическим (экологически чистым) сельским хозяйством и которая требует, чтобы на него обратили особое внимание. В последнее десятилетие «добровольцы с органическими фермами» (World Wide, возможности на органических фермах, WWOOF) во все более крупных масштабах формируют международные агропромышленные программы. Эти программы осуществляются с целью развития органического земледелия и агротуризма. Сюда вовлечены более 30 из этих стран, где суть этой программы заключается в обмене рабочей силой для производства продуктов питания в домашних условиях [26]. Участники в рамках этой программы включены в категорию туристических работников, они работают 4–6 часов в день в саду или на ферме. Взамен ферма предоставляет жилье для деловых туристов и продукты питания, которые отвечают экологическим требованиям. Другими словами, в этом процессе нет взаимной оплаты [27].

Наряду с общими требованиями программы WWOOF в разных странах существуют разные точки.

Выводы. Агротуризм является дополнительным источником дохода для сельских жителей с относительно низким уровнем дохода в сельской местности: агротуризм может повысить конкурентоспособность мелкого фермера; множественность агротуризма расширяет его возможности; поддержка агротуризма центральным правительством и органами местного

самоуправления целесообразна для повышения уровня занятости в сельской местности и улучшения ее структуры. Факторы, которые замедляют развитие агротуризма в постсоветских странах, – это в первую очередь состояние инфраструктуры, нехватка персонала и отсутствие осведомленности среди потенциальных клиентов, включая сельское население.

Список литературы:

1. Трухачев А.В. Концепции и модели развития сельского туризма за рубежом. Сервис в России и рубль. 2016. Т.10. № 7(68). С. 34–43.
2. Печерица Е.В., Шевченко И. Мировой опыт развития агротуризма. Журнал «Национальные интересы: приоритеты и безопасность». 2012. № 41(182). С. 44–53.
3. Что за агротуризм? URL: <http://www.squidoo.com/Agritourism-ideas> (дата обращения: 18.05.2020).
4. Концепция развития сельского туризма в России (2016–2030). URL: <http://xn--80aplem.xn--plai/rural-tourism> (дата обращения: 21.06.2020).
5. Уланов Д.А. Туризм в сельской местности: оптимизм, проблемы, перспективы. Молодой ученый. 2013. № 6. С. 455–459.
6. Gallery ~ agriturismoterranostra.com Gallery della nostra. URL: www.agriturismoterranostra.com (дата обращения: 03.05.2020).
7. Detaillierte Suche. URL: <https://www.atostogoskaime.lt/de/> (дата обращения: 11.06.2020).
8. Happy holidays on the farm. URL: <https://www.farmholidays.com/> (дата обращения: 03.06.2020).
9. ECEAT – European Centre for Ecological and Agricultural Tourism. URL: <http://www.eceat.org/> (дата обращения: 05.06.2020).
10. Национальная ассоциация аграрного туризма. URL: <http://www.naturs.ru> (дата обращения: 13.06.2020).
11. Tourismuspolitische Leitlinien der Bundesregierung. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, 2009.
12. Wake up to the country! Great farm b&b, self-catering, glamping & more! URL: <https://www.farmstay.co.uk/> (дата обращения: 15.06.2020).
13. Новиков Ю.И., Блинов О.А., Шумакова О.В. Направления и опыт развития агротуризма. Вестник Омского государственного аграрного университета. 2015. № 3(19). С. 83–86.
14. Tschechisches Futter für Körper und Geist. URL: <https://www.czechtourism.com/de/p/a-stayintouchcz/> (дата обращения: 12.06.2020).
15. Wyszukiwanie obiektów ECEAT – Poland. URL: <http://www.eceat.pl/> (дата обращения: 18.05.2020).
16. Развитие сельского и экологического туризма / Э.Г. Имескенова, И.В. Ишигенов [и др.]. Серия обучающих пособий “RUDECO Переподготовка кадров в сфере развития сельских территорий и экологии”. Москва, 2012. 145 с.
17. Портал Pоеzdka.de. URL: <https://ru.poezdka.de/113/ВосточнаяЕвропа/Венгрия/ural-hungaria.html> (дата обращения: 21.06.2020).
18. 10 мест, которые вы должны посетить в Чешской Республике. URL: <https://www.czechtourism.com/ru/home/> (дата обращения: 12.06.2020).
19. Рдеч М.А. Агротуризм как инструмент для выращивания. Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. № 3. С. 68–79.
20. Уильям С. Гартнер. Развитие сельского туризма в США. Международный журнал исследований туризма. 11. Май 2004. Том 6. Выпуск 3. С. 151–164.
21. Трухачев А.В. Проблемы классификации аграрного туризма. Сервис по России и рублю. 2014. № 8(55). С. 56–69.
22. Турция входит в десятку самых привлекательных стран мира в 2017 году. URL: <https://www.trt.net.tr>
23. Лешенко Н.Ф. Как решают экологические проблемы в Японии. Японский опыт для российских реформ. Москва, 2000. С. 81–88.
24. В Японии необходимо оплатить поездку. URL: <http://Experttur.com/asia/japan> (дата обращения: 23.06.2020).
25. Оришев А.Б., Тарасенко В.Н. Агротуризм в Китае. Алтайская автономная академия экономики и хозяйства. 2019. № 1-1. С. 125–133.
26. WWOOF New Zealand. URL: <https://wwooof.nz/join-step1/> (дата обращения: 27.06.2020).
27. Welcome to WWOOF. URL: <https://wwoofinternational.org/> (дата обращения: 27.06.2020).
28. WWOOF Новая Зеландия. Добро пожаловать на органические фермы. URL: <https://wwooof.nz> (дата обращения: 28.06.2020).

References:

1. Trukhachev A. V. (2016) Kontseptsyy y modely razvytiya selskoho turyzma za rubezhom [Concepts and models of rural tourism development abroad]. Servys v Rossyy y rubl, vol.10, no. 7(68), pp. 34–43.
2. Pecheritsa EV, Shevchenko I. (2012) Myrovoi opyt razvytiya ahroturyzma [World experience in the development of agritourism]. Zhurnal «Natsyonalnie ynteresi: pryorytyeti y bezopasnost», no. 41(182) , pp. 44–53.
3. Chto za ahroturyzm? [What kind of agritourism?]. Available at: <http://www.squidoo.com/Agritourism-ideas> (accessed 05.08.2020).

4. Kontseptsyia razvytyia selskoho turyzma v Rossyy (2016–2030) [The concept for the development of rural tourism in Russia (2016–2030)]. Available at: <http://xn-80aplem.xn-p1ai/rural-tourism> (accessed 21.06.2020).
5. Ulanov D.A. (2013) Turyzm v selskoi mestnosti: optymizm, problemy, perspektivy [Tourism in rural areas: optimism, problems, prospects]. *Molodyi vchenyi*, no. 6, pp. 455–459.
6. Gallery ~ agriturismoalternativa.com Gallery della nostra. Available at: www.agriturismoterranova.com (accessed 03.05.2020).
7. Detaillierte Suche. Available at: <https://www.atostogoskaime.it/de/> (дата обращения: 11.06.2020).
8. Happy holidays on the farm // <https://www.farmholidays.com/> (accessed 03.06.2020).
9. ECEAT – European Centre for Ecological and Agricultural Tourism. Available at: <http://www.eceat.org/> (accessed 05.06.2020).
10. Natsyonalnaia assotsyatsyia ahrarnoho turyzma [National Association of Agricultural Tourism]. Available at: <http://www.naturs.ru>. (accessed 13.06.2020).
11. Tourismuspolitische Leitlinien der Bundesregierung. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, 2009.
12. Wake up to the country! Great farm b&b, self-catering, glamping & more! Available at: <https://www.farmstay.co.uk/> (accessed 15.06.2020).
13. Novykov Yu.Y., Blynov O.A., Shumakova O.V. (2015). Napravleniya y opyt razvytyia ahroturyzma [Directions and experience in the development of agritourism]. *Vestnyk Omskoho gosudarstvennogo ahrarnoho*, no. 3(19), pp. 83–86.
14. Tschechisches Futter für Körper und Geist. Available at: <https://www.czechtourism.com/de/p/a-stayintouchcz/> (accessed 12.06.2020).
15. Wyszukiwanie obiektów ECEAT – Poland. Available at: <http://www.eceat.pl/> (accessed 18.05.2020).
16. Ymeskenova E.H., Yshyhenov Y.V. (2012). Razvytye selskoho y ekolohycheskoho turyzma [Development of rural and ecological tourism]. *Seryia obuchaiushchykh posobyi “RUDECO Perepodgotovka kadrov v sfere razvytyia selskykh terrytori y ekolohyy”*. Moskva, p. 145.
17. Portal Poezdka.de <https://ru.poezdka.de/113/ВосточнаяЕвропа/Венгрия/ural-hungaria.html> (дата обращения: 21.06.2020).
18. 10 mest, kotorye vi dolzhni posetyt v Cheshskoi Respublyke [10 places you must visit in the Czech Republic]. Available at: <https://www.czechtourism.com/ru/home/> (accessed 12.06.2020).
19. Rdech M.A. (2016). Ahroturyzm kak ynsstrument dlia virashchivanyia [Agritourism as a tool for cultivation]. *Ekonomika: vchera, sehdnia, zavtra*, no. 3, p. 68–79.
20. Uyliam S. Hartner. (2004). Razvytye selskoho turyzma v SShA [Development of Rural Tourism in the USA]. *Mezh-dunarodnyi zhurnal yssledovaniy turyzma* 11. Mai 2004, t. 6, vol. 3, pp. 151–164.
21. Trukhachev A.V. (2014). Problemi klassyfykatsyy ahrarnoho turyzma [Problems of classification of agricultural tourism]. *Servys po Rossyy y rubliu*, no. 8(55), pp. 56–69.
22. Turtsyia vkhodyt v desiátku samykh pryvlekatelykh stran myra v 2017 hodu [Turkey is among the ten most attractive countries in the world in 2017]. Available at: <https://www.trt.net.tr>
23. Leshchenko N.F. (2000). Kak reshaut ekolohycheskye problemy v Yaponyy. Yaponskyi opit dlia rossiyskykh reform [How environmental problems are solved in Japan. – Japanese experience for Russian reforms]. Moskva, pp. 81–88.
24. V Yaponyy neobkhodimo oplaty poezdka [In Japan, you must pay for the trip]. Available at: <http://Experttur.com/asia/japan> (accessed 23.06.2020).
25. Oryshev A.B., Tarasenko V.N. (2019). Ahroturyzm v Kytae [Agritourism in China]. *Altaiskaia avtonomnaia akademiya ekonomiky y khoziaistva*, no. 1-1, pp. 125–133.
26. WWOOF New Zealand. Available at: <https://wwooof.nz/join-step1/> (accessed 27.06.2020).
27. Welcome to WWOOF. Available at: <https://wwoofinternational.org/> (accessed 27.06.2020).
28. WWOOF Novaia Zelandyia. Dobro pozhalovat na orhanycheskye fermi [WWOOF New Zealand. Welcome to organic farms]. Available at: <https://wwooof.nz> (accessed 28.06.2020).

СВІТОВИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ

Туристична діяльність у сільській місцевості диверсифікована, і цей процес триває. Інтерес, який виявляють люди до сільського способу життя, носить постійний характер. Світовий досвід агротуризму досить різноманітний і повчальний. Аграрний туризм існує зараз у більшості країн світу. Аналіз багаторічного досвіду розвитку сільського туризму в розвинених країнах дає підстави стверджувати, що у цій сфері спостерігається позитивна динаміка. Концептуальний підхід відіграє важливу роль у розвитку аграрного туризму. У цьому відношенні існують серйозні відмінності в національних концепціях розвитку туризму, у тому числі аграрного, у різних країнах. Ці відмінності відображено в цілях, можливостях і позиціях. У статті досліджується досвід країн із різними рівнями розвитку у сфері організації і розвитку агротуризму. Франція, Італія, Іспанія, Німеччина, Данія, Нідерланди, Бельгія, Люксембург і Великобританія приділяють особливу увагу вивченню західноєвропейського досвіду організації агротуризму. Практика країн Східної Європи, включаючи країни колишнього соціалістичного табору (Польща, Угорщина, Чехія, Словаччина), вважалася важливою з погляду становлення і розвитку агрономії. Автор проаналізував накопичений досвід у розвитку агротуризму в різних штатах США і підкреслив важливість досвіду Туреччини для Азербайджану. Особливу увагу було приділено досвіду Японії і Китаю, які є прикладами інноваційної організації сучасного агротуризму. Докладно описано досвід країн пострадянського простору і оцінено можливості його використання в організації і розвитку агротуризму в Азербайджані. У західноєвропейській практиці агротуризму особлива увага повинна бути приділена ролі і місцю системи підтримки держави та місцевого самоврядування у цій сфері. В економічно розвинених країнах Європи ефективність діяльності і рівень просування по службі оцінюються органами місцевого самоврядування. Наступним кроком є надання фінансової підтримки на різних рівнях залежно від масштабу і важливості агротуризму.

Ключові слова: організація агротуризму, зарубіжний досвід, Європейський Союз, країни Східної Європи, багатofункціональний агротуризм, інновації в агротуризм.

WORLD EXPERIENCE OF THE ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF AGROTOURISM

Tourism in rural areas is diversified, and this process continues. The interest shown by people in the rural way of life is constant. World experience in agritourism is quite diverse and instructive. Agricultural tourism exists now in most countries of the world. Analysis of many years of experience in developing rural tourism in developed countries gives reason to argue that there is a positive trend in this area. The conceptual approach plays an important role in the development of agricultural tourism. In this regard, there are serious differences in national concepts of tourism development, including agricultural, in different countries. These differences are reflected in goals, opportunities, and attitudes. The article explores the experience of countries with different levels of development in the organization and development of agritourism. France, Italy, Spain, Germany, Denmark, the Netherlands, Belgium, Luxembourg and the United Kingdom pay special attention to the study of Western European experience in organizing agritourism. The practice of the countries of Eastern Europe, including the countries of the former socialist camp (Poland, Hungary, Czech Republic, Slovakia), was considered important from the point of view of the formation and development of agronomy. The author analyzed the experience gained in the development of agritourism in various US states and emphasized the importance of the Turkish experience for our country. Particular attention was paid to the experience of Japan and China, which are examples of the innovative organization of modern agritourism. The experience of the countries of the post-Soviet space is described in detail and evaluated the possibilities of its use in the organization and development of agritourism in Azerbaijan. In the West European practice of agritourism, special attention should be paid to the role and place of the state support system and local self-government in this area. In the economically developed countries of Europe, the effectiveness of activities and the level of promotion are assessed by local authorities. The next step is to provide financial support at different levels, depending on the scale and importance of agritourism.

Key words: agritourism organization, foreign experience, European Union, Eastern European countries, multifunctional agritourism, innovations in agritourism.

2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-4-6>

УДК 338.012

Веценура Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних відносин,
Київський національний університет культури і мистецтв

Vecepuru Natalia

Kiev National University Culture and Arts

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

У статті здійснено аналіз основних макроекономічних показників розвитку економіки та визначено наявні диспропорції, які свідчать про відсутність пропорційності в розвитку економіки України на всіх її рівнях. Автором наведено результати аналізу структури ВВП України за видатковим методом (за кінцевим використанням), а також з'ясовано стан та тенденції розвитку промислового виробництва, зокрема машинобудівної галузі. Доведено, що виробнича та експортна спеціалізація країни в сучасних умовах господарювання зазнала очевидної деградації та втрачає в показниках складності, вказано на залежність внутрішнього ринку від імпортованої продукції. Невідповідність між об'ємними показниками зростання і погіршенням фінансового стану суб'єктів господарювання позначено як найбільш істотну диспропорцію у розвитку промислового виробництва

Ключові слова: конкурентоспроможність, національна економіка, стійкий розвиток, промисловість України, машинобудівна галузь.

Постановка проблеми. Єдиною альтернативою підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки України в умовах інтеграції до глобального економічного простору та нових викликів глобального та внутрішнього характеру є відновлення та модернізація промислового сектору на фундаменті розробленої та втіленої індустріальної політики. Сьогодні стан вітчизняної промисловості не відповідає вимогам, що диктуються умовами глобальних трансформацій. Промислове виробництво перестало бути основним чинником зростання національної економіки. Індекс промислового виробництва скоротився до менш ніж 70% у 2017 році порівняно з 2007 роком [1, с. 15]. Аналогічна картина спостерігається за основними видами промислової діяльності, зокрема в машинобудівній галузі, і в сучасних умовах. Ринок машинобудівної продукції є надважливим для України, оскільки машинобудування відіграє вирішальну роль у створенні матеріально-технічної бази господарства. У прискоренні науково-технічного прогресу виключно важлива роль належить саме машинобудуванню. Випускаючи засоби виробництва для різних галузей національної економіки, машинобудівна

галузь забезпечує, як відомо, комплексну механізацію та автоматизацію виробництва. Отже, падіння промислового виробництва загалом, а особливо виробництва інвестиційної продукції, спричинює негативні наслідки відставання та послаблення національної економіки, втрату конкурентних позицій України на світових ринках. Тому актуальним є питання аналітичної оцінки сучасного стану промислового виробництва України, зокрема машинобудування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У дослідження проблем підвищення рівня конкурентоспроможності та збалансованого, сталого соціально-економічного розвитку України вагомий внесок зробили такі вітчизняні науковці, як: Л. Дейнеко [1], О. Амоша, І. Булеєв, А. Землянін [2], В. Геєць [3], О. Жилінська [4], Л. Калініченко [5], Е. Лібанова [6] та ін. Проте, з огляду на необхідність забезпечення зростання та оновлення економіки не тільки в сучасній Україні, а й у багатьох країнах світу, багато питань, пов'язаних із розвитком промислового виробництва, які сприяють підвищенню рівня конкурентоспроможності національної економіки, залишаються ще недо-

статньо вирішеними, що свідчить про необхідність подальшого їх дослідження.

Формулювання цілей статті. Мета роботи полягає в аналізі базових макроекономічних показників соціально-економічного розвитку України за період 2014–2019 рр. та в розгляді наявних проблем, пов'язаних із розвитком промислового виробництва України, зокрема машинобудівної галузі.

Виклад основного матеріалу. В останні роки економіка України вступила в новий етап свого розвитку, етап відновлення, який передбачає модернізацію промисловості, сільського господарства та інших галузей національної економіки, а також створення умов для піднесення вітчизняної науки та інноваційної сфери для забезпечення нової високотехнологічної економіки [7]. Одним із ключових завдань при цьому є відновлення функціонування реального сектору національної економіки, вживання необхідних заходів для підвищення його фінансової стійкості та забезпечення збалансованого розвитку внутрішнього ринку.

Про необхідність побудови нової високотехнологічної економіки свідчать як наявні законодавчі акти, які відображають вимоги ринкових відносин, так і не до кінця стабільна економічна ситуація загалом в Україні та в умовах більшості промислових підприємств. Слід зазначити, що після 2013 року (ВВП становив \$180 млрд) спостерігалася падіння обсягів номінального ВВП в доларовому еквіваленті в країні. Основними факторами цього процесу були втрата частини промислових регіонів Донецької та Луганської областей, де розташовувалися бюджетотворюючі промислові комплекси, негативна волатильність на міжнародних ринках та деструктивна монетарна політика держави, торговельна війна з РФ [8].

Крім того, сьогодні дані Державної служби статистики України свідчать про позитивну динаміку валового внутрішнього продукту (ВВП). Так, внутрішній валовий продукт (ВВП), показник, який у найбільш узагальненому вигляді характеризує економічну ситу-

ацію в країні, за аналізований період (2014–2019 рр.) виріс більш ніж в 2,5 рази. Тільки в 2019 році порівняно з 2018 роком він збільшився майже на 11,7% (табл. 1).

Але ВВП – це агрегований показник, і перш за все потрібно дивитися на динаміку його структурних елементів, на його якість і стійкість. Так, аналіз динаміки ВВП за останні роки (2014 р. – 7,7%, 2015 р. – 26,3%, 2016 р. – 20,4%, 2017 р. – 25,7%, 2018 р. – 19,9%) показав, що, незважаючи на позитивну тенденцію, його зростання за структурними елементами є неякісним та має нестабільний характер.

Загальновідомо, що для розрахунку ВВП використовуються 3 методи: виробничий метод (за доданою вартістю); прибутковий метод (за розподілом); видатковий метод (за кінцевим використанням). Аналізуючи структуру ВВП України за видатковим методом (табл. 2), можна побачити не тільки динаміку його структурних елементів, але і динаміку співвідношення експорту та імпорту України за останні роки.

З табл. 2 ми бачимо, що разом із зростанням обсягів експортно-імпортних операцій імпорт в Україну в останні роки хронічно випереджає експорт, а їх різниця досягає часом 8% ВВП. Ці дані свідчать про величезну залежність внутрішнього ринку від імпортованої продукції, що є доволі небезпечною тенденцією, наявність у структурі внутрішнього ринку значного обсягу імпорту призводить до зменшення національного доходу. Досягнення довгострокового стійкого зростання забезпечується таким показником, як частка інвестицій у ВВП. Досвід інших країн, де спостерігалася потужне і тривале, якісне і стійке економічне зростання (збільшення ВВП на 6–7% протягом 10–15 років), свідчить, що на частку інвестицій у ВВП припадає близько 25–35% мінімум (а в деяких країнах і 40%). В Україні цей показник перебуває на дуже низькому рівні та в середньому становить 15–17% від ВВП [13]. Таким чином, для досягнення довгострокового сталого економічного зростання його необхідно збільшити в два рази.

Таблиця 1

Основні макроекономічні показники розвитку економіки України за період 2014–2019 рр.

Показник	Одиниця виміру	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.
ВВП (у фактичних цінах)	млн грн.	1566728	1979458	2383182	2982920	3558706	3974564
Темпи зростання (до минулого року)	%	107,7	126,3	120,4	125,2	119,3	111,7
ВВП на душу населення	грн.	35834	46210,2	55853,5	70224,3	84192,0	94589,8
Темпи зростання (до минулого року)	%	112,0	129,0	120,9	125,7	119,9	112,4
Обсяг реалізованої промислової продукції	млрд грн.	1428,8	1776,6	2158,0	2625,9	3045,2	2480,3
Темпи зростання (до минулого року)	%	105,52	124,34	121,5	121,7	115,97	81,45
Індекс промислової продукції	%	89,9	87,0	102,8	100,4	101,6	98,2
Доходи населення	млн грн.	1 516 768	1 772 016	2 051 331	2 652 082	3 248 730	3 699 300
Темпи зростання (до минулого року)	%	97,94	116,83	115,8	129,3	122,5	113,9
Капітальні інвестиції у фактичних цінах	млрд грн.	219,4	273,1	359,2	448,5	578,7	379,2
Темпи зростання (до минулого року)	%	81,96	124,5	131,5	124,9	129,03	січень-вересень

Джерело: розроблено автором на основі [8; 9; 10; 11]

Структура ВВП України за кінцевим використання за період 2014–2019 рр. (млн грн.)

Роки	ВВП за рік, млн грн.	Споживчі витрати		Валове нагромадження		Експорт товарів		Імпорт товарів	
		всього млн грн.	в % до ВВП	всього млн грн.	в % до ВВП	всього млн грн.	в % до ВВП	всього млн грн.	в % до ВВП
2014	1566728	1409772	90,0	220968	14,1	770121	49,2	-834133	-53,2
2015	1979458	1715636	86,7	303297	15,3	1044541	52,8	-1084016	-54,8
2016	2383182	2018854	84,7	512830	21,5	1174625	49,3	-1323127	-55,5
2017	2982920	2552525	85,6	618914	20,7	1430230	47,9	-1618749	-54,3
2018	3558706	3196756	89,8	667953	18,8	1608890	45,2	-1914893	-53,8
2019	3974564	3785133	95,2	500614	12,6	1636416	41,2	-1947599	-49,0

Джерело: розроблено автором на основі [9; 10; 11; 12]

Аналітичні дані табл. 1 дають змогу зробити висновок, що на тлі істотного скорочення промислового виробництва (індекс промислової продукції становив: 2011 р. – 103,4%, 2012 р. – 94,4%, 2013 р. – 99,0%, 2014 р. – 89,9 %, 2015 р. – 87,0%, 2016 р. – 102,8%, 2017 р. – 100,4%, 2018 р. – 101,6%, 2019 р. – 98,2%) ми все ж бачимо зростання ВВП. Реальний валовий внутрішній продукт за аналізований період збільшився, так, у 2019 р. порівняно з 2018 р. збільшився на 3,2%. Насамперед це відбувається за рахунок торгівлі, в тому числі і за рахунок торгівлі імпортованими товарами. Роздрібний товарообіг за 2019 рік збільшився на 10,5%. За даними табл. 1, сформованими за підсумками вибіркового обстеження макроекономічної ситуації, що склалася в Україні за період 2014–2019 рр., доходи населення мали тенденцію до зростання та у 2019 році становили 3 699 300 млн грн. Основним джерелом доходів населення є оплата праці. Слід зазначити, що номінально збільшилась і заробітна плата (у структурі доходів населення на заробітну плату припадає 47,4%), так, у 2018 році її рівень становив 8865 грн. За даними Державної служби статистики України, середня номінальна заробітна плата штатних працівників у грудні порівняно з листопадом 2019 року збільшилася на 14,8%, а в річному вимірі (до грудня 2018 року) – зросла на 16%, становивши 12 264 грн., що в 2,9 раза вище від рівня мінімальної заробітної плати (4173 грн.). Однак насторожує той факт, що її збільшення забезпечене за відсутності: інвестування у виробництво; модернізації виробництва на інноваційній основі; створення нових робочих місць; підвищення продуктивності праці. Досягнення результату щодо номінального збільшення заробітної плати пояснюється дефіцитом робочої сили у зв'язку з масовою міграцією, тобто зовнішнім фактором, а не діями, пов'язаними з якістю реформування економіки України.

Зокрема, в 2019 році зростання ВВП в Україні різко сповільнилося. Так, можна констатувати, що економіка країни за аналізований 2019 рік мала несподівані результати: з одного боку, зміцнення гривні до долара на 14,5% за рік і уповільнення інфляції, з іншого боку – падіння промислового виробництва. У Мінекономіки констатували, що промислове виробництво в листопаді 2019 року скоротилося на 7,5% порівняно з листопадом 2018 року, що є найгіршим показником із часів

кризи 2014–2015 років, а спад промисловості набув системного характеру [13]. Загалом за січень-листопад 2019 року порівняно з відповідним періодом минулого року скорочення промислового виробництва становило 1,2%. Тобто відбувається деіндустріалізація вітчизняної економіки. Головними причинами таких процесів є:

- недоступність довгострокового позичкового фінансування для масштабних проектів у промисловості;
- низька якість виробничої інфраструктури і транспортних послуг для вітчизняних підприємств;
- занепад сфери досліджень і розробок, низький рівень інноваційної активності;
- масштабна трудова міграція;
- погіршення інвестиційного клімату та низька привабливість України для міжнародних стратегічних інвесторів на тлі фактичної відсутності промислової політики держави.

Негативний вплив вищезазначеного був підсилений ревальвацією гривні (за деякими підрахунками, через це експортери втратили близько \$3 млрд) та погіршенням зовнішньої кон'юнктури на деяких сировинних ринках, зокрема для металургії.

Вибірковий аналіз статистичних даних свідчить про те, що індекс промислової продукції має стійку тенденцію до зниження і в умовах карантинного форс-мажору. Так, індекс промислової продукції у квітні 2020 року порівняно з попереднім місяцем та квітнем 2019 року становив відповідно 87,2% та 83,8%, за підсумками січня-квітня 2020 року – 92,1% [14]. Вітчизняна промисловість сьогодні не може повернутися до рівня 2010 року. Найбільших втрат зазнав машинобудівний сектор, зокрема обсяг реалізованої продукції машинобудівної галузі у 2018 році становив 207 204,1 млн грн. (6,9% у загальному обсягу реалізованої промислової продукції), у 2010 році цей показник становив 9,3%, що на 2,4 відсоткових пункти нижче. Аналогічна ситуація спостерігається у галузі виробництва автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів (табл. 3).

Статистичні дані табл. 3 показують, що за зростання обсягів реалізації продукції машинобудівного сектору, що, звичайно ж, підтверджується зростанням обсягів виробництва продукції, темпи її приросту мають тенденцію переважно до зниження та мають хвилюподібну динаміку (табл. 4).

Таблиця 3

**Обсяг реалізованої промислової продукції (товарів, послуг)
за видами економічної діяльності за 2010–2018 рр.**

	2010 р.		2015 р.		2017 р.		2018 р.	
	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%
Промисловість	1065850,5	100	1776603,7	100	2625862,7	100	3018087,5	100
Машинобудування:	99270,5	9,3	115261,7	6,5	168281,9	6,4	207204,1	6,9
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	7008,4	0,7	8772,9	0,5	13783,3	0,5	16740,3	0,6
Виробництво електричного устаткування	16193,4	1,5	24038,5	1,3	32986,9	1,2	42558,8	1,4
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	31222,4	2,9	41998,0	2,4	59767,7	2,3	69726,5	2,3
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	44846,3	4,2	40452,3	2,3	61744,0	2,4	78178,5	2,6

Джерело: розроблено автором на основі [9; 10; 11]

Виробнича та експортна спеціалізація країни зазнала очевидної деградації та втрачає в показниках складності [15]. Автомобілебудівна галузь переорієнтувалася з випуску транспортних засобів на комплекти проводів для свічок запалювання (індекс становив у 2018 році 109,%, що на 42,8 відсоткових пункти нижче 2010 року), вагонобудування – з рухомого складу на колісні пари (індекс становив у 2018 році 132,3%, що на 113 відсоткових пункти нижче 2010 року), сільськогосподарське машинобудування – з тракторів на навісні механізми (індекс становив у 2018 році 84,7%, що на 130,7 відсоткових пункти нижче від 2010 року).

Дані табл.4 свідчать, що індекси промислової продукції у машинобудуванні за іншими видами діяльності також мають тенденцію до зменшення. Так, наприклад, індекс виробництва електричного устаткування зменшився у 2018 році щодо 2010 року на 77,5 відсоткових пункти, а індекс виробництва машин і устаткування для металургії становив у 2018 році 109%, що на 31,4 відсоткових пункти менше, ніж у 2010 році.

На підприємствах машинобудування у квітні 2020 р. проти відповідного місяця 2019 р. обсяг випуску продукції зменшився на 35,6% (у березні – на 16,8%), як результат, у січні-квітні 2020 р. спад виробництва поглибився і становив 19,7% проти 14,5% у січні-березні 2019 р. У виробництві комп'ютерів, електронної та оптичної продукції за 4 місяці 2020 р. випуск продукції скоротився на 23,6% (за 3 місяці – на 19,0%), електричного устаткування – на 9,9% (на 1,0%), машин і устаткування загального призначення – на 18,9% (на 17,7%), для сільського та лісового господарства – на 21,5% (на 24,7%), для добувної промисловості та будівництва – на 11,9% (на 8,9%), виробництві інших машин і устаткування загального призначення – на 11,0% (на 9,9%), автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів – на 24,2% (на 10,5%), залізничних локомотивів і рухомого складу – на 43,4% (на 38,0%). Разом із цим порівняно із січнем-квітнем 2019 р. одержано приріст продукції у виробництві машин і устаткування для металургії (7,6%) [14].

Таблиця 4

**Індекси промислової продукції у машинобудуванні за видами діяльності за 2010–2018 рр.
(% до попереднього року)**

	2010 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Машинобудування, крім ремонту та монтажу машин і устаткування	141,3	79,4	85,9	102,0	107,9	101,6
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	106,1	77,9	71,3	124,2	109,2	99,7
Виробництво електронної апаратури побутового призначення для приймання, записування та відтворення звуку й зображення	100,1	71,6	32,9	21,7	95,1	116,1
Виробництво електричного устаткування	160,0	100,9	89,8	100,9	97,5	82,5
Виробництво електричного освітлювального устаткування	130,2	87,8	83,3	103,7	74,1	99,9
Виробництво машин і устаткування загального призначення	123,0	87,6	89,3	88,9	92,8	104,0
Виробництво машин і устаткування для сільського та лісового господарства	215,4	86,8	104,4	115,0	100,7	84,7
Виробництво машин і устаткування для металургії	140,4	93,2	71,6	111,0	103,8	109,0
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	133,9	88,7	87,5	102,3	106,6	103,3
Виробництво машин і устаткування для виготовлення харчових продуктів і напоїв, перероблення тютюну	124,5	74,4	117,2	107,1	105,3	95,8
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	152,6	64,3	85,0	98,4	115,5	109,8
Виробництво залізничних локомотивів і рухомого складу	245,3	37,3	41,4	106,4	202,4	132,3

Джерело: розроблено автором на основі [9; 10; 11]

Такий стан можна пояснити наявністю певних диспропорцій, які свідчать про порушення раціональних співвідношень і відсутності пропорційності в розвитку економіки України на всіх її рівнях. Вони створюють значні проблеми для подальшого економічного зростання і можуть звести нанівець досягнуті позитивні результати. До найбільш істотних диспропорцій можна віднести невідповідність між об'ємними показниками зростання і погіршенням фінансового стану суб'єктів господарювання. Так, поряд зі зростанням ВВП, обсягів виробництва, інвестицій в основний капітал фінансові результати промислових підприємств до оподаткування знизилися (ситуація спостерігається і в умовах більшості підприємств машинобудівної галузі). Так, частка підприємств, які одержали збиток, становила у 2017 р. 28,2%, у 2018 р. 27,4% (в абсолютному вимірі збиток становив 144 751,4 млн грн. та 121 363,2 млн грн. відповідно) [11]. У 2018 р. проти 2010 р. збільшився збиток майже в 3,2 раза, у 2017 р. – у 3,8 раза. Скорочення прибутку підприємств – основного джерела їхніх заощаджень та інвестицій – та збитковість діяльності призводить до затухання інвестиційної активності у промисловості. Продовження тенденцій до зниження рівня доходів і прибутків підприємств посилюватиме ризики подальшої деградації промисловості через неможливість забезпечувати власним інвестиційним ресурсом навіть просте відтворення виробничого потенціалу, а модернізацію і поготів [1, с. 17].

Однією з причин зниження обсягів виробництва промислової продукції є випуск неконкурентоспроможної продукції, що пов'язано з низькими

темпами розробок, освоєнням і випуском нової продукції. Це призводить до зниження рентабельності виробництва як на внутрішньому, так і на світовому ринках.

Висновки. У сучасному світі промисловості відводиться важлива роль у вирішенні актуальних проблем сучасності та визнається, що вона є генератором науково-технологічного прогресу й інновацій, важливим фактором глобальної конкурентоспроможності національних економік, виступає драйвером економічного зростання. Тому в економічно розвинутих країнах термін «промисловість» «більше не є синонімом для труб, що димлять, а навпаки, він усе частіше асоціюється з наукоємною діяльністю та передовим екологічно чистим виробництвом» [2 с. 108]. Наявна структура національної економіки України та традиційна модель управління не спроможні забезпечити сьогодні збалансований розвиток і зростання ВВП прискореними темпами. Тому реальний сектор національної економіки в сучасних умовах господарювання (враховуючи карантинний форс-мажор) має бути модернізований на принципово нових засадах інноваційності та ефективного використання креативного потенціалу людини. У цьому плані перед вітчизняними підприємствами постають серйозні завдання щодо подальшого поліпшення свого потенціалу, забезпечення його трансформації в чинники успіху, які і повинні визначити умови, необхідні для реалізації їхньої стратегії стійкого та збалансованого розвитку.

Список літератури:

1. Промислова політика як ключовий інструмент стратегії розвитку: науково-аналітична доповідь / Л.В. Дейнеко, О.М. Кушніренко, О.О. Ципліцька та ін., за ред. Л.В. Дейнеко. Київ: ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», 2019. 142 с. URL: <http://ief.org.ua/docs/sr/304.pdf> (дата звернення: 03.06.2020).
2. Промисловість України – 2016: стан та перспективи розвитку: науково-аналітична доповідь / О.І. Амоша, І.П. Булеєв, А.І. Землянкін та ін. Київ: Інститут економіки промисловості НАН України, 2017. 120 с. URL: https://iie.org.ua/wp-content/uploads/monografiyi/2017/Dopovid_2017.pdf (дата звернення: 12.06.2020).
3. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / О.І. Амоша та ін., за ред. В.М. Гейця. Київ: НБІЦ Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, 2009. 687 с. URL: http://nbuv.gov.ua/images/nauk-mon/Socialno_ekonomichnuy_stan_Ukrainu.pdf (дата звернення: 15.06.2020).
4. Україна 2030: доктрина збалансованого розвитку / О. Жилінська та ін. Львів: Кальварія, 2017. 164 с. URL: <http://econom.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/E-Book-Doctrine-2030.pdf> (дата звернення: 10.06.2020).
5. Актуальні проблеми та напрями розвитку потенціалу соціально-економічних систем в умовах конкуренції: монографія / Л.Л. Калініченко та ін. Харків: ФОП Панов А. М., видавництво ТОВ «В справі», 2017. 275 с.
6. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: національна доповідь / Е.М. Лібанова. Київ: ДУ ІЕПСР НАН України, 2014. 776 с. URL: http://www.nbuv.gov.ua/sites/default/files/nas_dop_2015.pdf (дата звернення: 27.05.2020).
7. Про затвердження Державної програми розвитку внутрішнього виробництва : Постанова Кабінету Міністрів України від 12 вересня 2011 р. № 1130 (із змінами, внесеними згідно з Постановами КМ) / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1130-2011-%D0%BF#Text> (дата звернення: 01.06.2020).
8. Глобальний аналіз базових макроекономічних показників України (2013–2018 рр.). Як економіка України опинилася на дні та як вивести її з теперішнього стану: рецепт від «Публічного аудиту». URL: <http://publicaudit.com.ua/reports-on-audit/globalnyj-analiz-bazovyh-makroekonomichnyh-pokaznykiv-ukrayiny-2013-2018-rr/> (дата звернення: 27.05.2020).
9. Статистичний щорічник України за 2017 рік / за ред. І.Є. Вернера. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 240 с. веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.06.2020).
10. Статистичний щорічник України за 2018 рік / за ред. І.Є. Вернера. Київ: Державна служба статистики України, 2019. 481 с. Веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 07.06.2020).

11. Бюлетень «Основні макроекономічні показники соціально-економічного розвитку України за 2019 рік». Київ: Державна служба статистики України, 7 с. Веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/mp/dopovidx/arh_bul.html (дата звернення: 07.06.2020).
12. Валовой внутренний продукт (ВВП) в Украине 2020. Веб-сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/> (дата звернення: 07.06.2020).
13. Скаршевский В. Почему украинская экономика начала резко тормозить, и что с ней будет в текущем году? «Фонд «Украинская политика». URL: https://zik.ua/ru/blogs/pochemu_ukrainskaya_ekonomika_nachala_rezko_tormozit_i_chno_s_ney_budet_v_tekushhem_godu_959774 (дата звернення: 09.06.2020).
14. Про соціально-економічне становище України за січень-квітень 2020 року. Київ: Державна служба статистики України. Веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm (дата звернення: 17.06.2020).
15. Панченко В., Гужва І. Коронакриза та карантинний шок. Як долатимемо? URL: https://zn.ua/ukr/finances/koronakriza-ta-karantinniy-shok-yak-dolatimemo-342858_.html (дата звернення: 12.06.2020).

References:

1. Deineko L.V. et al. (2019). Promyslova polityka yak kliuchovy instrument stratehii rozvytku : naukovy-analitychna dopovid [Industrial policy as a key tool of development strategy: scientific and analytical report]. Kyiv: Institute of Economics and Forecasting of the National Academy of Sciences of Ukraine, 142 p. Available at: <http://ief.org.ua/docs/sr/304.pdf> (accessed 3 June 2020). (in Ukrainian)
2. Amosha O.I. et al. (2017). Promyslovist Ukrainy – 2016: stan ta perspektyvy rozvytku: naukovy-analitychna dopovid [Industry of Ukraine – 2016: state and prospects of development: scientific and analytical report]. Kyiv: Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine. Available at: https://iie.org.ua/wp-content/uploads/monografiyi/2017/Dopovid_2017.pdf (accessed 12 June 2020). (in Ukrainian)
3. Amosha O.I., Heitsia V.M. et al. (2009). Sotsialno-ekonomichni stan Ukrainy: naslidky dlia narodu ta derzhavy: natsionalna dopovid [Socio-economic condition of Ukraine: consequences for the people and the state: national report]. Kyiv: V.I. Vernadsky National Library of Ukraine. 687 p. Available at: http://nbuv.gov.ua/images/nauk-mon/Socialno_ekonomichnuy_stan_Ukrainu.pdf (accessed 15 June 2020). (in Ukrainian)
4. Zhylinska O. et al. (2017). Ukraina 2030: doktryna zbalansovanoho rozvytku [Ukraine 2030: Doctrine of balanced development]. Lviv: Calvary. Available at: <http://econom.chnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/E-Book-Doctrine-2030.pdf> (accessed 10 June 2020). (in Ukrainian)
5. Kalinichenko L.L. et al. (2017). Aktualni problemy ta napriamy rozvytku potentsialu sotsialno-ekonomichnykh system v umovakh konkurentsi: monohrafiia [Actual problems and directions of development of potential of social and economic systems in the conditions of competition: monograph]. Kharkiv: FOP Panov AM, publishing house LLC «In the case».
6. Libanova E.M. et al. (2014). Sotsialno-ekonomichni potentsial staloho rozvytku Ukrainy ta yii rehioniv: natsionalna dopovid [Socio-economic potential of sustainable development of Ukraine and its regions: a national report]. Kyiv: SI IEPR NAS of Ukraine, 776 p. Available at: http://www.nbuv.gov.ua/sites/default/files/nas_dop_2015.pdf (accessed 27 May 2020). (in Ukrainian)
7. Pro zatverdzhennia Derzhavnoi prohramy rozvytku vnutrishnoho vyrobnytstva (2011). [About the statement of the State program of development of internal production]: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 12 veresnya 2011 r. № 1130 (iz zminamy, vnesenymy zghidno z Postanovamy KM) / Verkhovna Rada Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1130-2011-%D0%BF#Text> (accessed 1 June 2020). (in Ukrainian)
8. Hlobalnyi analiz bazovykh makroekonomichnykh pokaznykiv Ukrainy (2013–2018 rr.). Yak ekonomika Ukrainy opynylasia na dni ta yak vyvesty yii z teperishnoho stanu: retsept vid «Publichnoho audytu» [Global analysis of basic macroeconomic indicators of Ukraine (2013–2018). How Ukraine's economy has bottomed out and how to get it out of its current state: a recipe from Public Audit]. Available at: <http://publicaudit.com.ua/reports-on-audit/globalnyj-analiz-bazovykh-makroekonomichnykh-pokaznykiv-ukrainy-2013-2018-rr/> (accessed 27 May 2020). (in Ukrainian)
9. Verner I. Ye. et al. (2018). Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2017 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2017]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 240 p. Web-sait. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 7 June 2020). (in Ukrainian)
10. Verner I. Ye. et al. (2019). Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2018 rik [Statistical Yearbook of Ukraine for 2018]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 481 p. Web-sait. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 7 June 2020). (in Ukrainian)
11. Bjuletenj «Osnovni makroekonomichni pokaznyky socialjno-ekonomichnogho rozvytku Ukrainy za 2019 rik» [Bulletin «Basic macroeconomic indicators socio-economic development of Ukraine for 2019 year»]. Kyiv: State Statistics Service of Ukraine, 7 s. Web-sait. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/mp/dopovidx/arh_bul.html (accessed 7 June 2020). (in Ukrainian)
12. Valovoy vnutrenniy produkt (VVP) v Ukraine 2020 [Gross Domestic Product (GDP) in Ukraine 2020]. Web-sait. Available at: <https://index.minfin.com.ua/economy/gdp/> (accessed 7 June 2020). (in Russian)
13. Skarshevskiy V.(2020). Pochemu ukrainskaya ekonomika nachala rezko tormozit', i chto s ney budet v tekushchem godu? «Fond Ukrainskaya politika» [Why did the Ukrainian economy begin to slow down sharply, and what will happen to it this year? «Ukrainian Politics Foundation»]. Available at: https://zik.ua/ru/blogs/pochemu_ukrainskaya_ekonomika_nachala_rezko_tormozit_i_chno_s_ney_budet_v_tekushhem_godu_959774 (accessed 9 June 2020). (in Russian)
14. Pro sotsialno-ekonomichne stanovyshche Ukrainy za sichen – kviten 2020 roku [State Statistics Service of Ukraine On socio-economic position of Ukraine for January – April 2020]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Web-sait. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm (accessed 17 June 2020). (in Ukrainian)

15. Panchenko V., Guzhva I. (2020). Koronakriza ta karantinniy shok. Yak dolatimemo? [Coronacrisis and quarantine shock. How long is it?]. Available at: https://zn.ua/ukr/finances/koronakriza-ta-karantinniy-shok-yak-dolatimemo-342858_.html (accessed 12 June 2020). (in Russian)

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА УКРАИНЫ

В статье осуществлен анализ основных макроэкономических показателей развития экономики и определены существующие диспропорции, которые свидетельствуют об отсутствии пропорциональности в развитии экономики Украины на всех ее уровнях. Автором приведены результаты анализа структуры ВВП Украины, используя затратный метод (по конечному использованию), а также выяснено состояние и тенденции развития промышленного производства, в частности машиностроительной отрасли. Доказано, что производственная и экспортная специализация страны в современных условиях хозяйствования претерпела очевидную деградацию и теряет в показателях сложности, указано на зависимость внутреннего рынка от импортируемой продукции. Несоответствие между объемными показателями роста и ухудшением финансового состояния субъектов хозяйствования обозначено как наиболее существенная диспропорция в развитии промышленного производства.

Ключевые слова: конкурентоспособность, национальная экономика, устойчивое развитие, промышленность Украины, машиностроительная отрасль.

STATE AND TRENDS OF DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL PRODUCTION OF UKRAINE

The article analyzes the main macroeconomic indicators of economic development and identifies existing imbalances that indicate a lack of proportionality in the development of the Ukrainian economy at all its levels. The author presents the results of the analysis of the GDP structure of Ukraine, using an expensive method (end use), and also clarifies the state and development trends of industrial production, in particular engineering. Nowadays, engineering is the basis of the economy of any country and plays a decisive role in creating the material and technical base of the economy. In modern conditions, it plays an extremely important role in accelerating scientific and technological progress. By producing means of production for various sectors of the national economy, mechanical engineering provides comprehensive mechanization and automation of production. It is proved that the specialization of production and export of the country in modern economic conditions has undergone obvious degradation and is losing its complexity. The main reasons for the de-industrialization of the domestic economy (inaccessibility of financing large projects in industry; low quality of production infrastructure and transport services for domestic enterprises; lower level of research and development, low level of innovation activity; Large-scale labor migration, worsening investment climate) and innovative areas of industrial development are a key requirement and a necessary guarantee to increase the competitiveness of the economy. The real sector of the national economy needs to be modernized on a fundamentally new basis of innovation and the effective use of human creative potential. The analysis of the results of the socio-economic development of production allows us to conclude that the production potential in Ukraine as a whole is still operating, but additional measures are needed to activate it. In this regard, domestic enterprises are faced with serious tasks to further increase their potential, to ensure its transformation into success factors, which should determine the conditions necessary for the implementation of their socially-oriented development strategy.

Key words: competitiveness, national economy, sustainable development, industry of Ukraine, machine-building industry.

Дехтяр Н.А.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

Dekhtyar Nadiya

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

УПРОВАДЖЕННЯ ПОСТУЛАТІВ ЦИКЛІЧНОЇ ЕКОНОМІКИ В УПРАВЛІННІ ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

У статті розглянуто аспекти впливу процесу глобалізації у контексті переходу від лінійної до циклічної економіки; визначено відмінності у трактуванні терміна «циклічна економіка» відповідно до її ототожнення з концепцією сталого розвитку, захисту навколишнього середовища та більш широкого розуміння сутності замкненого ресурсозберігаючого виробництва в умовах обмеженого ринку; запропоновано альтернативні підходи, такі як економіка спільного зростання, антизростання та альтернативна глобалізація; наведено приклади використання міжнародних рейтингів із оцінки довкілля та готовності до упровадження інформаційних технологій за країнами ЄС; оцінено вплив туристичної інфраструктури на екологічний стан ре-креаційних територій та готовність туристичної галузі до реструктуризації відповідно до бізнес-моделей циклічної економіки та постулатів сталого розвитку.

Ключові слова: циклічна економіка, замкнутий цикл виробництва, бізнес-моделі, реструктуризація туристичної галузі.

Постановка проблеми. Інфраструктура, створена для туристичних цілей, сприяє місцевому розвитку, створені або підтримувані робочі місця допомагають протидіяти занепаду і промислових, і сільських територій. Однак туризм водночас може призводити до тяжких екологічних наслідків і значно швидше виснажувати місцеві ресурси. Тому необхідно визначити, чи готова туристична галузь країни до переходу на нові стандарти виробництва послуг, що висуваються моделлю циклічної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми глобалізації, відновлення природних ресурсів, уповільнення темпів виробництва та пошуку способів зниження соціальної напруженості у суспільстві, пов'язаної з нерівномірністю розподілу доходів на міжнародному рівні, є досить освітленими у науковій літературі. Під час написання цієї статті використовувалися праці Е. Ботезата, Д. Каїки, Дж. Калліса, А. Крисоватого, Л. Дейнеко, Ф. Мартінса, М. Мурадіна, Д. Неамту, П. Шнайдера, М. Стейта, Д. Стерна, С. Флорідо та ін. Менше робіт присвячено синтезу тенденцій, які мають місце у окремій галузі національного господарства, із комплексним аналізом глобальної економіки. Що стосується туристичної галузі, яка разом із деякими іншими сферами нематеріального виробництва зараз знаходиться у стагнації, також можна визначити коло досліджених питань – у межах цієї публікації до них відноситься екологізація туристичної

діяльності та сталий розвиток туризму, однак майже не висвітленими є питання співвідношення постулатів циклічної економіки із особливостями рекреаційної діяльності.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення сучасних підходів у теорії економічної думки щодо поняття «циклічна економіка» та їх співвідношення із особливостями туристичної діяльності, що стимулюватиме чи унеможливилюватиме упровадження засад сталості у роботу індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу. Окрім використання землі (рекреаційної території як такої), туристична галузь потребує таких ресурсів, як вода, енергія та продукти харчування, утворюючи велику кількість побутових відходів, викидів CO₂ і шумове забруднення. У роботі [1] наводиться такий приклад. Середній викид вуглецю на одного туриста в Барселоні становить 111,6 кг еквіваленту CO₂/добу, на одноденного відвідувача (екскурсанта) – 43,0 кг CO₂ екв./добу, і лише 5,8 кг екв. CO₂/добу – на постійного мешканця міста. Балеарські острови лідирують у серед усіх іспанських автономних громад за обсягом виробництва відходів на одного жителя – 740,2 кг на рік, порівняно із середнім показником по країні 471 кг.

Постійне зростання споживання (наслідок економічної глобалізації) провокує збільшення обсягів використання ресурсів та забруднюючих відходів виробництва [2]. Гіпотезована залежність між різними показниками

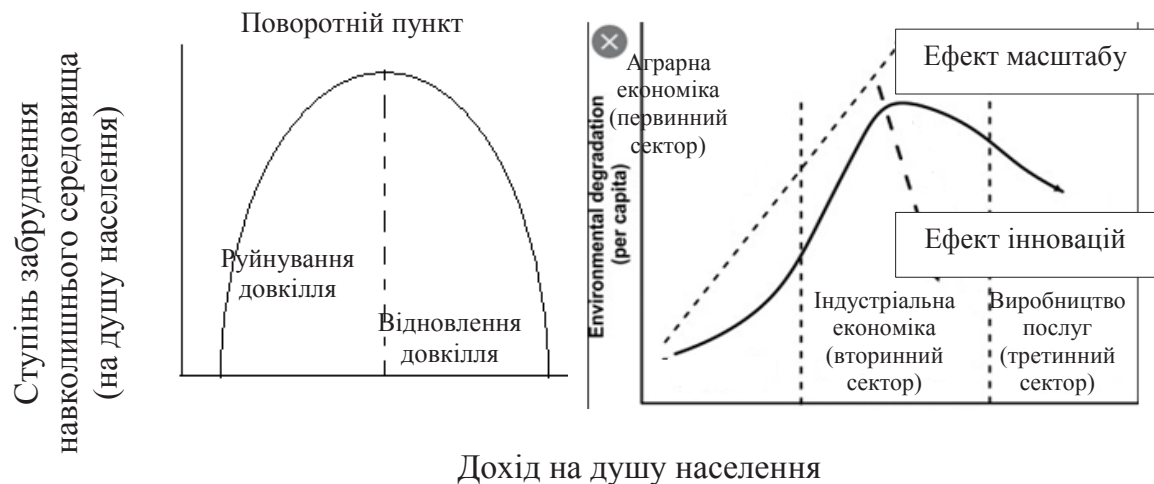


Рис. 1. Екологічна крива Кузнеця (традиційний [3] та новітній [4] підхід)

руйнування навколишнього середовища та доходом на душу населення відома як «екологічна крива Кузнеця» (рис. 1). У своїй праці «Економічне зростання та нерівність доходів» (1955 р.) С. Кузнець висловив припущення, що нерівність доходів спочатку зростає, а потім падає в міру нарощування темпів економічного розвитку. Концепція екологічної кривої з'явилася на початку 1990-х рр. з дослідженням Г.М. Гроссмана та А.Б. Крюгера «Вплив на довкілля Північноамериканської угоди про вільну торгівлю» (1991) [3].

Економіка України значною мірою функціонує в межах лінійної еко-номічної моделі. Лише невелика частина відходів повторно використовується, переробляється або утилізується. За даними Державної служби статистики України, у 2018 р. на місцях утилізації накопичено 12,9 млрд тонн відходів, що становить 22,5 тис. тонн на 1 м² території країни, або 306,9 тонн на людину, що на 6,1% більше, ніж у 2010 р. 1/7 всієї території країни покрито сміттям, і лише 4% сміття переробляється [5].

В останні десятиліття в економічну теорію увійшли терміни «екологічний облік» та «екологічна економіка», присвячені дослідженням використання ресурсів. Однак деякі вчені вважають, що споживання ресурсів та економічне зростання не можуть бути від'єднані одне від одного, тому для досягнення довгострокових екологічних цілей необхідні системні зміни. Ця позиція узагальнена під терміном «антизростання» («degrowth») на початку 1970-х рр. і базується на роботі А. Горця (A. Gorz) та Н. Джорджеску-Регена (N. Georgescu-Roegen). Новий спосіб розподілу також пропонується у межах концепції економіки спільного використання («sharing economy»), в основу якої покладено оренду замість володіння, бартер і колективне використання товарів і послуг [6]. Зручніше платити за тимчасовий доступ до ресурсу, аніж володіти ним та нести повну за нього відповідальність. Цю позицію часто підтримують регіональні та малі авіакомпанії, у яких увесь парк повітряних суден узятий на умовах

довгострокового лізингу. Альтернативна глобалізація («alterglobalization») спрямована на підтримку місцевої та національної власності та контролю над ресурсами і виробничими фондами; задоволення потреб із використанням місцевих та національних ресурсів [2].

Із зусиль, спрямованих на об'єднання наведених вище завдань, поступово сформувалася теорія циклічної економіки, яка органічно доповнила концепцію сталого розвитку. Але, на відміну від останньої, вона не зосереджується виключно на питаннях екологізації та уникнення негативних соціально-демографічних тенденцій, ставлячи питання щодо принципової реструктуризації моделі «виробництво – накопичення – споживання у масштабах світового ринку. Тим не менше проблеми збереження та відновлення довкілля мають досі визначальну роль і у процесі упровадження засад циклічної економіки.

Перші ідеї циклічної економіки почали виникати в кінці XIX ст. Перші серйозні відомості про загрозу деградації навколишнього середовища та необхідність запровадження негайних заходів з'явилися у 1968 р. у доповіді Римського клубу. Однак проблема сталого розвитку офіційно була визначена лише у 1987 р. Всесвітньою комісією з навколишнього середовища та розвитку (World Commission on Environment and Development), яка отримала назву «Брюндтландська комісія» («Brundtland Commission») [7].

У 1960-х виникло поняття «космічний корабель Земля». 1970-ті поклали початок поняттям «від колиски до колиски» («cradle-to-cradle»), «екологічний дизайн», «промислова екологія», а також концепції державного регулювання використання ресурсів у межах економічної системи закритого циклу чи регенерації; у 1980-х роках – «сталий розвиток», «ефективна економіка» та «зелена економіка»; з 1990-х років – ідеї «циклічної економіки», «відповідальності виробника» (1992 р.) [8].

Нині дві країни ЄС на законодавчому рівні запровадили національні норми для циклічної економіки:

Сполучене Королівство (Стандарт BS 8001:2017) та Франція (Стандарт XP X 30-901). У Китаї ця концепція була введена в 90-х роках і офіційно прийнята в 2002 р. центральним урядом як нова стратегія розвитку [7]. Фонд Еллен МакАртур був створений у 2010 р. у Сполученому Королівстві для прискорення переходу до циклічної економіки [9]. Європейською комісією було розроблено документи «Назустріч циклічній економіці: програма нульових відходів для Європи» («Towards a circular economy: A zero waste program for Europe», COM 2014) та «Замкнення циклу – План дій ЄС для циклічної економіки» («Closing the loop – An EU Action plan for the Circular Economy», COM 2015). Підсумок зустрічі міністрів з навколишнього середовища G7 «Тоямська мережа матеріальних циклів» («Toyota Framework on Material Cycles») є планом дій стосовно сприяння глобальній ефективності використання ресурсів або повожденню з електронними відходами [7].

Циклічна економіка спрямована на перетворення відходів на ресурси та на налагодження зв'язків між виробництвом та споживанням як відповідь на принципову потребу в альтернативі існуючій моделі «використання – викидання» [8]. У лінійній економіці приблизно 80% того, що ми використовуємо, зразу ж викидається після використання [10]. Інші дослідження стверджують, що понад 99% загального матеріального потоку, використовуваного для виробництва товарів народного споживання, через 6 місяців перетворюються на відходи [11].

Є ще один термін, який набуває популярності, – «нова економіка», але він зазвичай вживається щодо системи створення, зберігання, розміщення та отримання інформації, в основному в мережі Інтернет. Це досить вузьке розуміння нової економіки, хоча інформаційні технології є одним із ключових складників сучасної системи виробництва та розподілу ресурсів, а отже – і циклічної економіки загалом. У ЄС використовується інтегрований оціночний показник – Індекс цифрової готовності економіки та суспільства («Digital Economy and Society Index», DESI).

Індекс екологічної ефективності (Environmental Performance Index, EPI) – це метод кількісного визначення та чисельного вимірювання екологічних показників політики держави, що є надзвичайно популярним у країнах ЄС.

Навантаження на природні ресурси вимірюється показником «екологічного сліду» («ecological footprint») – тиску, який людина чинить на природне середовище, в основному за рахунок виробництва та споживання.

У ЄС було втілено низку заходів щодо екологізації промисловості та оцінки потреб у практично невідновлюваних ресурсах. У 2017 р. Європейська Комісія опублікувала перелік критичних сировинних ресурсів із 27 найменувань з високим економічним значенням та суттєвим ризиком постачання, надійний і безперешкодний доступ до яких потрібен безпосередньо переробним підприємствам та тим, що входять до ланцюгів створення додаткової вартості [12–13]. Було узгоджено

так звану Ініціативу щодо сировини («Raw Material Initiative») [14], з метою затвердити справедливі для усіх країн обсяги поставок. Європейське інноваційне партнерство щодо сировини («European Innovation Partnership on Raw Materials») [15] – це платформа для інтеграції всіх європейських суб'єктів ринку (державних та приватних) щодо інноваційних підходів до вирішення майбутніх проблем, пов'язаних із сировиною [16].

Сьогодні європейська зелена економіка виробляє щорічно понад 2 трлн євро і забезпечує понад 22 мільйони робочих місць. 3 липня 2014 р. ЄС та 16 інших членів СОТ (Австралія, Канада, Китай, Коста-Ріка, Тайбей, Гонконг, Японія, Корея, Нова Зеландія, Норвегія, Швейцарія, Сінгапур, США, Ізраїль, Туреччина та Ісландія) розпочали переговори у рамках Угоди про екологічні товари («Environmental Goods Agreement») для усунення бар'єрів у торгівлі екологічними або «зеленими» товарами, які мають вирішальне значення для захисту навколишнього середовища та пом'якшення наслідків зміни клімату [17]. У 2018 р. була розпочата екологічна фіскальна реформа [18].

Зважаючи на важливість туризму у всьому світі, деякі автори почали обговорювати циклічний туризм. Л.Ф. Жирар та Ф. Нокка [20] охарактеризували циклічний туризм як «модель, здатну створити віртуальний цикл, що ставить цілі та виробляє послуги, не витрачаючи на себе обмежені ресурси планети – сировину, воду та енергію».

У 2015 р. Фонд Еллен МакАртур та Центр бізнесу та навколишнього середовища МакКінсі (McKinsey Centre for Business and Environment) розробили систему дій для підприємців, щоб надавати компаніям теоретичну та практичну підтримку з упровадження рекомендацій циклічної економіки. Цей порядок дій отримав назву RESOLVE за першими літерами пропонованих заходів (англійською мовою [1]): Regenerate – відновлення – використання поновлюваних джерел енергії та матеріалів; Share – поділ, спільне використання – пошук спільних ресурсів; Optimise – удосконалення – підвищення продуктивності/ефективності продукту; усунення відходів; Loop – циклічність – повторне використання продуктів або компонентів у технологічних циклах; Virtualize – віртуалізація – оцифровування книг, музики, подорожей, відкриття нових інтернет-магазинів, використання автономних транспортних засобів та ін.; Exchange – обмін – заміна/відмова від старих матеріалів, отриманих із невідновлюваних ресурсів, на пропозицію інноваційної продукції.

Якщо відвідувач (діловий турист чи відпочивальник) потрапляє у середовище із уже ініційованими змінами, міжособистісний зв'язок та безпосереднє відчуття оточення і надалі впливатиме на формування його системи цінностей, способу мислення та поведінки не тільки під час перебування, але й після повернення додому.

Масштабні екологічні програми готелів, які прогноуються у віддаленому майбутньому, будуть ефективнішими та почнуть упроваджуватися раніше, якщо

клієнти наполягатимуть на охороні навколишнього середовища як способу дотримання зобов'язань щодо принципів відповідального підприємництва, а отже, це стимулюватиме намір замовника заплатити вищу ціну за екологічно чистий номер або послугу [1].

Важливо вміти вимірювати показники діяльності у межах циклічної економіки на національному рівні. У 2018 р. в ЄС була представлена Мережа моніторингу циклічної економіки («Monitoring Framework for the circular economy») та Індекс циклічної економіки («Circular Economy Index»). Його окремі показники складають чотири широкі тематичні сфери [21–22]: виробництво та споживання, поводження з відходами, вторинна сировина, конкурентоспроможність та інноваційність.

Метою реалізації принципів циклічної економіки є максимальне скорочення споживання сировини та енергоносіїв, а з іншого – забезпечення повного використання товарів, що вилучаються із споживання, для якого вони були вироблені. Згідно з прогнозами ООН, враховуючи, що поточні тенденції подальшого зростання відповідатимуть лінійній моделі виробництва – розподілу – споживання – відходів, людству знадобляться ресурси двох таких планет, як Земля, до 2030 р., та трьох – до 2050 р. для підтримання поточного темпу життєдіяльності [23].

Основні бізнес-моделі, розроблені в циклічній економіці:

- циклічне постачання – важливе в галузях, які потребують ресурсів та рідкісної сировини; таким чином, ці ресурси замінюються на 100% поновлювані, відновлювані або матеріали, що біологічно розкладаються;
- відновлення ресурсів – забезпечує скорочення матеріальних витрат і максимізує цінність продукту за рахунок повернення в систему виробництва сировини та матеріалів;
- подовження терміну служби – дає змогу компаніям продовжити термін експлуатації продукції за допомогою ремонту, реконструкції;
- платформи спільного доступу – дозволяють користувачам співпрацювати та ділитися наявними активами. Товар як послуга – це модель, яка може замінити класичну модель «купує – використовує – викидає».

К. Пратт, М. Ленаган та Е. Мітчард [24] пропонують матричну структуру можливих бізнес-моделей (рис. 2):

Порівняно з нині домінуючою моделлю циклічна економіка передбачає іншу систему взаємодії людини у сферах виробництва та споживання та значно зменшує обсяги відходів шляхом ретельного планування. Ще на етапі зародження ідеї створити новий продукт

необхідно також отримати уявлення про його повний життєвий цикл [25].

Економічно недоцільно уявляти, що система циклічної економіки може існувати в довільних географічних межах через глобалізовані системи виробництва та споживання. Вона вимагає від кожної адміністративної території (країни, регіону) підтримувати повну послідовність виробничих потужностей для обробки повного спектру матеріалів на кожному етапі їх життєвого циклу. Жодна країна чи регіон у будь-якій точці світу не може задовольнити цей критерій [26].

Фокус уваги поступово зсувається з аналізу суто екологічних проблем і перспектив налагодження екологічно чистого виробництва в бік побудови моделей збалансованого використання ресурсів, причому під останніми розуміються не тільки і не стільки природні копалини і ресурси, а й фактори виробництва, в тому числі людський та інтелектуальний капітал.

З іншого боку, сучасна економічна система не може налагодити раціональне споживання виробленої продукції, що особливо помітно у галузі переробної промисловості. Третина продуктів харчування, вироблених для споживання людиною, втрачається або знищується на глобальному рівні, що становить близько 1,3 млрд тонн на рік. Якщо перевести вагу на калорії, глобальний обсяг втрат (food loss and waste, FLW) становить приблизно 24% всієї їжі, що виробляється. На етапі виробництва FLW становить 24–30% від світового, тоді як на етапі переробки та розподілу – 20%, а споживання – 30–35%. За ваговою ознакою фрукти та овочі є найбільшим джерелом FLW (44%), за ними – коренеплоди (20%) [27].

За даними шведського опитування домогосподарств, 20–25% побутових харчових відходів пов'язані з упаковкою [28]. Окрім експорту, попит на пакування підживлюється внутрішнім споживанням, зростанням «естетичних» вимог та розвитком інших галузей, що також виявляють потребу в упаковці. Згідно з доповіддю Smithers Pira під назвою «Майбутнє глобальної упаковки до 2022 року» («The Future of Global Packaging to 2022»), щорічно світовий ринок продукції пакування зростатиме щорічно на 2,9% у вартісному вимірі і сягне 980 мільярдів доларів у 2022 р. [29]. Протидіяти зростанням обсягів екологічно шкідливого пакування та упроваджувати натомість нові технології закликають і міжнародні організації, серед яких відзначимо Sustainable Packaging Coalition (СПА).

Сучасна «пластиковіа цивілізація» руйнує сама себе: якщо ми її принципово не змінимо, до 2050 р.

		Потреба у матеріалах та енергоносіях	
		Висока	Низька
Обсяги потреб споживачів	Високі	Звичайна модель господарювання	Ефективне використання ресурсів
	Низькі	Обмежене зростання	Циклічна економіка

Рис. 2. Матриця рівнів виробництва та споживання матеріалів, розглянутих у чотирьох сценаріях 2050 року

у світовому океані може бути більше пластику, ніж риби. В усьому світі лише 2% пластикової упаковки переробляється назад в упаковку. Для того, щоб привернути увагу до проблеми пластикових відходів, Фондом Еллен МакАртур у співпраці з Комісією ООН з навколишнього середовища 29.10.2018 р. на конференції «Наш океан» на Балі була започаткована ініціатива «Нова економіка пластику» («New Plastics Economy initiative») [9]. Нині вона налічує більше 250 підписантів, що разом охоплюють понад 20% світового ринку пластикової упаковки. У Сполученому Королівстві «Пластиковий пакт» («UK Plastics Pact», <http://www.wrap.org.uk/content/the-uk-plastics-pact>) став першим кроком до реалізації цієї міжнародної ініціативи. Є чимало прикладів інноваційних способів «кругообігу» для упаковки з пластмас. Компанія MİWA (Чехія) представила додаток, який дає змогу покупцям замовляти точні кількості потрібних їм продуктів, які потім доставляються в упаковці для багаторазового використання від виробника до найближчого магазину чи до їхнього дому. Соціальне підприємство Algramo (Чилі) пропонує продукцію в невеликих кількостях у контейнерах для багаторазового використання через мережу 1200 локальних магазинів, що охоплюють понад 200 000 клієнтів. Австралійська компанія Splosh надає клієнтам суміші в розбірних пакетах, які вони можуть змішувати з водою в багаторазовій пляшці в домашніх умовах. У 2020 р. Marks & Spencer знімає з виробництва пластикові столові прибори та соломинку одноразового використання. Colgate Palmolive планує відмовитися від упаковки з ПВХ до кінця 2020 р. [9].

Але, як справедливо зазначено авторами роботи [30], для компаній зменшення впливу на навколишнє середовище, пов'язане з їхньою продукцією, є лише

частиною їх мотивації; пропозиції також повинні бути фінансово життєздатними.

Висновки. Результати проведеного дослідження показали, що найчастіше у процесі оцінки ступеня переходу індустрії гостинності та туризму до циклічної моделі економіки увага зосереджується головним чином на вимірюванні енергоефективності, споживанні води та переробці відходів, у тому числі харчових продуктів. Але якщо побудувати схему взаємодії між безпосередніми виробниками туристичних послуг та їх партнерів на усіх етапах створення основної та супутньої продукції, а також тих компаній, що прямо не входять до кола постачальників, а забезпечують функціонування спільної рекреаційної інфраструктури, виявиться, що туристична діяльність охоплює майже всі сфери національного господарства та суспільного життя країн, тому зміни у коливаних обсягах відвідувань (як це, на жаль, на практиці було доведено у 2020 р.), по-перше, чинять істотний вплив на роботу підприємств інших галузей, по-друге, заходи із ресурсозбереження будуть неефективними, якщо їх споживання обмежуватиметься тільки для місцевих мешканців, а туристичні комплекси і надалі розвиватимуться відповідно до екстенсивної моделі. Також важливим аспектом є аналіз споживчої поведінки туристів під час подорожей у межах власної країни та за кордоном, яка часто може нівелювати усі заходи із упровадження принципів сталого розвитку приймаючої сторони. Отже, перспективами подальших досліджень є вивчення цілісного зовнішнього бізнес-середовища та визначення чинників, що матимуть позитивний та негативний вплив на реалізацію ініціатив влади, місцевих громад та окремих підприємців щодо заходів сталого розвитку, відповідального підприємництва та ресурсозбереження у межах циклічної економіки.

Список літератури:

1. Florido C., Jacob M., Payeras M. How to Carry out the Transition towards a More Circular Tourist Activity in the Hotel Sector. The Role of Innovation. *Administrative Sciences*. 2019. No. 9(2). Article 47. DOI:10.3390/admsci9020047
2. Krysovaty A.I., Zvarych I.Y., Zvarych R.Y., Zhyvko M.A. Preconditions for the Tax Environment of a Alterglobal Development. *Comparative Economic Research*. 2018. Vol. 21. No. 4. Pp. 139–154.
3. Stern D.I. The Rise and Fall of the Environmental Kuznets Curve. *World Development*. 2004. Vol. 32. No. 8. Pp. 1419–1439. DOI: 10.1016/j.worlddev.2004.03.004
4. Kaika D., Zervas E. The Environmental Kuznets Curve (EKC) theory – Part A: Concept, causes and the CO2 emissions case. *Energy policy*. 2013. Vol. 62. Pp. 1392–1402.
5. Deineko L., Tsyplitska O., Deineko O. Opportunities and barriers of the Ukrainian industry transition to the circular economy. *Environmental Economics*. 2019. Vol. 10, Issue 1. Pp. 79–92. DOI: 10.21511/ee.10(1).2019.06
6. Kallis G., Demaria F., D'Alisa G. Introduction to «Degrowth: A Vocabulary for a New Era. Routledge, 2015. 212 p. Pp. 1–17
7. Muradin M., Foltynowicz Z. The Circular Economy in the Standardized Management System. *Amfiteatru Economic*. 2019. 21(Special Issue No. 13). Pp. 871–883. DOI: 10.24818/EA/2019/S13/871
8. Neamtu D.M., State M. The Transition to the Circular Economy through Buyback Programs. *“Ovidius” University Annals, Economic Sciences Series*. 2018. Vol. XVIII, Issue 2. Pp. 323–328.
9. Defruyt S. Towards a New Plastics Economy. *Field Actions Science Reports [Online]*. 2019. Special Issue 19. Pp. 78–81. URL: <http://journals.openedition.org/factsreports/5369> (accessed: 15 June 2020).
10. Sempels C., Hoffmann J. Sustainable innovation strategy. Creating value in a world of finite resources. Palgrave Macmillan UK, 2013. 262 p.
11. Hawken P. Natural capitalism. The next industrial revolution. US Green Building Council, 2000. 416 p.
12. Schneider P., Folkens L., Meyer A., Faulk T. Sustainability and Dimensions of a Nexus Approach in a Sharing Economy. *Sustainability*. 2019. Vol. 11. Article 909. DOI:10.3390/su11030909

13. The list of Critical Raw Materials (CRMs). European Commission 2017. URL: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2017/EN/COM-2017-490-F1-EN-MAIN-PART-1.PDF> (accessed 22 June 2020).
14. Raw Material Initiative. European Commission. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0699:FIN:en:PDF> (accessed 22 June 2020).
15. European Innovation Partnership on Raw Materials. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/raw-materials/eip_en (accessed 22 June 2020).
16. Martins F.F., Castro H. Raw material depletion and scenario assessment in European Union – A circular economy approach. *6th International Conference on Energy and Environment Research, ICEER*. 2019, 22–25 July, University of Aveiro, Portugal. Energy Reports. 2020. Vol. 6. Pp. 417–422. <https://doi.org/10.1016/j.egy.2019.08.082>
17. Wysokińska Z. Implementing the Main Circular Economy Principles within the Concept of Sustainable Development in the Global and European economy, with Particular Emphasis on Central and Eastern Europe – the Case of Poland and the Region of Lodz. *Comparative Economic Research*. 2018. Vol. 21. No 3. DOI: 10.2478/ce-2018-0020
18. Tax and the Environment. URL: www.oecd.org/tax/tax-policy/tax-and-environment.htm (accessed 28 June 2020).
19. Saidani M., Yannou B., Leroy Y., Cluzel F., Kendall A. A taxonomy of circular economy indicators. *Journal of Cleaner Production*. 2018. Vol. 207. Pp. 542–559. DOI: 10.1016/j.jclepro.2018.10.014
20. Girard L.F.; Nocca F. From linear to circular tourism. *Aestimum*. 2017, Vol. 70. Pp. 51–74.
21. Garcia-Bernabeu A., Hilario-Caballero A., Pla-Santamaria D., Salas-Molina F. A Process Oriented MCDM Approach to Construct a Circular Economy Composite Index. *Sustainability*. 2020. Vol. 12. Article 618. DOI: 10.3390/su12020618
22. Circular Economy Index: Indicators for a Circular Economy. URL: https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/summa_-_indicators_for_a_circular_economy.pdf (accessed 28 June 2020).
23. Buhociu D.H., Buhociu F. M., Lazarescu I., Angheluta L.-D. Transition to Circular Economy. Solutions for an Intelligent City. *International Conference "Risk in Contemporary Economy"* ISSN-L 2067-0532; ISSN online 2344-5386. XXth Edition, 2019, Galati, Romania, "Dunarea de Jos" University of Galati, Romania – Faculty of Economics and Business Administration. DOI: <https://doi.org/10.35219/rce2067053227>
24. Pratt K., Lenaghan M., Mitchard E. Material lows accounting for Scotland shows the merits of a circular economy and the folly of territorial carbon reporting. *Carbon Balance Manage*. 2016. No. 11. Article 21. DOI 10.1186/s13021-016-0063-8
25. Didenko N.I., Klochov Y.S., Skripnuk D.F. Ecological Criteria for Comparing Linear and Circular Economies. *Resources*. 2018. Vol. 7, Article 48. DOI: 10.3390/resources7030048
26. Graedel T.E., Reck B.K., Ciacci L., Passarini F. On the Spatial Dimension of the Circular Economy. *Resources*. 2019. Vol. 8. Article 32. DOI: 10.3390/resources8010032
27. Vilariño M.V., Franco C., Quarrington C. Food loss and Waste Reduction as an Integral Part of a Circular Economy. *Frontiers in Environmental Science*. 2017. Vol. 5. Article 21. DOI: 10.3389/fenvs.2017.00021
28. Kiss K., Ruskai C., Takács-György K. Examination of Short Supply Chains Based on Circular Economy and Sustainability Aspects. *Resources*. 2019. Vol. 8. Article 161. DOI: 10.3390/resources8040161
29. Kozik N. Sustainable packaging as a tool for global sustainable development. *SHS Web of Conferences* 74, 04012 (2020) : *Globalization and its Socio-Economic Consequences 2019*. URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207404012>
30. Kaddoura M., Kambanou M.L., Tillman A.-M., Sakao T. Is Prolonging the Lifetime of Passive Durable Products a Low-Hanging Fruit of a Circular Economy? A Multiple Case Study. *Sustainability*. 2019. Vol. 11. Article 4819. DOI: 10.3390/su11184819

References:

1. Florido C., Jacob M., Payeras M. (2019). How to Carry out the Transition towards a More Circular Tourist Activity in the Hotel Sector. The Role of Innovation. *Administrative Sciences*, no. 9(2), article 47. DOI:10.3390/admsci9020047
2. Krysovaty A.I., Zvarych I.Y., Zvarych R.Y., Zhyvko M.A. (2018). Preconditions for the Tax Environment of a Alter-global Development. *Comparative Economic Research*, 2018, vol. 21, no. 4, pp. 139–154.
3. Stern D.I. (2004). The Rise and Fall of the Environmental Kuznets Curve. *World Development*, vol. 32, no. 8, pp. 1419–1439. DOI: 10.1016/j.worlddev.2004.03.004
4. Kaika D., Zervas E. (2013). The Environmental Kuznets Curve (EKC) theory – Part A: Concept, causes and the CO2 emissions case. *Energy policy*, vol. 62, pp. 1392–1402.
5. Deineko L., Tsyplitska O., Deineko O. (2019). Opportunities and barriers of the Ukrainian industry transition to the circular economy. *Environmental Economics*, vol. 10, issue 1, pp. 79–92. DOI: 10.21511/ee.10(1).2019.06
6. Kallis G., Demaria F., D'Alisa G. (2015). Introduction to «Degrowth: A Vocabulary for a New Era. Routledge.
7. Muradin M., Foltynowicz Z. (2019). The Circular Economy in the Standardized Management System. *Amfiteatru Economic*, 21(Special Issue No. 13), pp.871–883. DOI: 10.24818/EA/2019/S13/871
8. Neamtu D.M., State M. (2018). The Transition to the Circular Economy through Buyback Programs. "Ovidius" University Annals, *Economic Sciences Series*, vol. XVIII, issue 2, pp. 323–328.
9. Defruyt S. (2019). Towards a New Plastics Economy. *Field Actions Science Reports [Online]*, special issue 19, pp. 78–81. URL : <http://journals.openedition.org/factsreports/5369> (accessed: 15 June 2020).
10. Sempels C., Hoffmann J. (2013). Sustainable innovation strategy. Creating value in a world of finite resources. Palgrave Macmillan UK.
11. Hawken P. (2000). Natural capitalism. The next industrial revolution. US Green Building Council.

12. Schneider P., Folkens L., Meyer A., Fauk T. (2019). Sustainability and Dimensions of a Nexus Approach in a Sharing Economy. *Sustainability*, vol. 11, article 909. DOI:10.3390/su11030909
13. The list of Critical Raw Materials (CRMs). European Commission 2017. URL: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2017/EN/COM-2017-490-F1-EN-MAIN-PART-1.PDF> (accessed 22 June 2020).
14. Raw Material Initiative. European Commission. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0699:FIN:en:PDF> (accessed 22 June 2020).
15. European Innovation Partnership on Raw Materials. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/growth/sectors/raw-materials/eip_en (accessed 22 June 2020).
16. Martins F.F., Castro H. (2019). Raw material depletion and scenario assessment in European Union – A circular economy approach. *6th International Conference on Energy and Environment Research, ICEER*. 2019, 22–25 July, University of Aveiro, Portugal. Energy Reports, vol. 6. pp. 417–422. <https://doi.org/10.1016/j.egy.2019.08.082>
17. Wysokińska Z. (2018). Implementing the Main Circular Economy Principles within the Concept of Sustainable Development in the Global and European economy, with Particular Emphasis on Central and Eastern Europe – the Case of Poland and the Region of Lodz. *Comparative Economic Research*, vol. 21, no. 3. DOI: 10.2478/ce-2018-0020
18. Tax and the Environment. URL: www.oecd.org/tax/tax-policy/tax-and-environment.htm (accessed 28 June 2020).
19. Saidani M., Yannou B., Leroy Y., Cluzel F., Kendall A. (2018). A taxonomy of circular economy indicators. *Journal of Cleaner Production*, vol. 207, pp. 542–559. DOI: 10.1016/j.jclepro.2018.10.014
20. Girard L.F., Nocca F. (2017). From linear to circular tourism. *Aestimum*, vol. 70, pp. 51–74.
21. Garcia-Bernabeu A., Hilario-Caballero A., Pla-Santamaria D., Salas-Molina F. A. (2020). Process Oriented MCDM Approach to Construct a Circular Economy Composite Index. *Sustainability*, vol. 12, article 618. DOI: 10.3390/su12020618
22. Circular Economy Index: Indicators for a Circular Economy. URL: https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/summa_-_indicators_for_a_circular_economy.pdf (accessed 28 June 2020).
23. Buhociu D.H., Buhociu F. M., Lazarescu I., Angheluta L.-D. (2019). Transition to Circular Economy. Solutions for an Intelligent City. *International Conference "Risk in Contemporary Economy"* ISSN-L 2067-0532; ISSN online 2344–5386. XXth Edition, 2019, Galati, Romania, "Dunarea de Jos" University of Galati, Romania – Faculty of Economics and Business Administration. DOI: <https://doi.org/10.35219/rce2067053227>
24. Pratt K., Lenaghan M., Mitchard E. (2016). Material flows accounting for Scotland shows the merits of a circular economy and the folly of territorial carbon reporting. *Carbon Balance Manage*, no. 11, article 21. DOI 10.1186/s13021-016-0063-8
25. Didenko N.I., Klochkov Y.S., Skripnuk D.F. (2018). Ecological Criteria for Comparing Linear and Circular Economies. *Resources*, vol. 7, article 48. DOI: 10.3390/resources7030048
26. Graedel T.E., Reck B.K., Ciacchi L., Passarini F. (2019). On the Spatial Dimension of the Circular Economy. *Resources*, vol. 8, article 32. DOI: 10.3390/resources8010032
27. Vilariño M.V., Franco C., Quarrington C. (2017). Food loss and Waste Reduction as an Integral Part of a Circular Economy. *Frontiers in Environmental Science*, vol. 5, article 21. DOI: 10.3389/fenvs.2017.00021
28. Kiss K., Ruskai C., Takács-György K. (2019). Examination of Short Supply Chains Based on Circular Economy and Sustainability Aspects. *Resources*, vol. 8, article 161. DOI: 10.3390/resources8040161
29. Kozik N. (2020). Sustainable packaging as a tool for global sustainable development. *SHS Web of Conferences* 74, 04012 (2020) : *Globalization and its Socio-Economic Consequences 2019*. URL: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207404012>
30. Kaddoura M., Kambanou M.L., Tillman A.-M., Sakao T. (2019). Is Prolonging the Lifetime of Passive Durable Products a Low-Hanging Fruit of a Circular Economy? A Multiple Case Study. *Sustainability*, vol. 11, article 4819. DOI: 10.3390/su11184819

ВНЕДРЕНИЕ ПОСТУЛАТОВ ЦИКЛИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

В статье рассмотрены аспекты влияния процесса глобализации в контексте перехода от линейной к циклической экономике; определены различия в трактовке термина «циклическая экономика» в соответствии с ее отождествлением с концепцией устойчивого развития, защиты окружающей среды и более широкого понимания сущности замкнутого ресурсосберегающего производства в условиях ограниченного рынка; предложены альтернативные подходы, такие как экономика общего роста, антирост и альтернативная глобализация; приведены примеры использования международных рейтингов по оценке окружающей среды и готовности к внедрению информационных технологий в странах ЕС; оценено влияние туристической инфраструктуры на экологическое состояние рекреационных территорий и готовность туристической отрасли к реструктуризации в соответствии с бизнес-моделями циклической экономики и постулатов устойчивого развития.

Ключевые слова: циклическая экономика, замкнутый цикл производства, бизнес-модели, реструктуризация туристической отрасли.

IMPLEMENTING THE POSTULATES OF CYCLIC ECONOMY INTO THE TOURISM ACTIVITY ADMINISTRATION

The article considers aspects of the impact of globalization in the context of the transition from a linear to a cyclic economy, the most significant of which are overproduction as the only model of the world and national economy, which leads to further depletion of resources and deepening negative socio-demographic trends; identifies differences in the interpretation of the term «cyclic economy» in accordance with its identification with the concept of sustainable development, environmental protection and a broader understanding of the essence of closed resource-saving production in a limited market, including not only requirements for finding ways to restore natural resources and renovate biodiversity, but also the use of a fundamentally new structure of communications between economic agents both in international commercial operations and within national economies, with particular emphasis on the concept of a closed production cycle at all stages for tangible and intangible industries; suggests alternative approaches, such as the shared economy, degrowth and alternative globalization, the key concepts of which are the creation of a global system for monitoring the state of socio-economic systems and coherent economic policies of all countries, regardless of their development level; examples of the use of international ratings on environmental assessment and readiness for the implementation of information technology in the EU countries, which have already found practical experience in a number of regulations; presents the results of the activities of international research organizations, among which the Ellen McArthur Foundation is the leading one in this field, and the initiatives of transnational and local companies on environmental protection and introduction of socially responsible entrepreneurship; assesses the impact of tourist infrastructure on the ecological state of recreational areas and the readiness of the tourism industry to restructure in accordance with business models of cyclic economy and the postulates of sustainable development, which are generally represented by a list of measures to meet supply and demand in the services market; it is proposed to use the effect of the social environment influence on the formation of conscious consumer behaviour in tourists.

Key words: cyclic economy, closed production cycle, business models, re-structuring of the tourism industry.

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-4-8>

УДК 316.472(477):339.923

Довганик Н.М.

кандидат історичних наук,
доцент кафедри політичних технологій,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Чалюк Ю.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри соціології,
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»

Dovhanyk Nadiia, Chaliuk Yuliia

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ РЕФОРМ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Світ вступив в епоху глобальної соціально-економічної кризи, якої за масштабами, глибиною і тривалістю не було після Великої депресії. Пандемія як зовнішній шок паралізувала економіку провідних держав, сприяла їхній добровільній самоізоляції. У сучасних кризових умовах, коли закриваються кордони, розірвані господарські зв'язки, відсутнє регулярне сполучення на міжнародному, регіональному та національному рівнях, закономірно зростає роль місцевих органів влади та їхня відповідальність за розв'язання проблем самоврядування. Криза стає каталізатором процесів децентралізації та трансформації діяльності місцевих органів влади. Ці фактори і зумовлюють актуальність вибраної теми, необхідність дослідження світової практики децентралізації та здійснення типологізації муніципальних реформ. Використання методів історико-логічного і структурно-факторного аналізу дало змогу ідентифікувати організаційні, фінансові, функціонально-процедурні реформи органів місцевої влади та коригування кількості територіальних громад.

Ключові слова: міське самоврядування, типологізація муніципальних реформ, європейська практика децентралізації, територіальні громади, міська автономія.

Постановка проблеми. Світовий досвід показує, що всі демократичні нації намагаються забезпечити право на місцеве самоврядування за умови повноцінного виконання центральним урядом обов'язків загальнодержавного характеру та реалізації ним захисту прав усіх громадян. Проте у практичній діяльності місцеві органи самоврядування стикаються, як відомо, з низкою організаційних, фінансових та інших проблем. Це зумовлює потребу в реформах місцевого самоврядування, які здебільшого стосуються структури органів, їхніх функцій, відносин із центральними органами влади та між різними рівнями управління на місцях [1]. Але різними також є й особливості країн, де здійснюються реформи, їхні державні устрої, традиції тощо. Крім того, мотивація реформування може лежати в різних площинах, де превалюють економічні, соціальні, демографічні та інші фактори. Враховуючи все це, реформи місцевого самоврядування можна поділити на чотири типи: коригування кількості одиниць, організаційні, фінансові та функціональні реформи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження проблем децентралізації та трансформації діяльності місцевих органів влади зробили такі науковці-теоретики і вчені-практики, як О.В. Батанов, В.М. Вакуленко, П.В. Ворона, В.Б. Гройсман, Ю.Г. Іванченко, В.В. Кравченко, А.П. Лелеченко, В.М. Литвин, Р.М. Плющ, М.О. Пухтинський та інші. Однак проблемою нині є відсутність класифікації муніципальних реформ через недостатнє вивчення й узагальнення європейського досвіду децентралізації. Ще й досі не здійснено офіційного перекладу установчих договорів ЄС українською мовою та не вироблено єдиного державного стандарту, до якого повинно бути приведене українське законодавство, щоб відповідати нормам права Євросоюзу.

Формулювання цілей статті. Метою статті є, по-перше, наукове дослідження зарубіжної практики процесів децентралізації, по-друге, ідентифікація особливостей та закономірностей розвитку муніципального руху в країнах Європейського Союзу і, по-третє, на основі цього узагальненого досвіду – здійснення типологізації реформ місцевого самоврядування.

Виклад основного матеріалу. *Реформи коригування кількості одиниць* почали здійснювати в зарубіжних країнах після Другої світової війни і дотепер проводять у двох напрямках. Передусім вони спрямовані на зміцнення муніципалітетів через зменшення їх кількості у процесі злиття [2; 3]. Найбільшого поширення ці реформи набули в скандинавських країнах. Якщо у Швеції, наприклад, до реформи 1952 року налічувалося 2498 муніципалітетів (у найменших іноді мешкало до 150 осіб), то вже після першого об'єднання їхня кількість зменшилася до 1037 одиниць.

Другим важливим етапом у зазначеному процесі стала реформа 1962 р. (на основі закону 1961 р.). Було вирішено встановити мінімальну кількість мешканців на території однієї комуни – 8000 чоловік. За участі

регіональних органів управління, що дали пропозиції для злиття низових одиниць, були створені спеціальні спільні перехідні органи, виділені відповідні кошти на об'єднання. Ці кошти йшли також і на зменшення податкового тягаря на перехідний період. Як наслідок, відбулося подальше швидке зменшення кількості низових одиниць. Наприкінці цієї реформи (1974 р.) було визначено остаточну їх цифру – 279 муніципалітетів.

Слід, однак, зазначити, що під час об'єднання муніципалітетів не завжди використовувався принцип добровільності. Нерідко злиття здійснювалося під тиском центральної влади, всупереч протестам відповідних муніципальних одиниць. Це призвело до того, що деякі об'єднані муніципалітети через гострі конфлікти просто розпалися. Радикальними також були реформи місцевого самоврядування 1970 р. у Данії та 1977 р. у Бельгії [4].

Іншим типом реформ місцевого самоврядування можна вважати *організаційні реформи*, метою яких була зміна внутрішньої структури територіальних одиниць. Вони насамперед були спрямовані на експериментування з новими організаційними формами муніципального управління. Серед подібних знахідок найвідоміші так звані вільні комуни. Програми створення вільних комун також мають скандинавську «прописку». Їх основна ідея полягала у тому, щоб запропонувати окремій групі муніципалітетів представити свої міркування щодо нових організаційних форм і звернутися за субсидіями для розроблення та втілення в життя своїх проектів. Була поставлена грандіозна мета: децентралізувати управління, оптимізувати використання ресурсів, добитися рішень, які би значною мірою відповідали місцевим потребам, поліпшити координацію, підвищити рівень ефективності, підняти ступінь впливу громадян і удосконалити місцеву демократію. Остаточним підсумком організаційних експериментів стало створення муніципальних законів, які відкривали можливості для ширшої місцевої автономії. Це насамперед стосується норвезького закону про муніципальне управління [5, с. 218–231].

Поряд із зазначеними експерименти проводилися також і у Данії – в основному щодо нових форм участі в місцевому управлінні. У Данії була здійснена спроба втілення у життя іншої організаційної форми: щоби громадяни поставали не як мешканці муніципалітету взагалі, а як споживачі муніципальних послуг (школи, дитячі садки тощо) [5, с. 245–247]. Така форма участі у громадському житті має як позитивні, так і негативні риси. Її вадою є те, що люди позбавлені можливості брати участь в управлінні як громадяни, тобто не беруть участі в усіх справах муніципалітету. Але позитивним є факт, що люди, які зазвичай взагалі віддавали перевагу пасивному спогляданню, отримують можливість впливати на перебіг подій і, можливо, з часом розвинули би смак до більш зрілих форм суспільної участі.

Крім подібних експериментувань, до цього типу реформ можна віднести і здійснення заходів щодо посилення ролі мерів і рад; надання процесові при-

іння рішень публічного і демократичного характеру; розширення участі громадськості у прийнятті суспільно важливих рішень; запровадження обов'язкових раціональних методів планування; зміни у складі персоналу місцевих органів влади та запровадження нових правил їхньої діяльності.

Фінансові реформи, як правило, включали збільшення обсягів ресурсів, що їх центр надає органам місцевої влади, зокрема, для розрахунків за соціальними програмами, ініціатором яких він був. Спонукальний момент пояснюється бажанням центральної влади ширше залучити органи місцевого самоврядування до участі у загальнодержавних проектах. Були здійснені спроби зміцнити органи місцевої влади завдяки допуску до збирання податків або забезпечення себе іншими, альтернативними засобами фінансування, такими як: плата за послуги, прибутки з підприємств, надання послуг на ринкових засадах. Інший шлях упровадження ринкових механізмів у сферу муніципальних послуг ґрунтувався на ідеї ваучерів. Замість того, щоби прикріплювати жителів певної території до конкретних шкіл, лікарень, людям видавали ваучери, які давали змогу оплачувати послуги тільки тих закладів, де рівень обслуговування найбільшою мірою відповідав їхнім потребам. Таким чином, ідею сумно відомих для нас ваучерів Швеція успішно використала як ефективний ринковий механізм у сфері муніципальних послуг [5, с. 451–462].

І, нарешті, *функціональні і процедурні реформи* включають комплекс різноманітних змін, які ще більше розмежували обов'язки і права місцевої та центральної влади. У деяких країнах – Франції, Італії, Іспанії – контрольні функції префектів були послаблені. Крім того, запроваджувалися системи планування діяльності з метою посилення контролю центру над ефективністю і результативністю надання соціальних послуг на місцях. Такі системи планування у межах окремих програм були запроваджені у Німеччині, Франції та в багатьох інших європейських країнах [5, с. 571–593].

На відміну від західноєвропейських країн, у Східній та Центральній Європі реформи місцевого самоврядування розпочалися тільки після демократичних революцій, які відбулися тут на рубежі 90-х років. Їхній успіх залежав від зруйнування п'яти могутніх монополій, на яких трималася комуністична система. По-перше, це політична монополія, основою якої була однопартійність влади. Крім неї, слід виділити державну монополію, яка справляла вплив на всі сфери громадського життя. Далі йдуть монополія державної власності та монополія централізованого контролю за громадськими фінансами. І, нарешті, монополія централізованого громадського управління. Хоча загальні мотиви реформування у країнах Центральної та Східної Європи були подібними, самі моделі трансформації та способи їх реалізації суттєво відрізнялися. Це пояснюється історичною специфікою та національними особливостями реформування органів місцевої влади. До названих причин можна додати також бажання

посткомуністичних країн звільнитися від шаблонів соціалістичної ери та їхнє прагнення запуску ринкових механізмів у сфері муніципальних послуг.

Проблемою, з якою зіткнулися держави на початку перехідного періоду, було розв'язання дилеми: оголосити місцеві вибори негайно, а систему реформувати пізніше, або спочатку запровадити законодавчі зміни, а вже потім оголосити вибори. Перший варіант був бажаним із політичного погляду, оскільки громадськість практично всіх постсоціалістичних країн потребувала негайних кадрових змін, зокрема щодо головних місцевих керівників, які вважалися символами комуністичної влади. Багато країн Центральної та Східної Європи (окрім Польщі) пішли саме таким шляхом – спочатку вибирали органи місцевої влади, а вже потім бралися за реформування системи. Тому до структур місцевих органів потрапили люди, які не мали ні досвіду, ні знань про функціонування демократичних інститутів. До того ж, у деяких країнах центральні уряди відмовлялися визнавати результати демократичних виборів, намагаючись різними способами обмежити місцеву владу. У Хорватії, наприклад, президент Туджман просто звільнив новообраних мерів, бо вони були представниками опозиційної партії, яка перемогла на місцевих виборах. Тепер, у ретроспективі, зрозуміло, що прийняття альтернативного рішення сприяло б успішній реформі місцевого самоврядування. Це наочно продемонстрував досвід Польщі, яка спочатку змінила законодавство, на основі якого й були побудовані ефективна структура місцевої влади та виборчий процес [6, с. 312–341].

Ще однією проблемою, з якою зіткнулися посткомуністичні країни на шляху трансформаційних змін, стала відмова від принципу однорідності влади у державі. Раніше, під час безроздільного панування тоталітарного режиму, реалізація цього принципу призвела до підпорядкування місцевих та регіональних рад центральним органам влади. В умовах, коли відбувалося запровадження самоврядування, конституційно визначені повноваження мали бути передані від центральних установ до місцевих органів влади. В одних країнах це було зроблено через прийняття відповідних поправок до конституцій (наприклад, у Польщі), в інших, де посткомуністичні партії прагнули легітимності, – через ухвалення нових конституцій (Болгарія, Румунія). Конституційні права місцевої влади були визнані практично в усіх країнах Центральної та Східної Європи, хоча і з різними обмеженнями. У більшості випадків принцип однорідності влади було скасовано так само, як і державну монополію. Сфера справ місцевого значення була передана з юрисдикції центрального уряду до компетенції місцевої влади. Винятком стала Білорусь, де конституція й досі гарантує подвійну роль місцевих та регіональних органів влади [6, с. 357–369].

Після розпаду комуністичної системи і внесення певних змін до законодавства майже всі східноєвропейські держави надали органам місцевого самоврядування, відповідно до їхнього нового статусу, також

і право володіти державним майном. Проте способи проведення комуналізації та одержані ними права на користування цим майном у кожному конкретному випадку були різними. Основною проблемою тут стало не стільки надання права власності, скільки реальна передача активів місцевій владі.

Важливою сферою, де була проведена демонополізація, стала фінансова. У минулому місцеві бюджети були складовою частиною загальнодержавного бюджету, а використання їх та контроль за ними повністю регулювалися центральною адміністрацією. Децентралізація фіскальної влади в окремих країнах досягла різного рівня. Наприклад, у Польщі місцеві бюджети набули незалежності тоді, коли їх перестали затверджувати у парламенті. Це сталося у 1990 році, ще до проведення місцевих виборів. Передачу фіскальних повноважень згодом було підкріплено новими місцевими джерелами бюджетних надходжень, передусім місцевими податками. Прибуткова частина бюджету гміни (місцева влада у Польщі) складалася з державних дотацій (близько 30%), частки загальнодержавних податків (22%) та власних надходжень (30%). Решта (18%) бюджету формувалася із різних джерел, таких як позики, облігації, приватизація тощо. Контроль за управлінням муніципальними фінансами було доручено новоствореним регіональним бюджетним службам, де були представлені як центральний уряд та міністерство фінансів, так і місцева влада. Ці нові фіскальні установи, принаймні частково, позбавили центральну адміністрацію її контрольно-наглядових функцій [6, с. 427–439].

Щодо інших посттоталітарних країн, то типовим явищем для них стало небажання центральної влади ділитися своїми фіскальними повноваженнями. Хоча в багатьох з цих країн були розроблені критерії розрахунку центральних субсидій місцевій владі і тим суттєво обмежено свавілля чиновників центральної адміністрації, однак справжньої фіскальної автономії органи місцевого самоврядування так і не отримали. Навпаки, можна було спостерігати протилежну тенденцію.

Намагаючись поліпшити бюджетну ситуацію, центральний уряд почав делегувати дедалі більше своїх обов'язків місцевій владі, не передаючи при цьому достатніх коштів для їх виконання. Цей феномен добре відомий як «новий федералізм» Рейгана у США, або «тетчеризм» у Великій Британії, внаслідок якого органи місцевої влади змушені були часто виконувати нові для себе обов'язки за рахунок потреб громад. Така примусова передача завдань зверху вниз не лише підірвала довіру суспільства до ідеї самоврядування, а й забезпечила підтримку центральній бюрократії.

Вдалою ілюстрацією цієї тези стала Чехія, де значну частку муніципальних бюджетів становлять субсидії та дотації міністерства фінансів. Така ж ситуація склалася і в Румунії, де субсидії центру фінансують майже 85 відсотків місцевих витрат. Проте є країни, наприклад Македонія, де спостерігається зовсім інша картина: незалежні джерела забезпечують 90 відсотків надходжень до місцевих бюджетів (податки на майно, спадщину та

нерухомість, різні збори тощо). Часто місцевій владі не дозволено визначати розміри податків, оскільки це право – прерогатива національних законодавчих органів (Литва, Македонія, Польща, Словенія). У багатьох країнах місцеві уряди просто уповноважені збирати податки, тоді як питаннями визначення розмірів оподаткування займається центральна адміністрація. Отже, аналіз стану самоврядування в країнах Східної та Центральної Європи засвідчує невисокий рівень децентралізації у фінансовій сфері, набагато нижчий від показників, досягнутих в інших галузях. У кінцевому підсумку це призвело до обмеження можливостей місцевої влади вирішувати локальні питання [7, с. 121–137].

Точкою фокусування децентралізаційних зусиль став також сектор муніципального управління (адміністрації), що аж ніяк не випадково. За комуністичних часів не існувало незалежної місцевої адміністрації. Бюрократія нижчих рівнів була складником апарату загального державного управління. Місцеве керівництво залежало від директорів, правил та щоденних вказівок центральних органів, що виключало будь-яку можливість автономії на місцевому рівні. Реструктуризація системи централізованого управління означала відокремлення національної та місцевих адміністрацій і створення професійних кадрів державних службовців. Наприклад, у Польщі перший крок – відокремлення центральної та місцевих адміністрацій – зроблено у 1990 році, лише після того, як парламент ухвалив закон про службовців місцевого самоврядування. Згідно з цим законом прийняття на роботу та звільнення чиновників стало внутрішньою справою муніципалітету, який був захищений від впливу центрального уряду. Та минуло ще 7 років, перш ніж Польща законодавчо вирішила питання про кадри цивільних службовців, тобто професіоналів, незалежних від партійної політики. Працівники місцевого самоврядування у Болгарії й досі мають статус службовців державної адміністрації. У Словенії та Росії закони, що визначають статус службовців органів місцевого самоврядування, все ще перебувають у стадії розроблення [7, с. 153–168].

Нагальною потребою реформованих країн стала підготовка висококваліфікованого персоналу, здатного зрозуміти загальну філософію та нюанси нової структури самоврядування. І знову першою країною, яка швидко відреагувала на цю проблему, була Польща, де вже у 1989 р. діяла загальнонаціональна мережа навчальних центрів, фондаций задля підтримки місцевої демократії. У Чехії, Естонії, Угорщині, Словенії подібні заклади з'явилися наприкінці 90-х років – це були школи місцевого самоврядування, навчальні центри підвищення кваліфікації. Крім того, у названих країнах запроваджено вивчення місцевого самоврядування в університетах. Натомість такі країни, як Литва, Румунія, просто потерпають від недостатньої кваліфікації низькооплачуваних працівників місцевих органів урядування. Повільне становлення прозорості та підзвітної системи муніципальних службовців – серйозна перешкода на шляху розвитку демократичної та ефек-

тивної структури місцевого самоврядування.

Висновки. Отже, дослідження світової практики процесів децентралізації дало можливість авторам ідентифікувати чотири типи муніципальних реформ: коригування кількості одиниць, організаційні, фінансові та процедурні. Саме реформи місцевого самоврядування стали тим важливим кроком, який започаткував період трансформації принаймні у п'яти сферах: політичній – через запровадження вільних виборів до місцевих органів урядування та відхід від політичної монополії; системній – через конституційні гарантії законодавчої автономії органів місцевого самоврядування; економічній – через перехід від централізованої опору, який усе ще його стримує.

системи управління та планування економіки до системи, основою якої є ринок; адміністративній – через скасування керованих із центру рад і делегування певних обов'язків центральній адміністрації органам місцевого самоврядування; громадянській – через створення громадянського суспільства, основою якого є активна участь громадян у процесах прийняття рішень та вільне вираження своїх поглядів. Подібні зміни Україна також пізнала сповна. Тому вивчення досвіду реформування місцевого самоврядування у розвинених та посттоталітарних країнах, безумовно, допоможе нашій державі глибше збагнути як закономірності цього складного процесу, так і причини того

Список літератури:

1. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 02.10.2018 № 2581-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97> (дата звернення: 17.06.2020).
2. Про добровільне об'єднання територіальних громад: Закон України від 05.02.2015 № 157-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157> (дата звернення: 17.06.2020).
3. Про співробітництво територіальних громад: Закон України від 17.06.2014 № 1508-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508> (дата звернення: 18.06.2020).
4. Європейська хартія місцевого самоврядування від 15.10.1985. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036 (дата звернення: 18.06.2020).
5. Гройсман В.Б. Досвід децентралізації у країнах Європи. К.: Ін-т законодавства Верховної Ради України, 2015. 766 с.
6. Литвин В.М. Акти європейського права з питань регіональної політики та місцевого самоврядування. К.: Парламент. вид-во, 2010. 788 с.
7. Плющ Р.М. Місцеве самоврядування в умовах децентралізації влади в Україні. Київ : Рідна мова, 2016. 744 с.

References:

1. Pro mistseve samovriaduvannia v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 02.10.2018 № 2581-VIII [On local self-government in Ukraine. Law of Ukraine No. 2581-VIII of 02.10.2018]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97> (accessed: 17.06.2020).
2. Pro dobrovilne obiednannia terytorialnykh hromad: Zakon Ukrainy vid 05.02.2015 № 157-VIII [On Voluntary Association of Territorial Communities. Law of Ukraine No. № 157-VIII of 05.02.2015]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157> (accessed: 17.06.2020).
3. Pro spivrobitnytstvo terytorialnykh hromad: Zakon Ukrainy vid 17.06.2014 № 1508-VII [On cooperation of territorial communities. Law of Ukraine No. 1508-VII of 17.06.2014]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508> (accessed: 18.06.2020).
4. Yevropeiska khartiia mistsevoho samovriaduvannia vid 15.10.1985 [European Charter of Local Self-Government of 15.10.1985]. Available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_036 (accessed: 18.06.2020).
5. Hroisman, V.B. (2015). Dosvid detsentralizatsii u krainakh Yevropy [Experience of decentralization in European countries]. K.: In-t zakonodavstva Verkhovnoi Rady Ukrainy, 766 p.
6. Lytvyn, V.M. (2010). Akty yevropeiskoho prava z pytan rehionalnoi polityky ta mistsevoho samovriaduvannia [Acts of European law on regional policy and local self-government]. K.: Parlament. vyd-vo, 788 p.
7. Plushch, R.M. (2016). Mistseve samovriaduvannia v umovakh detsentralizatsii vlady v Ukraini [Local self-government in the conditions of decentralization of power in Ukraine]. Kyiv : Ridna mova, 744 p.

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ РЕФОРМ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕННЯ

Мир вступив в епоху глобального соціально-економічного кризису, которого по масштабам, глубине и продолжительности не было после Великой депрессии. Пандемия как внешний шок парализовала экономику ведущих стран, способствовала их добровольной самоизоляции. В современных кризисных условиях, когда закрываются границы, разорваны хозяйственные связи, отсутствует регулярное сообщение на международном, региональном и национальном уровнях, закономерно возрастает роль местных органов власти и их ответственность за решение проблем самоуправления. Кризис становится катализатором процессов децентрализации и трансформации деятельности местных органов власти. Собственно, эти факторы и обуславливают актуальность выбранной темы, необходимость исследования мировой практики децентрализации и осуществления типологизации муниципальных реформ. Использование методов историко-логического и структурно-факторного анализа позволило идентифицировать организационные, финансовые, функционально-процедурные реформы органов местной власти и корректировки количества территориальных общин.

Ключевые слова: местное самоуправление, типологизация муниципальных реформ, европейская практика децентрализации, территориальные общины, местная автономия.

TYPOLOGIZATION OF LOCAL GOVERNMENT REFORMS

The methodological and theoretical basis of the study was formed by the fundamental provisions of the European Charter of Local Self-Government in 1985 and the laws of Ukraine – “On Cooperation of Territorial Communities” in 2014, “On Voluntary Association of Territorial Communities” in 2015 and “On Local Self-Government in Ukraine” in 2018. Among the topical issues of decentralization and the main directions of transformational changes are the following: competencies, rights and responsibilities of local governments; taxes and estimates, local finances; economic measures; social infrastructure; utilities; education and medicine; activity of judicial and notarial institutions; work of local administration; local periodicals, statistics and insurance; functioning of mail and ways of communication. In Ukraine, which has chosen the European vector of development, it is also important to define common state standards to which Ukrainian legislation must be brought in order to comply with EU law. It is necessary to comply with the requirements for the level of professional competence of persons. The issues of holding a competition, decent wages, bonuses and material incentives remain fundamentally important.

The world has entered an era of global socio-economic crisis, which in scale, depth and duration was not after the Great Depression. The pandemic, as an external shock, paralyzed the economies of the leading states, contributed to their voluntary self-isolation. In the current crisis, when borders are closed, economic ties are severed, there is no regular communication at the international, regional and national levels, the role of local authorities and their responsibility for solving self-government problems is naturally growing. The crisis is becoming a catalyst for the processes of decentralization and transformation of local government. In fact, these factors determine the relevance of the chosen topic, the need to study the world practice of decentralization and the implementation of the typology of municipal reforms. The use of methods of historical-logical and structural-factor analysis allowed to identify organizational, financial, functional-procedural reforms of local authorities and to adjust the number of territorial communities.

Key words: local self-government, typology of municipal reforms, European practice of decentralization, territorial communities, local autonomy.

Лісовська Л.С.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»

Lisovska Lidiya

Lviv Polytechnic National University

ВИДИ ТА ФОРМИ ПРОЯВУ ВЗАЄМОДІЙ У ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

У статті досліджено проблему термінологічного обґрунтування системи взаємодії у інноваційних процесах через визначення категорій «система», «зв'язки», «взаємодія», «економічна взаємодія», «взаємодія у інноваційних процесах». Доведено, що взаємодія як наукова категорія є предметом досліджень різних галузей. Диференціація розуміння взаємодії пов'язана зі специфікою відносин, процесів та явищ, які вона описує, та складом її учасників. Автор сформулювала групування видів взаємодій за певними ознаками, що дає змогу визначити місце та значення економічних взаємодій у національній економіці. Виокремлено особливу роль споріднених форм взаємодій, які розташовані на перетині кількох ознак. За результатами проведених досліджень автор надає власне трактування поняття «взаємодія у інноваційних процесах» та актуалізує її сучасні форми прояву у відкритих моделях інноваційного процесу.

Ключові слова: взаємодія, інноваційний процес, системи взаємодії, економічна взаємодія, взаємодія у інноваційних процесах.

Постановка проблеми. Для реалізації завдань інноваційного розвитку та здійснення етапів інноваційного процесу формується система взаємодій. Багато науковців та практиків у своїй діяльності доходять висновку, що поняття інновацій все частіше пов'язують не тільки з науково-технічною діяльністю чи з етапами освоєння виробництва, а й із процесом налагодження різних форм та методів взаємодії між працівниками, організаціями та навколишнім середовищем бізнес-діяльності. Показники ефективності формування систем взаємодії визначають рівень показників ефективності інноваційної активності регіону, країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сутності поняття «взаємодія» можна зустріти у різних галузях науки, оскільки вона визнається явищем, яке виникає у різних системах, між різними об'єктами та суб'єктами, має складну побудову, власні принципи формування, які можуть набувати різних значень у різних середовищах.

Взаємодією називають і як статичний стан, і як динамічний взаємний зв'язок між предметами, погоджені дії між об'єктами та суб'єктами. Взаємодія означає «перебуваючи у зв'язку, взаємно проявляти дію, або погоджено взаємно діяти, бути у взаємодії» [1, с. 125]. О.О. Кваша (2012) стверджує, що у будь-якій системі взаємодія виступає як таке відношення, в якому причина і наслідок постійно міняються місцями. Точний вияв факторів, які становлять причину у формі взаємодії зовнішнього з внутрішнім, дає можливість виокремити причинний зв'язок таким чином, що виявляється трансформація причини і наслідку [2, с. 36].

К.Ю. Тушко (2017) виокремлює визначення широкого та вузького змістів поняття «взаємодія». Широкий розумінням поняття «взаємодії» є розуміння його як особливого типу зв'язку, що передбачає взаємні впливи на сторони та спровоковані ними зміни. Вузьким змістом поняття «взаємодія» є обмін інформацією, іншими словами – спілкування. Таку взаємодію назвали суб'єкт-суб'єктною [3, с. 207].

А.В. Ортина (2019) досліджує взаємодією економічних суб'єктів у реальному секторі економіки, під якою розуміє узгоджені дії економічних суб'єктів з досягнення цілей сталого розвитку, а також взаємний вплив їхніх дій на досягнення своїх цілей, задоволення інтересів [4, с. 140]. В.М. Гесць (2015) називає взаємодію ринку та держави механізмом, який забезпечує узгоджене існування всього різноманіття людської діяльності та її продуктів [5, с. 2].

У досліджених наукових працях виділено велику кількість видів взаємодій, які розглядаються у різних площинах відносин суспільного життя. Визначаючи пріоритет явища взаємодії у процесах економічного та інноваційного розвитку, бачимо, що залишаються малодослідженими питання визначення місця і значення видів взаємодії у системі суспільних відносин.

Формулювання цілей статті. Метою статті є вивчення поняття взаємодії у різних галузях науки та пізнання навколишнього світу, побудова класифікації видів взаємодій, обґрунтування поняття взаємодії у інноваційних процесах та визначення його місця у розробленій класифікації.

Виклад основного матеріалу. Понятійну основу методологічного базису системи взаємодії у інноваційних процесах утворюють категорії «система», «зв'язки», «взаємодія», «економічна взаємодія», «взаємодія у інноваційних процесах».

В енциклопедичних виданнях системою називають «сукупність яких-небудь елементів, одиниць, частин, об'єднаних за спільною ознакою, призначенням; будова, структура, що становить єдність закономірно розташованих та функціонуючих частин; сукупність способів, методів, прийомів здійснення чого-небудь» [1, с. 1321].

Можна виділити два концептуальні підходи до розуміння «системи»: сукупність елементів (об'єктів); структура, яка визначається кількістю та видом зв'язків між елементами.

У теорії інноватики системи використовують для позначення як статичних об'єктів та явищ, так і для позначення динамічних процесів зміни явищ та об'єктів: сукупності різних інструментів та важелів управлінського впливу на об'єкти інноваційного процесу, форми організування інноваційного процесу, порядку взаємовідносин між елементами механізму реалізації інноваційного процесу загалом.

Зв'язки як елементи «системи» існують, якщо вони впливають на пове-дінку елементів. Зв'язки бувають різноманітних видів, зокрема на рис. 1 наведено їх групування за суттєвими ознаками.

Взаємодії властива стану динамічних змін, взаємної активності об'єктів, тоді як взаємозв'язок може мати місце між об'єктами, що знаходяться в стані спокою, рівноваги, стабільності. Системний підхід потрібно застосувати і до розгляду поняття взаємодії.

Причому взаємодія може відбуватися і з незначимими суб'єктами. У процесі здійснення взаємодії суб'єкти можуть здійснювати вплив один на іншого та відповідно взаємно змінювати соціально-психологічні стани, цінності, інтереси, наміри, цілі діяльності.

Взаємодія у суспільстві існує у різних проявах та різних сферах суспільного життя. Диференціація розуміння взаємодії пов'язана з специфікою відносин, процесів та явищ, які вона описує, та складом її учасників. Види взаємодій можна поділити за певними ознаками (рис. 2). Ця класифікація в основі має дихотомічний

поділ видів взаємодій та дозволить визначити місце та особливості взаємодії у інноваційних процесах.

Взаємодія може бути здійснена у таких взаємопротилежних проявах, як (рис. 2): співробітництво, що передбачає такі дії, які сприяють суб'єкту або групі суб'єктів у спільній діяльності; суперництво, що включає дії, які перешкоджають спільній діяльності та порозумінню.

За кількісним аспектом, тобто кількістю суб'єктів, які беруть участь у взаємодії, розрізняють взаємодію між групами, між особистістю та групою, між двома особистостями.

За моделлю реалізування взаємодії виділяють такі взаємодії: спільно-індивідуальна (учасник виконує свою частину спільної роботи незалежно); спільно-послідовна (спільну роботу послідовно виконують всі учасники); спільно-взаємопов'язана (одночасна взаємодія між усіма учасниками).

Взаємодія може здійснюватися з різною періодичністю в часі: один раз (одноразова), багато разів, тобто більше одного разу (багаторазова), або час від часу у зв'язку із виникненням певних чинників (періодична).

Вивчають явища навколишнього світу в живій та неживій природі, що є елементами систем взаємодій у таких природничих науках як: фізико-технічні і математичні (математика, інформатика, механіка, фізика і астрономія); хімічні і біологічні науки (хімія, біологія, екологія); науки про землю (геологія, географія, геофізика); аграрні науки (грунтознавство, рослинництво, зоотехнія, ветеринарна медицина); медичні науки (медицина).

У системі взаємодій особливе місце надається процесам взаємодії суб'єктів з природою. О. Молчанюк (2019) виділяє систему взаємодій «людина-природа», яку варто розглядати з позиції суб'єктивації природи й налагодження міжсуб'єктних відносин, а суть взаємодії людини з природою потрібно розглядати через синергетичний підхід [8, с. 101]. Автор виділяє три основні типи взаємодії: узгоджена; неузгоджена; стихійна.

В.М. Сурженко, А.А. Бессараб (2019) розглядають процес взаємодії людини та природи як складний діалектичний конфліктний процес, в якому системи доповнюють один одного і існують одна з одною [9, с. 3].

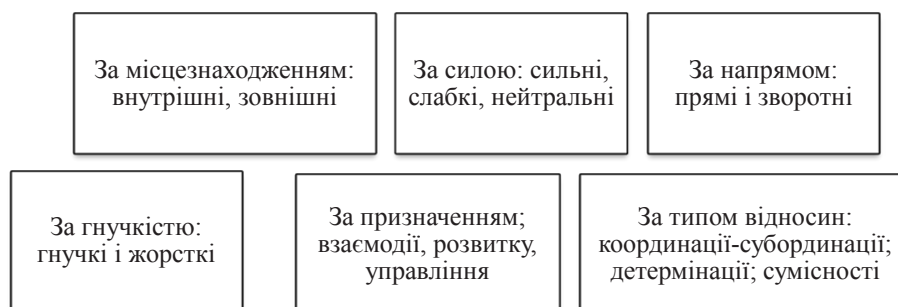


Рис. 1. Види зв'язків у системах

Джерело: складено на основі [6, с. 11]

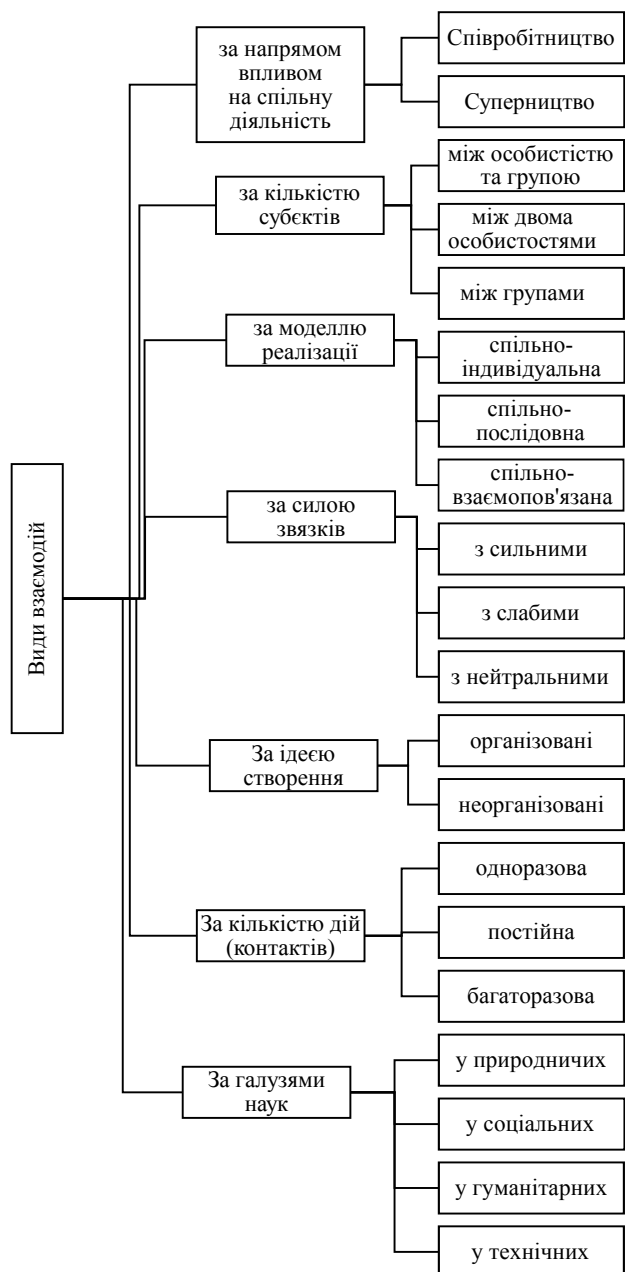


Рис. 2. Види взаємодій

Джерело: складено на підставі [7, с. 44]

Фундаментальні взаємодії у фізико-технічних і математичних науках розглядаються як взаємодії між елементарними частинками та тілами і поділяються на гравітаційні, електромагнітні, сильні та слабкі. У процесі механічних взаємодій обмін енергією відбувається не тільки на фоні дії гравітаційних сил, але і за участі пов'язаних із ними сил взаємодії матеріальних мас біологічних та оточуючих їх багаточисельних об'єктів середовища [10, с. 29].

Категорія взаємодії має методологічне значення для психологічної науки. Будь-яке психічне явище може бути зрозуміле лише в зв'язку з його матеріальною об'єктивною основою, у взаємодії з іншими явищами [11, с. 43].

Згідно досліджень у психології, взаємодія є відносною, матеріальною, супроводжується передачею матерії, руху й інформації.

У соціальних науках досліджують взаємодію у соціології, економіці, політології через дослідження соціальних систем.

Шапар (2007) під соціальною взаємодією розуміє процеси впливу різних суб'єктів один на одного, їхній взаємозв'язок, взаємозумовленість, взаємний обмін та ін. та розрізняє п'ять рівнів настанов на взаємодію: домінування, маніпуляція, суперництво, партнерство, співдружність [12, с. 46].

Н.А. Дильдіна (2016) стверджує, що соціальна взаємодія реалізується за допомогою взаємного обміну інформацією, емоціями, досвідом, переосмислення власних дій, принципів [13, с. 41].

М.Ю. Максименюк, В.О. Нікітенко (2016) досліджують соціальну взаємодію, що розгортається в суспільстві як складній соціальній системі, породжує мережу соціальних відносин, організовану (гомеостаз) і інтегровану (рівновага) [14, с. 268]. І.Л. Холковська (2016) у своїх дослідженнях вивчає поняття соціальної компетентності як фактору налагодження соціальної взаємодії, від підвищення її рівня залежить здатність людини сприймати й обробляти певні обсяги інформації з метою побудови конструктивних соціальних стосунків [15, с. 67].

О.А. Єрмакова (2016) систему інститутів, відносин та норм, які формують якісно та кількісно соціальну взаємодію, називає соціальним капіталом. На думку автора, нагромадження соціального капіталу проявляється в зростанні соціальної взаємодії у суспільстві та зумовлено взаємодією двох складових: людського капіталу та інституційного середовища [16, с. 89].

Підхід до розуміння взаємодії у правничих науках базується на базових положеннях функцій та завдань законодавчого регулювання діяльності та існування у громадянському суспільстві різних суб'єктів, їх зв'язків і контактів у різних проявах та рівнях.

Правові взаємодії виникають у результаті співіснування держави та членів суспільства. Внаслідок такої взаємодії відбувається взаємопроникнення держави і громадянського суспільства [17, с. 65].

Взаємодія у економічних системах або економічна взаємодія виникає та існує між тими елементами, які забезпечують процеси відтворення матеріальних благ (виробництва, обміну та споживання) економічного продукту та беруть участь у суспільних виробничих відносинах.

Економічна взаємодія виникає елементами господарського механізму країни, регіону, підприємства, між економічними суб'єктами ринку (їхніми цілями та завданнями діяльності). Економічна взаємодія здійснюється на ринку і між ринками товарів, технологій, капіталу, внаслідок яких відбувається економічний розвиток, виникають і функціонують економічні закони.

У гуманітарних науках вивчають взаємодію у таких сферах, як мова, література, музика, філософія, виконавські види мистецтва, релігія й образотворче мистецтво. Гумані-

тарні науки досліджують особистість та створені нею продукти. У гуманітарних науках взаємодія досліджується на рівні суб'єктів та налагодження відносин між суб'єктами. Інструментами такого налагодження є діалог, спілкування.

Пріоритет у визначенні поняття взаємодії належить, безумовно, філо-софії, яка визнає її «філософська категорія, яка відображає особливий тип відношення між об'єктами, за якого кожний з об'єктів діє (впливає) на інші об'єкти, приводячи до їх зміни, і водночас зазнає дії (впливу) з боку кожного з цих об'єктів, що, в свою чергу, зумовлює зміну його стану» [18, с. 77]. Також стверджується, що взаємодію людина здійснює і використовує як засіб пізнання, знаряддя дії, спосіб організації буття. Як способи взаємодії філософія розглядає спілкування, праця, володарювання, любов, гру.

У технічних науках досліджують закономірності розвитку техніки та її використання у різних сферах життя суспільства та вивчають системи взаємодії елементів у технічних системах (машини, апарати, прилади, комплекси). Виділяють взаємодію елементів у електротехніці, радіотехніці, біотехнологіях, будівництві тощо. Ю.Т. Савченко (2017) констатує значне розширення об'єктного складу технічних систем, зростання ролі складних та суперскладних технічних систем одночасно із набуттям ними нових властивостей [19, с. 50].

Узагальнюючи загальну класифікацію видів взаємодій, доцільно за-уважити, що у сучасному світі вони існують і мають місце їх споріднені форми на перетині кількох ознак. Наприклад, існує соціально-економічна взаємодія «як процес взаємозв'язаних дій між заінтересованими сторонами, що спрямований на розв'язання протиріч, які виникають при цьому, та сприяє досягненню цілей кожної сторони (збереження і відтворення екосистеми, сталий розвиток підприємства, задоволення потреб споживачів, підвищення якості життя регіональної громади тощо)» [20, с. 290].

Взаємодія у інноваційних процесах належить до об'єктів дослідження соціальних наук, до підвиду економічної взаємодії. Проте чіткого розмежування проводити недоцільно. Адже взаємодія у інноваціях передбачає налагодження відносин між окремими суб'єктами або групами суб'єктів, кожен з яких може бути охарактеризований як відокремлений учасник зі своїми цінностями, менталітетом, потребами, культурою спілкування та здатністю до відкритості, та можливостями працювати у команді інших учасників. Окрім того, реалізація інноваційної діяльності потребує вивчення зв'язків у

системі «людина-техніка», що потребує додаткового дослідження технічних та природничих науках.

«Взаємодія з питань інновацій», на нашу думку, – це сукупність відносин суб'єктів інноваційної діяльності спільного виконання робіт щодо створення, освоєння, використання та поширення інновацій, спрямованих на підвищення продуктивності реалізації нових ідей інноваційного процесу.

Протікання взаємодії супроводжується зміною стану етапів інноваційного процесу у просторі і часі, через постійне узгодження умов та форм співпраці і частки кожного учасника у ресурсному забезпеченні діяльності та очікуваних економічних результатах від впровадження протягом життєвого циклу інновацій.

Сутність взаємодії проявляється у тому, що суб'єкти погоджено взаємно діють у процесах управління інноваційною діяльністю, індивідуальний результат кожного з них впливає на поведінку іншого учасника зокрема та інноваційного процесу загалом. Такі активні відносини змінюють динамічний результат інновацій, утворюють єдине ціле, взаємодіють між собою та із зовнішнім середовищем.

Формування та розвиток систем взаємодії у інноваційних процесах здійснюється у площині механізму інноваційної інфраструктури. Ефективність взаємодії у інноваційних процесах визначається, насамперед, взаємо-відносинами усіх суб'єктів інноваційної системи – науково-дослідних інститутів, університетів, підприємств, органів влади, фінансових установ, консалтингових фірм та ін. Ці відносини забезпечують не тільки вирішення певних питань, а й формують відповідне культурне середовище, без якого неможлива побудова ефективної регіональної інноваційної системи.

Висновки. Дослідження категорії взаємодії та побудова загальної класифікації видів взаємодій дає змогу обґрунтувати різні об'єкти, учасників та способи налагодження відносин у різних сферах наукового пізнання. Побудована класифікація базується на вивченні базових термінів теорії інноватики: системи та зв'язків.

Системи взаємодій у інноваційних процесах віднесено до соціальних видів економічної взаємодії. Проте складність процесів виконання інновацій через присутність людського чиннику та впливу технічних систем вказують та міждисциплінарність цього виду взаємодії.

Подальшого дослідження потребують види систем взаємодії в інноваційних процесах: кластери, мережі, платформи та інше.

Список літератури:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад і голов. ред. В.Т. Бусел. К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
2. Кваша О.О. Зміст і значення понять «взаємодія» та «система» у філософських і правових досліджень / О.О. Кваша. Держава і право. 2012. Вип. 56. С. 32–38.
3. Тушко К.Ю. До проблеми аналізу соціально-філософських та психологічних основ теорії взаємодії. //Духовність особистості: методологія, теорія і практика. № 5. 2018. С. 205–213.
4. Ортіна Г.В. (2019). Конструктивна взаємодія бізнесу та структур державної влади як основа функціонування реального сектору економіки. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки). № 1(39). 2019. С. 138–145.

5. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін. ; НАН України. К., 2015, 336 с.
6. Мина В.В., Коцан-Олинець Ю.Я., Тополевський Р.Б. (2016). Системні зв'язки системи права. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Юриспруденція. № 20. 2016. С. 8–11.
7. Євтушенко Н.О. Компаративний аналіз поняття консалтингова взаємодія. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. (1). 2017. С. 42–50.
8. Молчанюк О.В. Гармонійна взаємодія людини та природи як основа виховання в особистості ціннісного ставлення до природи. Духовність особистості: методологія, теорія і практика. 1(88). 2019. С. 98–113.
9. Сурженко В.М., Бессараб А.А. Соціально-екологічні проблеми: сучасні особливості взаємодії суспільства і природи. Дніпро: СПД "Охотник", 2019. Режим доступу: ea.donntu.edu.ua
10. Лопатєв А.О., Власов А.П., Демічковський А.П. Енергоінформаційні та гравітаційні взаємодії у функціонуванні системи «стрілець–зброя–мішень». *Актуальні проблеми фізкультурної освіти*. (12). 2017. С. 26–33.
11. Бродовська В.Й., Грушевський В.О., Патрик І.П. Тлумачний російсько-український словник психологічних термінів: Словник. К.: ВД «Професіонал», 2007. 512 с. С. 43.
12. Шапар В.Б. Ш23 Сучасний тлумачний психологічний словник. Х.: Прапор, 2007. 640 с. С. 46. URL: <https://ia802804.us.archive.org/34/items/psycholoh2007/psycholoh2007.pdf> (дата звернення: 23.05.2020).
13. Дильдіна Н.А. (2016). Теоретические аспекты социального взаимодействия. Современные технологии и инновации в педагогической системе образования: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции 25 января 2016 г. Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука», 2016. 72 с.
14. Максименюк М.Ю., Нікітенко В.О. Формування парадигми інформаційно-комунікативного суспільства як різновиду складної соціальної системи і взаємодії. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. (66). 2016. С. 266–278.
15. Холковська І.Л. Соціальна компетентність як умова успішної самореалізації особистості. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Педагогіка і психологія*. (47). 2016. С. 63–67.
16. Єрмакова О.А. Соціальний капітал як важливий фактор економічного розвитку України та її регіонів. *Вісник Національного університету Львівська політехніка. Проблеми економіки та управління*. (847). 2016. С. 88–96.
17. Вінник О., Кравець І. Господарські системи в умовах громадянського суспільства і правової держави: правові аспекти взаємодії. *Підприємництво, господарство і право*. (11). 2016. С. 62–67.
18. Філософський енциклопедичний словник за ред В.І. Шинкарука. Інститут філософії ім. Г.С. Сковороди НАНУ, Київ: Абрис, 2002. 751 с. 77 с. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_entsyklopedychnyi_slovyk.pdf (дата звернення: 29.02.2020).
19. Савченко Ю.Т. Технічні системи: сучасний аспект та характерні риси з погляду управління ланцюгами поставок. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 27(2). 2017. С. 47–55.
20. Тимошук М.Р. Теоретико-прикладні засади соціально-економічної взаємодії підприємств / М.Р. Тимошук, Р.В. Фещур, Н.Р. Яворська. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. 2016. Випуск 1(47). С. 285–292.

References:

1. Velykyi tлумachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy / Uklad i holov. red. V.T. Busel [Large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language]. Kuiv, Irpin: VTF «Perun», 2005. 1728 p. (in Ukrainian)
2. Kvasha O.O. Zmist i znachennia poniat «vzaiemodii» ta «systema» u filosofskykh i pravovykh doslidzhen [The meaning and significance of the concepts of «interaction» and «system» in philosophical and legal]. *State and law*, 2012, 56, p. 32–38. (in Ukrainian)
3. Tushko K.Yu. Do problemy analizu sotsialno-filosofskykh ta psykholohichnykh osnov teorii vzaiemodii [To the problem of analysis of socio-philosophical and psychological bases of the theory of interaction]. *Spirituality of personality: methodology, theory and practice*, № 5, 2018, pp. 205–213.
4. Ortyna, A.V. (2019). Konstruktyvna vzajemodija biznesu ta struktur derzhavnoji vlady jak osnova funkcionuvannja realnogho sektoru ekonomiky [Constructive interaction of business and public authorities as a basis for the functioning of the real sector of the economy]. *Collection of scientific works of Tavriya State Agrotechnological University named after Dmitry Motorny (economic sciences)*, № 1(39), 138–145. (in Ukrainian)
5. Innovatsiina Ukraina 2020 : natsionalna dopovid / za zah. red.V.M. Heitsia ta in. [Innovative Ukraine 2020: national report / for general. red.V.M. Heitz and others]. NAS of Ukraine. K., 2015, 336 p. (in Ukrainian)
6. Myna V.V., Kotsan-Olynets Yu. Ya., Topolevskiy R.B. (2016). Systemni zviazky systemy prava [System connections of the legal system], *Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Jurisprudence*, № 20, 2016, p. 8–11. (in Ukrainian)
7. Jevtushenko N.O. (2017). Komparatyvnyj analiz ponjattja konsaltinghova vzajemodija [Comparative analysis of the concept of consulting interaction. *Economy*]. *Management. Business*, (1), 42–50. (in Ukrainian)
8. Molchaniuk O.V. Harmoniina vzaiemodii liudyny ta pryrody yak osnova vykhovannia v osobystosti tsinnisnoho stavlennia do pryrody [Harmonious interaction of man and nature as the basis of education in the individual values of nature]. *Spirituality of the individual: methodology, theory and practice*, 1(88), 2019, p. 98–113. (in Ukrainian)

9. Surzhenko V.M., Bessarab A.A. Sotsialno-ekolohichni problemy: suchasni osoblyvosti vzaiemodii suspilstva i pryrody [Socio-ecological problems: modern features of interaction between society and nature]. Dnipro: SPD «Hunter», 2019. (in Ukrainian)
10. Lopatiev A.O., Vlasov A.P., Demichkovskiy A.P. (2017). Enerhoinformatsiini ta hравitatsiini vzaiemodii u funktsionuvanni systemy «strilets-zbroia-mishen» [Energy information and gravitational interactions in the functioning of the system «shooter-weapon-target»]. Actual problems of physical education, (12), 2017, p. 26–33. (in Ukrainian)
11. Brodovska V. Y., Hrushevskiy V. O., Patryk I. P. Tlumachnyi rosiisko-ukrainskyi slovnyk psykholohichnykh terminiv: Slovnyk [Explanatory Russian-Ukrainian dictionary of psychological terms: Dictionary]. Kuiv: VD «Professional», 2007. 512 p. P. 43. (in Ukrainian)
12. Shapir V.B. Suchasnyi tlumachnyi psykholohichnyi slovnyk [Modern explanatory psychological dictionary]. Xarkiv: Prapor, 2007, 640 s. Available at: <https://ia802804.us.archive.org/34/items/psyxoloh2007/psyxoloh2007.pdf> (accessed: 23.05.2020). (in Ukrainian)
13. Dyldyna N.A. Teoretycheskye aspekty sotsyalnoho vzaymodeistviya [Theoretical aspects of social interaction]. Modern technologies and innovations in the pedagogical system of education: a collection of scientific papers on the materials of the I International scientific-practical conference January 25, 2016. Nizhny Novgorod: NOO «Professional Science», 2016. 72 p. (in Russian)
14. Maksymeniuk M.Yu., Nikitenko V.O. Formuvannia paradyhmy informatsiino-komunikatyvnoho suspilstva yak riznovydu skladnoi sotsialnoi systemy i vzaiemodii [Formation of the paradigm of information and communication society as a kind of complex social system and interaction]. Humanitarian Bulletin of the Zaporizhia State Engineering Academy, (66), 2016, p. 266–278. (in Ukrainian)
15. Kholkovska I.L. Sotsialna kompetentnist yak umova uspishnoi samorealizatsii osobystosti [Social competence as a condition for successful self-realization of the individual]. Scientific notes of Vinnytsia State Pedagogical University named after Mykhailo Kotsyubynsky, Series: Pedagogy and Psychology, (47), 2016, p. 63–67. (in Ukrainian)
16. Yermakova O.A. Sotsialnyi kapital yak vazhlyvyi faktor ekonomichnoho rozvytku Ukrainy ta yii rehioniv [Social capital as an important factor in the economic development of Ukraine and its regions]. Bulletin of the National University of Lviv Polytechnic. Problems of Economics and Management, (847), 2016, p. 88–96. (in Ukrainian)
17. Vinnyk O., Kravets I. Hospodarski systemy v umovakh hromadianskoho suspilstva i pravovoї derzhavy: pravovi aspekty vzaiemodii [Economic systems in the conditions of civil society and the rule of law: legal aspects of interaction], Entrepreneurship, Economy and Law, (11), 2016, p. 62–67. (in Ukrainian)
18. Filosofskyi entsyklopedychnyi slovnyk za red V.I. Shynkaruka [Philosophical encyclopedic dictionary edited by VI Shynkaruk], Institute of Philosophy. G.S. Frying pans of NASU. Kyiv: Abris, 2002. 751 p. Available at: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_entsyklopedychnyi_slovnyk.pdf (: 29.02.2020).
19. Savchenko Yu.T. Tekhnichni systemy: suchasnyi aspekt ta kharakterni rysy z pohliadu upravlinnia lantsiuhamy postavok [Technical systems: modern aspect and characteristics in terms of supply chain management]. Scientific Bulletin of the International Humanities University. Series: Economics and Management, 27(2), 2017, p. 47–55. (in Ukrainian)
20. Tymoshchuk M.R. Feshchur R.V., Yavorska N.R. Teoretyko-prykladni zasady sotsialno-ekonomichnoi vzaiemodii pidpriemstv [Theoretical and applied principles of socio-economic interaction of enterprises]. Scientific Bulletin of Uzhgorod University. Series: Economics, 2016, issue 1(47), p. 285–292. (in Ukrainian)

ВИДЫ И ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ В ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ

В статье исследована проблема терминологического обоснования системы взаимодействия в инновационных процессах через определение категорий «система», «связи», «взаимодействие», «экономическое взаимодействие», «взаимодействие в инновационных процессах». Доказано, что взаимодействие как научная категория является предметом исследований различных отраслей. Дифференциация понимания взаимодействия связана со спецификой отношений, процессов и явлений, которые она описывает, и составом ее участников. Автор сформировала группировки видов взаимодействий по определенным признакам, что позволяет определить место и значение экономических взаимодействий в национальной экономике. Выделена особая роль родственных форм взаимодействий, которые расположены на пересечении нескольких признаков. По результатам проведенных исследований автор дает собственную трактовку понятия «взаимодействие в инновационных процессах» и актуализирует ее современные формы проявления в открытых моделях инновационного процесса.

Ключевые слова: взаимодействие, инновационный процесс, системы взаимодействия, экономическое взаимодействие, взаимодействие в инновационных процессах.

TYPES AND FORMS OF INTERACTION IN INNOVATION PROCESSES

To implement the tasks of innovative development and implementation of stages of the innovation process, a system of interactions was formed. Many scientists and practitioners in their work come to the conclusion that the concept of innovation is increasingly associated not only with scientific and technical activities or with the stages of development of production, but also with the process of establishing various forms and methods of interaction between workers, organizations and the environment business activities. The topic of the article is devoted to the study of the concept and classification of types of interaction in scientific research. The study is based on the study of the categories «system», «communication», «interaction» as elements of the terminological basis of interaction systems in innovation processes. Was proved that interaction as a scientific category is the subject of research in various fields. Differentiation of understanding of interaction is related to the specifics of relationships, processes and phenomena that it describes, and the composition of its participants. The authors formed a grouping of types of interactions on certain grounds, in particular, described the types of interactions by science, number of contacts, implementation tasks, strength of connections, areas of influence on joint activities, implementation model, number of participants. The developed classification allows to determine the place and importance of economic interactions in the national economy. In the social sciences, interaction in sociology, economics, and political science is studied through the study of social systems. The special role of related forms of interactions, which are located at the intersection of several features, is highlighted. Based on the results of the conducted research, the author presented his own interpretation of the concept of «interaction in innovation processes» and actualizes its modern forms of manifestation in open models of the innovation process. The essence of interaction is manifested in the fact that the subjects interact in concert in the management of innovation, the individual result of each of them affects the behavior of the other participant in particular and the innovation process in general. Such active relationships change the dynamic result of innovations, form a single whole, interact with each other and with the external environment.

Key words: interaction, innovation process, interaction systems, economic interaction, interaction in innovation processes.

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-4-10>

УДК 658:339

Максимова О.С.

кандидат економічних наук, доцент,
Криворізький національний університет

Максимов С.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Криворізький національний університет

Maksymova Olena, Maksymov Sergey

Kyryvi Rih National University

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СИСТЕМІ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

У статті проаналізовано ринок пасажирських перевезень в Україні та окремих регіонах. У процесі дослідження було проведено аналіз обсягів перевезених пасажирів за видами сполучення окремими видами транспорту та визначено обсяги перевезення автомобільним транспортом в окремих областях країни. Проаналізовано обсяги перевезених пасажирів автомобільним транспортом у міському, приміському, міжміському та міжнародному сполученні. Розраховано кількість поїздок, середню відстань перевезення одного пасажирів за видами транспорту та пасажирооборот. За допомогою аналізу сучасних тенденцій розвитку ринку пасажирських перевезень на автомобільному транспорті виявлені проблеми ринку пасажирообороту та запропоновано заходи щодо підвищення ефективності функціонування ринку послуг із перевезення пасажирів.

Ключові слова: ринок пасажирських перевезень, види транспорту, сполучення, пасажирооборот, тарифи перевезення.

Постановка проблеми. Із розвитком сучасної економіки в Україні маркетинг усе більше поширюється як інструмент підвищення ефективності збутової

діяльності. Це потребує вивчення певних ринкових механізмів, принципів та методів вивчення формування попиту на певні товари та послуги.

Пасажи́рські перевезення є одним із учасників ринку маркетингових послуг. Однак транспортний маркетинг в нашій країні недостатньо розвинутий, в основному через недостатню кількість спеціалістів та несистемний підхід щодо його впровадження в систему управління підприємствами. Аналіз ринку пасажироперевезень дасть змогу визначити основні проблеми, пов'язані із наданням таких послуг, та визначити шляхи щодо їх вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями маркетингу на транспорті займалися такі науковці, як І.М. Аксьонов, В.Г. Галабурда, В.А. Гавриков, В.Г. Шинкаренко, М.Г. Шевченко та інші. Авторами вивчалися питання вантажо- та пасажироперевезення, проводилися дослідження транспортно-економічних зв'язків та розглядалися заходи щодо підвищення якості перевезень та сервісу транспортного обслуговування. У дослідженнях зазначається, що ринок транспортних послуг значно відрізняється від ринку товарних послуг, тому необхідно дослідити особливості надання кожної з транспортних послуг. Одним з важливих джерел інформації з метою обґрунтування маркетингових рішень є збір, обробка та аналіз накопичених даних. Це дасть змогу створити ефективну систему інформаційного забезпечення з метою прийняття ефективних управлінських рішень на всіх етапах маркетингового дослідження.

Формулювання цілей статті. Подальших досліджень потребує вивчення особливостей маркетингу

пасажи́рських перевезень в Україні. Основною метою дослідження є вивчення ринку пасажироперевезення, вивчення його тенденцій, проблем формування та перспектив розвитку.

Виклад основного матеріалу. Пасажи́рські перевезення задовольняють основну потребу людини у переміщенні та спілкуванні. Транспорт, який знаходиться у взаємодії з іншими галузями народного господарства, забезпечує високий рівень життя населення. Інтеграція України в європейські та світові ринки потребує реформування транспортного комплексу [7, с. 10–15].

Послуги пасажирських перевезень є частиною споживчих послуг населення та включає міські, приміські, міжміські та міжнародні перевезення. Кожен вид перевезень відрізняється різними обсягами, потребами та мотивацією поїздки [1, с. 11–12]. При цьому перевезення здійснюється залізничним, автомобільним, повітряним та водним видами транспорту. Класифікація пасажирського транспорту наведена на рис. 1.

З метою маркетингового дослідження пасажироперевезень в Україні, проведено дослідження загального обсягу перевезення пасажирів всіма видами транспорту за період 2000–2018 рр. (рис. 2) [6, с. 56].

За результатами аналізу можна зробити висновки, що з 2000 року до 2005 року чисельність перевезених пасажирів зросла на 49,6% та становила 8200 млн осіб. Починаючи з 2005 року чисельність перевезених пасажирів постійно зменшується на 45,28%, з 8200 млн осіб до 4487 млн осіб у 2018 році.

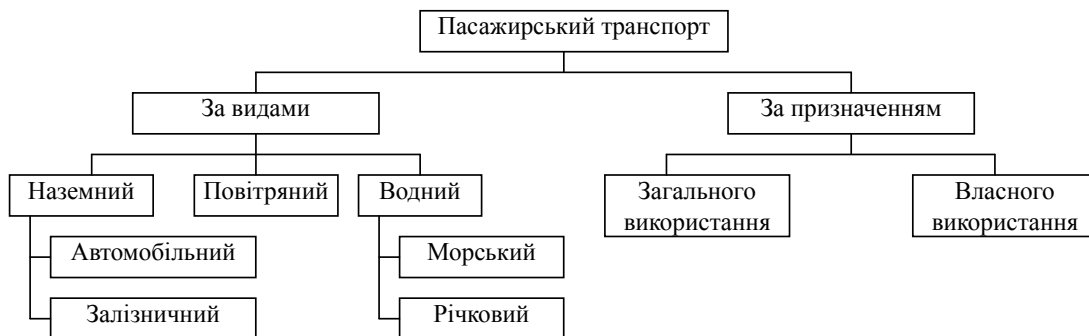


Рис. 1. Класифікація пасажирських перевезень

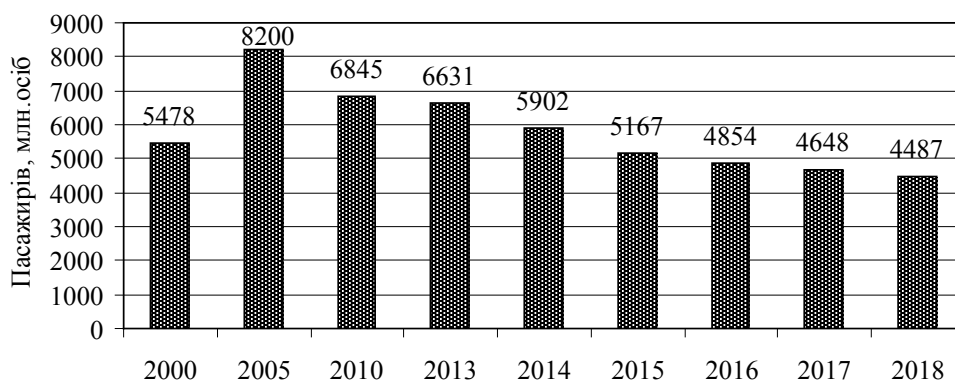


Рис. 2. Динаміка перевезень пасажирів усіма видами транспорту

Основними видами транспорту, якими здійснюються пасажирські перевезення, є: залізничний, автомобільний (автобуси), морський, річковий, авіаційний, тролейбуси, трамваї та метрополітен. Докладно загальну кількість перевезених пасажирів всіма видами транспорту наведено у табл. 1 [6, с. 56].

За даними, отриманими у таблиці, обсяги перевезених пасажирів за аналізований період 2000–2018 рр. залізничним транспортом зменшилися з 499 млн осіб до 158 млн осіб, або на 316,6%. При цьому найбільший спад спостерігався у 2017 році (2,4 раза), що викликано змінами обліку. Так, з 2010 року обсяг пасажирів визначався з урахуванням міських електричок, а з 2017 року було змінено порядок перевезень пасажирів у приміському сполученні з урахуванням пільг на безкоштовний проїзд [4].

Під час дослідження обсягів перевезених пасажирів морським транспортом було визначено, що починаючи з 2014 року роботи не виконувались. При цьому скоротилися обсяги перевезень і річковим транспортом з 9 млн осіб у 2013 році до 1 млн осіб у наступний період 2018–2018 рр. Це викликано анексією Криму та конфліктом на Сході країни.

Під час дослідження чисельності перевезених пасажирів автомобільним транспортом (автобусами), включаючи фізичних та юридичних осіб суб'єктами малого бізнесу, нами було визначено, що за період 2000–2010 рр. кількість перевезених пасажирів зросла з 2557 млн осіб до 3726 млн осіб (+45,7%), а починаючи з 2010 року обсяг перевезених пасажирів зменшився на 48,8% та у звітному 2018 році становить 1907 млн осіб.

Обсяг перевезених пасажирів тролейбусами за аналізований період зменшився у 2,5 раза з 2582 млн осіб у 2000 році до 1016 млн осіб у 2018 році. Та ж ситуація визначена і з перевезеннями трамваями, де за той же період обсяг перевезень зменшився з 1381 млн осіб до 666 млн осіб, або у 2 рази.

Перевезення метрополітеном залишило майже незмінним, коливання за весь період було в межах від 698 млн осіб до 887 млн осіб.

Структура пасажирських перевезень всіма видами транспорту наведена у табл. 2.

За отриманими результатами можна сказати, що й структурі перевезень було визначено певні зміни за аналізований період. У 2000 році провідні місця у структурі перевезень належить автомобільному транспорту, зокрема автобусам (32,87%), тролейбусам (33,19%), трамваям (17,75%) метрополітену; залізничний, морський, річковий та авіаційний транспорт у структурі займають менше 10%. У 2018 році провідне місце у структурі займає автомобільний транспорт (автобуси) – 42,5%, тролейбуси – 22,64%, метрополітен (16,2%), трамваї (14,84%), а інші види транспорту займають у структурі менше 5%.

Як нами було визначено, найбільша кількість пасажирів була перевезена автомобільним транспортом. Тому більш детальне дослідження за областями країни наведено у табл. 3 [6, с. 59].

За отриманими результатами можна зробити висновки, що найбільша кількість перевезених пасажирів автомобільним транспортом у Київській області –

Таблиця 1

Перевезено пасажирів всіма видами транспорту, млн осіб

Види транспорту	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Залізничний	499	445	427	425	389	390	389	165	158
Морський	4	11	7	7	0	0	0	0	0
Річковий	2	2	1	9	1	1	1	1	1
Авіаційний	1	4	6	8	6	6	8	10	12
Автомобільний (автобуси)	2557	3837	3726	3344	2913	2250	2025	2019	1907
Тролейбуси	2582	1903	1204	1306	1097	1081	1039	1058	1016
Трамвай	1381	1111	714	757	770	739	694	676	666
Метрополітен	754	887	760	775	726	700	698	719	727
Всього	5478	8200	6845	6631	5902	5167	4854	4648	4487

* з 2014 року не враховані дані по АР Крим та непідконтрольних територій Донецької та Луганської областей

Таблиця 2

Структура пасажирських перевезень всіма видами транспорту, %

Види транспорту	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Залізничний	6,41	5,43	6,24	6,41	6,59	7,55	8,01	3,55	3,52
Морський	0,05	0,13	0,10	0,11	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Річковий	0,03	0,02	0,01	0,14	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Авіаційний	0,01	0,05	0,09	0,12	0,10	0,12	0,16	0,22	0,27
Автомобільний (автобуси)	32,87	46,79	54,43	50,43	49,36	43,55	41,72	43,44	42,50
Тролейбуси	33,19	23,21	17,59	19,70	18,59	20,92	21,41	22,76	22,64
Трамвай	17,75	13,55	10,43	11,42	13,05	14,30	14,30	14,54	14,84
Метрополітен	9,69	10,82	11,10	11,69	12,30	13,55	14,38	15,47	16,20
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

* з 2014 року не враховані дані по АР Крим та непідконтрольних територій Донецької та Луганської областей

Таблиця 3

Обсяги перевезених пасажирів автомобільним транспортом (автобусами) за регіонами України

Регіони	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018
АР Крим	171,5	165,4	168,6	146,7	-	-	-	-	-
Вінницька	87,3	92,3	100,2	90,9	88,4	87,8	81,4	81,0	79,9
Волинська	49,4	106,2	93,6	92,1	85,6	83,1	80,5	74,1	69,2
Дніпропетровська	179,6	341,4	347,6	316,5	264,9	163,2	101,7	116,9	119,3
Донецька	259,0	448,7	534,8	479,3	378,3	115,9	80,7	89,7	90,2
Житомирська	42,8	61,5	76,9	70,1	70,9	70,8	66,7	61,3	59,4
Закарпатська	33,1	53,1	49,9	43,1	41,0	42,8	37,3	34,1	29,5
Запорізька	142,1	123,7	83,0	71,5	75,8	66,6	63,0	65,1	67,8
Івано-Франківська	57,8	75,8	70,0	82,9	85,3	80,0	56,8	63,5	67,1
Київська	483,9	592,5	518,5	520,6	517,1	406,6	396,3	394,0	346,5
у т.ч. м Київ	402,7	524,7	360,8	406,9	400,5	304,6	312,0	307,4	262,5
Кіровоградська	39,2	82,0	85,6	67,0	47,7	48,5	47,0	41,9	49,6
Луганська	129,3	270,1	163,0	121,7	54,6	8,3	11,7	7,9	6,4
Львівська	135,8	171,4	213,4	166,4	171,0	152,4	133,0	131,1	124,3
Миколаївська	29,2	104,0	138,0	129,6	120,8	83,2	84,8	86,6	87,4
Одеська	123,0	208,5	194,1	171,0	161,5	140,9	135,7	125,7	105,8
Полтавська	84,9	120,0	74,1	52,6	52,7	52,0	50,2	45,3	49,6
Ровенська	78,9	92,7	94,0	98,9	100,3	93,1	88,4	101,0	90,3
Сумська	46,8	87,1	85,0	68,3	66,7	64,4	61,4	63,0	68,8
Тернопільська	37,7	64,4	75,6	62,9	67,2	63,8	53,9	51,3	45,1
Харківська	102,2	157,1	146,9	129,6	128,4	124,6	111,9	114,9	103,0
Херсонська	34,6	89,0	78,7	79,0	72,9	63,9	61,7	53,3	48,8
Хмельницька	54,9	106,9	117,1	87,6	81,1	77,7	75,5	73,1	65,0
Черкаська	61,2	116,2	92,6	83,1	77,0	73,0	67,8	66,2	60,6
Чернівецька	23,0	28,1	39,1	43,1	42,5	39,3	30,2	34,0	32,8
Чернігівська	70,3	78,4	86,0	69,2	61,6	48,4	47,3	44,3	40,5
Україна	2557,5	3836,5	3726,3	3343,7	2913,3	2250,3	2024,9	2019,3	1906,9

* з 2014 року не враховані дані по АР Крим та непідконтрольних територій Донецької та Луганської областей

Таблиця 4

Розподіл пасажиропотоку автомобільним транспортом (автобусами) за сполученням, тис. осіб

Сполучення	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Міжнародне	2,19	1,62	1,52	1,36	1,07	1,22	1,55	2,39	2,35
Міжміське	94,38	141,88	146,57	1165,50	128,35	122,92	122,78	123,30	119,46
Приміське	718,04	727,09	655,39	520,75	539,47	459,68	406,40	392,01	348,53
Міське	1742,90	2965,90	2922,80	1656,00	2244,40	1666,50	1494,20	1501,60	1436,53
Всього	2557,51	3836,50	3726,28	3343,61	2913,28	2250,32	2024,93	2019,31	1906,87

* з 2014 року не враховані дані по АР Крим та непідконтрольних територій Донецької та Луганської областей

в середньому від 350 до 593 млн осіб. При цьому найбільшу частину займає кількість перевезених по місту Київ (70–80% від даних по області). У період 2000–2013 рр. Дніпропетровська та Донецька області знаходяться на другому місці за кількістю перевезених пасажирів – у середньому від 180 до 535 млн осіб. Однак з 2014 року через конфлікт на Сході України обсяги перевезень знизилися та становлять у середньому 90–120 млн осіб. До регіонів з обсягами перевезень від 100 до 250 млн осіб відносяться: АР Крим, Запорізька, Луганська, Львівська, Одеська та Харківська області. Закарпатська та Чернівецька область перевозять у середньому до 50 млн пасажирів.

Користування автомобільним транспортом відбувається у міському, приміському, міжміському та міжна-

родному сполученні, результати розрахунків наведено у табл. 4 [6, с. 60–63].

Як ми бачимо, міські перевезення становлять найбільшу частину пасажирських перевезень. При цьому за період 2000–2014 рр. обсяги перевезень пасажирів по місту зростають в середньому у 1,5 раза, а починаючи з 2014 року перевезення зменшуються через неможливість проведення статистичних досліджень на непідконтрольних територіях.

Також зменшуються перевезення за приміським сполученням майже у 2 рази, з 718,04 млн осіб у 2000 році до 348,53 млн осіб у 2018 році.

Структура перевезень за сполученнями наведена у табл. 5. Під час дослідження структури автомобільних перевезень за сполученнями нами було визначено, що

Структура перевезень за сполученнями автомобільним транспортом (автобусами), %

Сполучення	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Міжнародне	0,09	0,04	0,04	0,04	0,04	0,05	0,08	0,12	0,12
Міжміське	3,69	3,70	3,93	34,86	4,41	5,46	6,06	6,11	6,26
Приміське	28,08	18,95	17,59	15,57	18,52	20,43	20,07	19,41	18,28
Міське	68,15	77,31	78,44	49,53	77,04	74,06	73,79	74,36	75,33
Всього	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

найбільшу частку займають міські перевезення (приблизно 70%), приміські перевезення (приблизно 20%), міжміські сполучення (приблизно 5%), а міжнародні перевезення становлять приблизно 0,1%.

Основними показниками оцінки ефективності пасажирських перевезень є кількість поїздок в розрахунку на одну особу, середня відстань перевезення одного пасажирів та пасажирооборот.

Кількість поїздок у розрахунку на одну особу за всіма видами транспорту наведено на рис. 3 [6, с. 67].

Середня відстань перевезень у розрахунку на одного пасажирів визначається за формулою [8, с. 65]:

$$L_{\text{сер}} = \frac{P_i}{Q_i}, \text{ км} \quad (1)$$

де Q_i – обсяг перевезень пасажирів за i -м видом транспорту, осіб; P_i – транспортна робота, виконана певним i -м видом транспорту, пас. км.

Розрахунок середньої відстані перевезень за видами транспорту наведено у табл. 6.

Як ми бачимо, найбільша середня відстань перевезення одного пасажирів спостерігається за міжнародними сполученнями. При цьому, якщо спостерігати динаміку, за аналізований період середня відстань перевезення одного пасажирів збільшилася у всіх видах транспорту.

Пасажирооборот можна розрахувати за формулою [8, с. 65]:

$$P_i = Q_i \cdot L_{\text{сер}}. \quad (2)$$

Динаміка пасажирообороту перевезень всіма видами транспорту наведена на рис. 4.

Як ми бачимо, пасажирооборот динамічно змінювався за аналізований період, із 2000 року пасажирооборот збільшується з 113 млрд пас. км до 130 млрд пас. км. Однак починаючи з 2014 року значення показника зменшується до 97 млрд пас. км у 2015 році та незначно зростає до 104,4 млрд пас. км у 2018 році.

Розглянемо детальніше зміну пасажиропотоку за різними видами транспорту, яка наведена у табл. 7.

За отриманими результатами можна зробити висновки, що за залізничним, тролейбусним та трамвайним транспортом спостерігається зменшення значення показника пасажирообороту. При цьому відбулося збільшення пасажирообороту в авіаційному, автомобільному транспорті (автобуси) та метрополітені, що говорить про зростання популярності цих видів транспорту.

Як ми бачимо за проведеними дослідженнями, забезпечення сталого розвитку всіх видів транспорту, а також їх взаємодія в технічному, технологічному та соціальному аспектах можливі за умов стабілізації економічних процесів в державі та впровадження сучасних методів управління транспортними підприємствами. Також важливою є оптимізація роботи всього комплексу пасажирообороту в державі, що дасть змогу вирішити як фінансові, так і техніко-технологічні питання.

Висновки. Проаналізувавши кількість пасажирських перевезень, ми визначили, що за останні роки

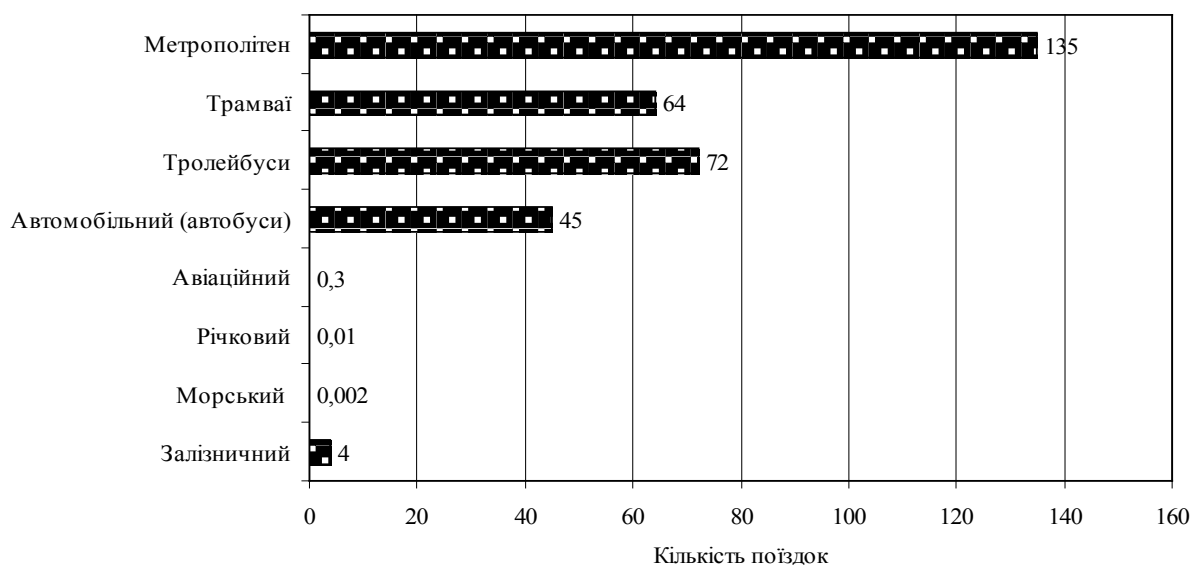


Рис. 3. Кількість поїздок у розрахунку на одну особу за 2018 рік всіма видами транспорту

Таблиця 6

Середня відстань перевезень одного пасажирів за видами транспорту

Види транспорту	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Залізничний	104	118	118	115	92	91	95	70	182
Морський	15	6	8	7	585	559	589	377	29
у міжнародному сполученні	116	40	36	21	811	889	942	992	1094
Річковий	12	24	42	53	44	15	28	35	43
у міжнародному сполученні	1168	1265	2227	2178	3645	1788	1132	1146	1181
Авіаційний	1489	1608	1794	1547	1789	1803	1876	1928	2066
у міжнародному сполученні	1763	1849	2020	1721	1933	1951	2029	2072	2219
Автомобільний	11	14	14	15	15	15	17	18	18
у міжнародному сполученні	212	414	386	505	467	547	620	612	832
Тролейбуси	7	6	6	5	6	6	6	6	6
Трамвай	7	6	6	6	6	6	6	6	6
Метрополітен	7	8	8	8	8	8	8	8	8

Таблиця 7

Пасажирооборот за видами транспорту, млрд пас. км

Види транспорту	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Залізничний	51,8	52,7	50,2	49,0	35,9	35,4	36,8	28,1	28,7
Морський	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Річковий	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Авіаційний	1,7	6,1	11,0	12,6	11,6	11,4	15,5	20,4	25,9
Автомобільний	28,8	52,5	52,0	49,0	42,6	34,6	34,6	35,5	34,6
Тролейбуси	16,8	11,2	6,9	7,6	6,4	6,1	5,9	6,0	5,8
Трамвай	9,0	6,5	4,0	4,1	4,3	4,2	4,0	3,9	3,9
Метрополітен	4,9	6,7	5,8	5,9	5,6	5,4	5,4	5,5	5,5
Всього	113,1	135,8	130,0	128,3	106,3	97,0	102,2	99,4	104,4

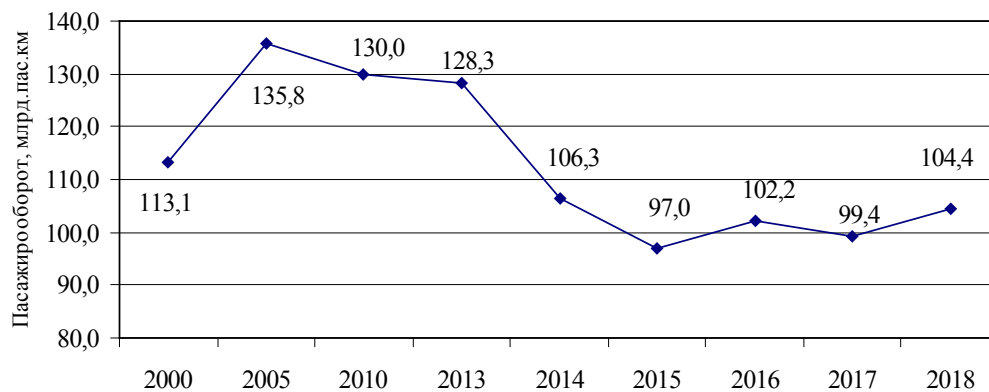


Рис. 4. Динаміка пасажирообороту всіма видами транспорту

кількість та ефективність пасажироперевезення в Україні значно зменшилися. Це викликано насамперед конфліктом на сході країни та анексією Криму. Було визначено, що нині є проблеми у маркетингових дослідженнях пасажирських перевезень та транспорт-

ного ринку загалом. На практиці не визначено єдиного розуміння, чим повинен займатися маркетолог на транспортному підприємстві. Тому в подальших дослідженнях буде розглянуто більш детально як транспортний ринок загалом, так і окремі види транспорту.

Список літератури:

1. Аксенов И.М. Маркетинг пассажирских перевозок. Учебн. пособ. К. : Основа, 2016. 212 с.
2. Гавриков В.А. Пеншин Н.В. Формирование и развитие конкурентной среды рынка городских пассажирских перевозок : монография. Тамбов : ФГБОУ ВО «ТГТУ», 2016. 144 с.
3. Інтегрований звіт ПАТ «Укрзалізниця». Київ, 2017. URL: <https://report2017.uz.gov.ua> (дата звернення: 29.06.2020).
4. Мороз О.В., Корнієвська Т.М. Особливості маркетингу пасажирських перевезень. *Приазовський економічний вісник*. 2018. 5(10). С. 250–253.

5. Петруня Ю.Є. Петруня В.Ю. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.
6. Транспорт і зв'язок України – 2018 : Статистичний збірник / за ред. І. Петренко. Житомир, 2018. 154 с.
7. Транспортный маркетинг: учебник / В.Г. Галабурда, Г.В. Бубнова, Е.А. Иванова и др.; под ред. В.Г. Галабурды. М. : ФГОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2011. 452 с.
8. Экономика пассажирского транспорта : учебное пособие / коллектив авторов ; под общей ред. проф. В.А. Персианова. Москва : КНОРУС, 2017. 390 с.

References:

1. Aksenov I.M. (2016) *Marketing passazhirskikh perevozok* [Passenger Marketing]. Kyiv: Osnova. (in Ukrainian)
2. Gavrikov V.A., Pen'shin N.V. (2016) *Formirovanie i razvitie konkurentnoy sredy rynka gorodskikh passazhirskikh perevozok* [Formation and development of a competitive environment for the urban passenger transport market]. Tambov: FGBOU VO «TGTV». (in Russian)
3. PAT «Ukrzaliznycja» (2017) *Integhrovanyj zvit PAT «Ukrzaliznycja»* [Integrated report of PJSC «Ukrzaliznytsia»]. Kyjiv. Available at: <https://report2017.uz.gov.ua> (accessed 29 June 2020).
4. Moroz O.V., Kornijevs'ka T.M. (2018) *Osoblyvosti marketynghu pasazhyrs'kykh perevezenj* [Features of passenger transportation marketing]. *Pryazovs'kyj ekonomichnyj visnyk*, no. 5(10), pp. 250–253.
5. Petrunja Ju.Je., Petrunja V.Ju. (2016) *Marketyngh* [Marketing]. Dnepropetrovsk: Universytet mytnoji spravy ta finansiv. (in Ukrainian)
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2018) *Transport i zv'jazok Ukrainy – 2018* [Transport and communications of Ukraine – 2018]. Zhytomir: Statystychnyj zbirnyk.
7. Galaburda V.G., Bubnova G.V., Ivanova E.A. (2011) *Transportnyy marketing* [Transport marketing]. Moscow: FGOU «Uchebno-metodicheskiy tsentr po obrazovaniju na zheleznodorozhnom transporte». (in Russian)
8. Persianova V.A. (ed.) (2017) *Ekonomika passazhirskogo transporta* [Passenger Transport Economics]. Moscow: KNORUS. (in Russian)

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК

В статье проанализирован рынок пассажирских перевозок в Украине и отдельных регионах. В процессе исследования был проведен анализ объемов перевозимых пассажиров по видам сообщения отдельными видами транспорта и определены объемы перевозки автомобильным транспортом по отдельным областям страны. Проанализированы объемы перевозимых пассажиров автомобильным транспортом в городском, пригородном, междугородном и международном сообщении. Рассчитано количество поездок, среднее расстояние перевозки одного пассажира по видам транспорта и пассажирооборот. С помощью анализа современных тенденций развития рынка пассажирских перевозок на автомобильном транспорте выявлены проблемы рынка пассажироперевозок и предложены меры повышения эффективности функционирования рынка услуг по перевозке пассажиров.

Ключевые слова: рынок пассажирских перевозок, виды транспорта, сообщение, пассажирооборот, тарифы перевозки.

MARKETING RETAILS IN THE PASSENGER CARRIAGE SYSTEM

The article draws attention to the lack of an integral methodology for marketing research in Ukraine's transport. The necessity of marketing researches of demand for passenger transportation and the factors influencing its change is proved. It is emphasizing that the purpose of marketing research is not only to fix changes in demand, but also to identify goods and services, in which passengers need the most. A list of information that marketing research should provide to understand the behavior of transport service consumers is provided. Attention draws to the need for a more thorough study of the intentions of consumer behavior; since such an analysis will reveal the services that can bring consumers the greatest satisfaction. The article analyzes the market of passenger transportation in Ukraine and some regions. The analysis of the volumes of transported passengers by types of connections by separate types of transport is carried out. It is determined that most passengers are transported by road (buses). The volumes of passengers transported by road in urban, suburban, long-distance and international traffic are analyzed. The study calculated the average number of trips per passenger; the average distance traveled by mode of transport and passenger turnover. With the help of the analysis of modern tendencies of development of the market of passenger transportations on motor transport problems are revealed. It is determined that in recent years the number of passenger traffic on all modes of transport has decreased. This is due to economic and political changes in the country. It was determined that ensuring sustainable development of transport requires cooperation in the technical, technological and social spheres. The development of the industry is possible under the conditions of stabilization of economic processes in the state and introduction of modern methods of management of transport enterprises. It is also important to optimize the work of the whole complex of transport services in the country. This will strengthen the market of transport services and solve all problematic issues.

Key words: passenger transportation market, types of transport, passenger turnover, number of traffic, average distance.

Павлова Р.К.

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту
та міжнародних економічних відносин,
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Іваненко В.В.

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту
та міжнародних економічних відносин,
Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Pavlova Rimma, Ivanenko Valentyna

Taurida National V.I. Vernadsky University

МОДЕЛЮВАННЯ СТРУКТУРИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Управління організацією в умовах динамічного ринкового середовища потребує постійної уваги як науковців, так і практиків. Структура системи управління під впливом зовнішніх та внутрішніх змін потребує корегування. Актуальним залишається питання формування ефективних структур управління на основі системного підходу. У статті розглянуто сутність організації як об'єкта управління, визначено, що під цим поняттям розуміють не лише підприємства, фірми, а й макроструктури, а саме регіон, державу, окремі галузі. Зроблено акцент на розумінні сутності структури. В основу дослідження та обґрунтувань покладено системний підхід до управління. Проаналізовано та оцінено підходи до моделювання структури системи управління організацією на рівні виробничих підприємств. На основі існуючих методів запропоновано методіку розроблення моделей структури системи управління на рівні економіки країни, окремих галузей, регіонів, що є авторськими обґрунтованими пропозиціями, які можна використовувати у практичній діяльності державними інституційними структурами.

Ключові слова: організація, структура управління, моделювання, система, макрорівень, методика, методи.

Постановка проблеми. Теорія управління організацією розвивається у часі поряд зі змінами в умовах функціонування господарюючих структур та з розвитком менеджменту як науки. Побудова раціональних структур управління потребує особливої уваги як у науковому, так і практичному аспекті, особливо з позиції системності управлінського процесу та підходу до структури організації як системи.

Дослідження еволюції моделей структур управління організацією дає можливість зауважити, що кожна з типових структур управління організацією буде ефективною за певних умов господарювання, тобто залежить від організаційно-правових форм господарюючих суб'єктів, від їхніх цілей, завдань тощо. Постає також питання відносно визначення найбільш ефективної структури системи управління в конкретних умовах, що, на нашу думку, можливо вирішити за допомогою розроблених авторами та запропонованих підходів до моделювання структури системи управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Для якісного дослідження проблеми було проведено аналіз підходів до моделювання та моделей структур управління організацією, у яких застосовується системний

підхід та визначаються: сукупність підсистем та елементів управлінської структури; рівень ієрархії підсистем та елементів; сукупність визначених характеристик цих підсистем; сукупність функцій кожного складника підсистеми; інформаційна складник, що покладений в основу моделювання, тощо. Саме цим питанням присвячено праці провідних вітчизняних та зарубіжних учених, а саме: М.Х. Мескона [6], М. Альберта [6], Ф. Хедоурі [6], В.Б. Уткіна [9], В.І. Старикова [7], Г.А. Титаренка [8], В.М. Глушкова [1], М.М. Клименюка [2], О.Є. Кузьміна [3], А.В. Катренко [4], В.Р. Кігеля [5] та ін. Проте у науковій літературі є досить велика кількість протиріч, дискусій щодо моделювання структури системи управління, яка може бути ефективною для організацій різного рівня. Відповідно, дана проблематика потребує подальшого розвитку.

Формулювання цілей статті. Дослідження наукових праць та практичних проблем управління організацією показало, що низка питань теоретичного та методичного характеру щодо побудови ефективних структур управління залишається недостатньо розробленою. Метою даної статті є обґрунтування нових підходів до моделювання структур управління організаціями макрорівня на основі системного підходу.

Виклад основного матеріалу. У вітчизняній та зарубіжній теорії та практиці визначено основні типи структур управління організацією переважно на рівні підприємства, які забезпечують його функціонування як цілісної системи та орієнтовані на реалізацію визначеної місії, цілей та завдань суб'єкта господарювання. Проте у сучасних динамічних, змінних умовах розвитку бізнесу на конкурентній основі важливим є корегування існуючих структур, створення тимчасових структур, які орієнтовані на реалізацію конкретних проектів, що має функціональний аспект. Постає також питання щодо визначення їх місця в існуючій структурі управління та взаємовідносин із ієрархічною структурою, що реалізує процес управління організацією як цілісною системою. У результаті диверсифікації діяльності, товарної чи ринкової, може також поставати питання щодо внесення змін до структур управління, але основною умовою повинно бути збереження системності, комплексності, цілісності у функціонуванні організації. Сьогодні розроблено значну кількість моделей структур систем управління на рівні підприємства, але у науковій літературі недостатньо уваги приділяється питанням визначення структури системи управління організаціями макрорівня.

Слід зазначити, що, на думку М.Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі, організацію розглядають як групу людей, діяльність яких свідомо координується для досягнення загальної цілі або цілей [6, с. 31]. Під організацією також можна розуміти підприємство, галузь, народне господарство, державу, наддержавні устрої.

Із погляду теорії систем організацію можна розглядати як деяку систему, що має своє внутрішнє та зовнішнє середовище і потребує управління. Як було зазначено вище, зміни як у самій системі, так і у зовнішньому середовищі потребують постійної реакції на них, тобто вирішення конкретних завдань управління.

Як відомо, необхідною умовою існування будь-якої системи є наявність управління, що орієнтоване на створення та здійснення цілеспрямованих керуючих дій по відношенню до системи у цілому. Відповідно, системи в яких протікають процеси управління, мають назву систем управління.

Як зазначає М.М. Клименюк, «система управління визначається як така, що має дві тісно пов'язані між собою основні складові частини, які утворюються з елементів системи і мають назву підсистем: орган управління та об'єкт управління» [2, с. 34–72] (керуюча та керована системи).

За баченням В.М. Глушкова, об'єкт управління, використовуючи різні види ресурсів та відповідні технологічні процеси, перетворює їх на готові продукти (продукцію чи послуги), що є результатом діяльності організації. В об'єкті управління здійснюються матеріальні перетворення предмету праці у готовий продукт [1]. Орган управління можна розглядати як підсистему, яка на основі вхідної інформації та виходячи з мети системи має розробляти управлінські рішення та передавати їх об'єкту управління для виконання, тобто

здійснювати збір, переробку та передачу необхідної інформації до об'єкта управління.

Отже, від достовірності, своєчасності та якості отриманої, обробленої та переданої користувачу інформації залежить ефективність функціонування всієї системи управління. А це означає, що будь-яка діюча система управління потребує у своєму складі науково обґрунтовані та практично необхідні: по-перше, окремі складники – елементи системи; по-друге, достатню кількість цих елементів; по-третє, ефективні зв'язки між ними.

Процес моделювання, на нашу думку, має пряме відношення до конкретних структур. Відповідно, структуру можна розглядати як сукупність стійких зв'язків об'єкта, що забезпечують його цілісність, тотожність самому собі, тобто збереження основних властивостей за різних зовнішніх та внутрішніх змін. Будь-яке підприємство має структуру, яка поєднує всі служби, підрозділи, органи. Саме тому структура управління є одним з основних понять менеджменту, бо саме в межах структури проходить управлінський процес, починаючи зі збирання та оброблення інформації і закінчуючи процесами контролю та регулювання.

Теоретичні дослідження дають різні підходи до визначення та побудови структури системи управління. Усі вони визнають, що у межах побудованої структури проходить весь управлінський процес організації, у якому беруть участь керівники всіх рівнів, усіх напрямів діяльності.

На нашу думку, один із найбільш теоретично обґрунтованих підходів, який можна покласти в основу моделювання структури системи управління організацією на рівні підприємства та має широке практичне застосування, розроблено професором М.М. Клименюком, де автор обґрунтовує той факт, що «структура системи управління визначається як множина усіх завдань управління, які потрібно розв'язати у конкретній системі управління» [2, с. 54–75]. Підхід ґрунтується на визначенні окремого завдання управління як елементу структури системи управління та виявленні повної множини завдань управління об'єктом. Це, по-перше, є необхідною умовою для якісного управління організацією, а по-друге, є основою побудови організаційної структури органу управління через поєднання завдань у відповідні комплекси.

Методика, запропонована М.М. Клименюком, полягає у декомпозиції, іншими словами, поділі системи управління (всієї інформації, що відноситься до управління організацією) на частини за вибраними ознаками [2, с. 54]. Автором обґрунтовано, що такими ознаками для діючого підприємства є:

- вид керованого процесу, оскільки діяльність організації спрямована на процеси виробництва та забезпечення виробництва продукту;
- номер виробничого підрозділу об'єкта управління, оскільки потрібно виявити, де конкретно виробляється продукт або його складники;
- фаза управління, бо для здійснення процесу управління потрібно реалізувати комплекс фаз, а саме планування, облік, контроль та регулювання;

– період управління, оскільки управлінський процес здійснюється у визначені часові проміжки [2, с. 65].

На основі запропонованого поділу системи управління підприємством можна отримати множину всіх завдань управління, тобто елементів системи управління, та показати зв'язки між ними, визначити їх стійкість.

Маючи інформацію про складність розв'язання одного завдання управління, легко визначити потрібну кількість управлінського апарату як у цілому по всій організації, так і по кожному структурному підрозділу. При цьому можна забезпечити раціональний поділ праці та виключити дублювання функцій в управлінському апараті.

На основі глибокого аналізу різних підходів, окремих методів та методик щодо моделювання структури системи управління, які представлено у наукових працях О.Є. Кузьміна [3], Л.В. Катренка [4], В.Р. Кігеля [5], В.І. Старикова [7], Г.А., Титаренка [8], В.Б. Уткіна [9], ми спробували розробити власну методику моделювання структури системи управління такими складними системами, як економіка країни, регіону чи окремих галузей. Проте за основу запропонованого авторами моделювання структури системи управління взято підходи, що запропоновані М.М. Клименюком [2], по відношенню до виробничого підприємства.

Відповідно до описаної методики, потрібно так здійснити декомпозицію системи управління економікою країни, щоб було забезпечено поділ праці, за якого стане неможливим дублювання функцій апарату управління відповідної керованої системи.

Під час вибору ознак декомпозиції будемо дотримуватися найважливішої вимоги, що поділ системи або підсистем на кожному рівні має здійснюватися лише за однією ознакою.

Слід зазначити, що систему управління можна визначити також як множину завдань управління, які потрібно розв'язати для того, щоб досягти поставлених перед організацією цілей. Отже, мета декомпозиції полягає в отриманні повного переліку завдань управління організацією, при цьому складність кожного завдання має бути такою, щоб її порівняно легко можна було розв'язати.

Розглянемо застосування моделі до економічного сектору держави, спрямованого на процеси виробництва. Як відомо, виробництво – це економічна діяльність, результатом якої є продукт (продукція, послуга). Будь-яке виробництво реалізується через виробничі процеси, що здійснюється у відповідних галузях народного господарства. Сукупність усіх виробничих одиниць, що здійснюють переважно однакові чи подібні види економічної діяльності, можна називати галуззю. Належність до галузі визначається на підставі класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД), що є складовою частиною державної системи класифікації і кодування техніко-економічної та соціальної інформації в Україні.

Отже, за аналогією з описаною методикою можна також вибирати ознаки декомпозиції системи управління на рівні економіки країни.

За першу ознаку вибираємо вид керованого процесу – виробничу діяльність галузей, видів економічної діяльності. Позначимо систему управління економічним сектором держави через літеру S , а підсистеми (блоки), на які вона буде поділена, – через множину $(S_1, S_2, \dots, S_k, \dots, S_K)$, де k – вид керованого процесу (галузь) (перша ознака), а K – кількість таких керованих процесів, $k = \overline{1, K}$. Отже поділ системи на частини за першою ознакою можна записати системами формул (1):

$$\bigcup_{k=1}^K S_k = S; \text{ та } \bigcap_{k=1}^K S_k = \emptyset. \quad (1)$$

Системи формул (1) означають той факт, що поєднання всіх підсистем S_k дають повну систему S , а перетин цих підсистем дають пусту (порожню) множину. Таким чином, кількість підсистем, отриманих у результаті декомпозиції системи на частини за першою ознакою, становить K підсистем.

Кожна з підсистем (блоків) S_k містить окрему секцію виду економічної діяльності. Вона є простою за всю систему S , проте є досить складною для розв'язання всіх проблем, які стоять перед цією підсистемою. Отже, потрібно продовжувати декомпозицію системи та вибрати другу ознаку поділу кожну з підсистем S_k . За другу ознаку декомпозиції у методиці запропоновано вибрати виробничий підрозділ, в якому виконуються виробничі процеси. У нашому разі це окремі виробничі одиниці, а саме відповідні підприємства, організації, які розташовані по всій території країни. Адміністративно територія держави поділяється на регіони (області, міста, селища) державного підпорядкування.

Відповідно, за наступну ознаку доцільно вибрати номер виробничої одиниці у розрізі регіонів країни. Кожну з підсистем (блоків) S_k , отриманих у результаті поділу системи S за першою ознакою, потрібно поділити за наступною, другою ознакою на L частин $(S_{11}, S_{12}, \dots, S_{kl}, \dots, S_{KL})$, де l – номер виробничої одиниці, по відношенню до якої виконується певний керований процес, L – кількість таких виробничих одиниць, $l = \overline{1, L}$. Тоді поділ системи на частини за другою ознакою можна записати системами формул (2):

$$\bigcup_{l=1}^L S_{kl} = S_k; \text{ та } \bigcap_{l=1}^L S_{kl} = \emptyset; k = \overline{1, K}. \quad (2)$$

Системи формул (2) означають той факт, що поєднання всіх підсистем S_{kl} , отриманих за другою ознакою, дають відповідну підсистему S_k , а перетин цих підсистем дає пусту (порожню) множину.

Отже, кількість підсистем, отриманих у результаті декомпозиції системи на частини за двома ознаками (за першою та другою), становить $K \cdot L$ підсистем. Кожна з підсистем (блоків) S_{kl} передбачає належність певного виду економічної діяльності до відповідної виробничої одиниці регіону. Вона є більш простою по відношенню до підсистеми S_k , проте є досить складною для розв'язання всіх проблем, які стоять перед відповідною підсистемою. Потрібно продовжувати декомпозицію системи та вибрати третю ознаку поділу кожної з підсистем S_{kl} .

За третю та четверту ознаки декомпозиції системи управління доцільно вибрати запропоновані в методиці проф. М.М. Клименю каповний комплекс фаз (функцій) управління (третья ознака) та період управління відповідно (четверта ознака) [3, с. 62–64].

Отже, кожну із підсистем, отриманих за двома ознаками поділу системи на частини S_{kl} , потрібно поділити за третьою ознакою декомпозиції – фазою управління. У цьому разі загальну кількість фаз управління, що потрібно здійснити в кожній підсистемі S_{kl} , позначимо літерою P , отже, $p = \overline{1, P}$, де p – номер фази управління. Підсистеми поділу системи на частини за трьома ознаками пропонується записати так: $S_{111}, S_{112}, \dots, S_{klp}, \dots, S_{KL P}$. Тоді поділ системи на частини за третьою ознакою у загальному вигляді можна представити системами формул (3):

$$\bigcup_{p=1}^P S_{klp} = S_{kl}; \text{ та } \bigcap_{p=1}^P S_{klp} = \emptyset; k = \overline{1, K}, l = \overline{1, L}. \quad (3)$$

Системи формул (3) означають той факт, що поєднання всіх підсистем S_{klp} , отриманих за третьою ознакою, дають відповідну підсистему S_{kl} , що отримана в результаті декомпозиції за двома ознаками, а перетин цих підсистем дає пусту (порожню) множину. Кількість підсистем, отриманих у результаті декомпозиції системи на частини за трьома ознаками за першою, другою та третьою, становить у загальному вигляді $K * L * P$ підсистем.

Кожна з підсистем (блоків) S_{klp} визначає певну фазу управління окремим керованим процесом (видом економічної діяльності) у відповідній виробничій одиниці регіонів. Вона є простішою за відповідну підсистему S_{kl} , проте досить складною для розв'язання всіх проблем, які стоять перед цією підсистемою, хоча б тому, що вирішувати питання підсистеми S_{klp} потрібно з урахуванням терміну управлінського процесу.

Четверта ознака декомпозиції – це період управління, а саме термін часу, протягом якого потрібно приймати рішення. Структура періоду може бути різною. Найчастіше організації застосовують таку структуру періоду, в яку входять такі інтервали часу: рік, квартал, місяць, тиждень, доба. Таким чином, кожну з підсистем, отриманих за трьома ознаками поділу системи на частини S_{klp} , потрібно поділити за четвертою ознакою декомпозиції – період управління. У цьому разі загальну кількість періодів управління, за які потрібно прийняти управлінське рішення в кожній підсистемі S_{klp} , позначимо літерою T , а саме $t = \overline{1, T}$. Підсистеми поділу системи на частини за чотирма ознаками доцільно записати так: $S_{1111}, S_{1112}, \dots, S_{klpt}, \dots, S_{KLPT}$. Тоді поділ системи на частини за четвертою ознакою у загальному вигляді можна записати системами формул (4):

$$\bigcup_{t=1}^T S_{klpt} = S_{klp}; \text{ та } \bigcap_{t=1}^T S_{klpt} = \emptyset; k = \overline{1, K}, l = \overline{1, L}, p = \overline{1, P}. \quad (4)$$

Системи формул (4) означають той факт, що поєднання всіх підсистем S_{klpt} , отриманих за четвертою ознакою, дають відповідну підсистему S_{klp} , що отримана в результаті декомпозиції за трьома ознаками, а перетин цих підсистем дає пусту (порожню) множину.

Отже, кількість підсистем, отриманих у результаті декомпозиції системи на частини за першою, другою, третьою та четвертою ознаками, становить у загальному вигляді $K * L * P * T$ підсистем.

Відповідно, кожна з підсистем (блоків) S_{klpt} визначає певну фазу управління окремого виду економічної діяльності у відповідній виробничій одиниці регіонів на певний проміжок (або в певному проміжку) часу. Для обробки інформації в кожній такій підсистемі можна широко застосовувати розроблені в теорії економіко-математичні моделі розв'язання конкретних задач.

Отримана у результаті застосування методу декомпозиції кожна підсистема S_{klpt} має тільки по одному параметру кожної з чотирьох описаних властивостей. Тобто кожна S_{klpt} містить комплекс інформації тільки про один процес управління, про один виробничий підрозділ, про одну фазу управління, про один період управління, яка не повторюється в інших підсистемах. Інакше кажучи, кожну із цих підсистем можна представити як задачу управління. Відповідно, множину всіх взаємопов'язаних задач управління можна вважати системою управління. Кількість усіх задач у системі управління у числовому виразі дорівнює величині $K * L * P * T$.

Таким чином, структуру системи управління можна описати множиною таких підсистем (задач) (формула 5):

$$S_{klpt} = \{k = \overline{1, K}; l = \overline{1, L}; p = \overline{1, P}; t = \overline{1, T}\}. \quad (5)$$

Під час практичного використання методики побудови структури системи управління будь-якою організацією слід урахувувати той факт, що кожна ознака декомпозиції має свою ієрархічну структуру.

Розглянутий підхід дає можливість отримати теоретично обґрунтовану структуру системи управління економікою країни з повним переліком задач управління. Проте на практиці застосовувати таку методику буде досить непросто, адже не всі види економічної діяльності представлені у всіх регіонах держави, тому на практиці, як правило, виникає необхідність у визначенні структури системи управління в окремих, а не разом у всіх галузях народного господарства. Керівництво регіонів повинно бути зацікавлене у визначенні чіткої структури системи управління саме свого регіону.

У таких випадках систему управління країною було б доцільно будувати в одному з двох напрямів. Перший напрям – галузевий, полягає у тому, щоб розглядати економіку держави як поєднання галузей народного господарства, до складу яких входять підприємства відповідних галузей. Другий напрям – адміністративний, який полягає у тому, щоб розглядати економіку держави як поєднання регіонів (областей), до складу яких входять підприємства (організації) відповідних регіонів із зазначенням їх галузевої належності.

Розглянемо перший напрям. Як було зазначено, належність до галузі визначається відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД), що являє собою ієрархічну структуру. У цій структурі перший рівень – це секції (види економічної діяльності в укрупненій номенклатурі), їх 21, які позначаються літе-

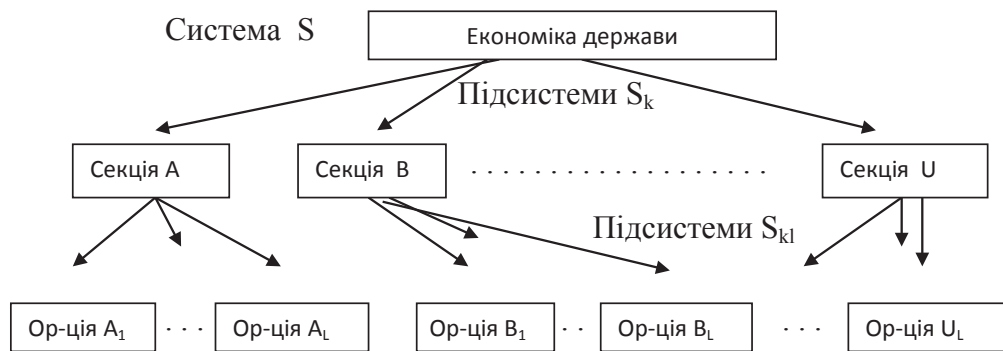


Рис. 1. Фрагмент галузевої структури економіки держави

Джерело: складено авторами

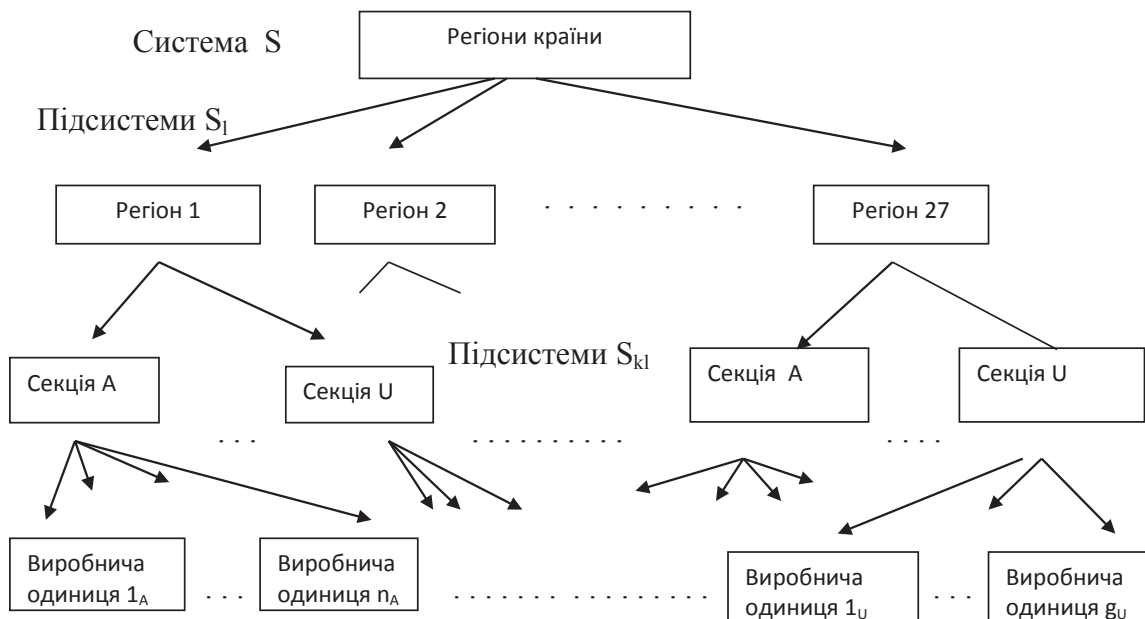


Рис. 2. Фрагмент адміністративно-територіальної структури економіки держави

Джерело: складено авторами

рами латинської абетки від А до U. Наступні рівні – це деталізація, поділ видів економічної діяльності на розділи (їх загальна кількість – 88). Кожний розділ поділяється на групи, їх загальна кількість – 272. Кожна група поділяється на класи, їх загальна кількість – 615. Як бачимо, структура КВЕД є досить інформаційно об'ємною. Якщо до структури КВЕД додати перелік тих підприємств, що належать до відповідних видів економічної діяльності у країні, то отримаємо структуру економіки держави у розрізі галузей народного господарства. Тобто отримаємо перелік підсистем, що описані формулою 2. На рис. 1 представлено фрагмент галузевої структури економіки держави.

Якщо продовжити поділ підсистем S_{kl} за ознаками фаз управління та періодом управління, отримаємо повний перелік задач управління економікою держави за галузевим напрямом.

Система управління окремою галуззю (нехай це буде галузь за номером i) буде такою:

$$S_k = k = i; l = \overline{1, L_{\text{держ}}}; p = \overline{1, P}; t = \overline{1, T}, \quad (6)$$

де i – номер галузі, що розглядається; $i = \overline{1, I}$;

I – кількість галузей по яких потрібно побудувати структуру системи управління;

$L_{\text{держ}}$ – кількість виробничих одиниць держави, що працюють у певній галузі.

Другий напрям – адміністративний. Адміністративно територія держави поділяється на регіони державного підпорядкування. В Україні таких регіонів 27 (з урахуванням тимчасово окупованих територій).

На рис. 2 представлено фрагмент адміністративно-територіальної структури економіки держави.

Кожен із регіонів країни має чіткий список своїх виробничих одиниць, а також список галузей діяльності відповідно до КВЕД, виробнича діяльність яких здійснюється в регіоні. Таким чином, знаючи ієрархічну структуру першої та другої ознак декомпозиції системи управління, кожний регіон може отримати

повний перелік задач управління відповідною організацією та зв'язками між ними (третья та четверта ознаки декомпозиції є незмінними).

Система управління окремим регіоном (нехай це буде регіон за номером j) буде такою:

$$S_j = \{k = \overline{1, K_j}; l = j; p = \overline{1, P}; t = \overline{1, T}\}, \quad (7)$$

де j – номер регіону, що розглядається; $j = \overline{1, J}$;

J – кількість регіонів держави, по яких потрібно побудувати структуру системи управління;

K_j – кількість галузей народного господарства, до яких належать виробничі одиниці j -го регіону.

Отже, запропонована методика може бути використана під час побудови структур управління макrorівня, а саме на рівні держави, регіону, а також окремих галузей. Такий підхід також дає можливість більш раціонально визначати кількість управлінського персоналу організацій державного чи регіонального рівня, його конкретні завдання, що виключить дублювання функціональних обов'язків. Проте основною проблемою під час побудови структури системи управління організацією макrorівня є підготовка вхідної інформації.

нально визначати кількість управлінського персоналу організацій державного чи регіонального рівня, його конкретні завдання, що виключить дублювання функціональних обов'язків. Проте основною проблемою під час побудови структури системи управління організацією макrorівня є підготовка вхідної інформації.

Висновки. Таким чином, у зарубіжній, вітчизняній науці та практиці існує значна кількість методів моделювання управлінського процесу різними організаціями на різних рівнях. Проте запропонована методика побудови структури системи управління, що ґрунтується на методі декомпозиції, який отримав широке застосування в організаціях мікрорівня, може бути успішно використана для побудови моделі структури системи управління організаціями макrorівня.

Список літератури:

1. Глушков В.М. Введение в АСУ. Киев : Техніка, 1974. 320 с.
2. Клименюк М.М. Менеджмент : експрес-підручник / заг. ред. М.М. Клименюка. Київ : Міленіум, 2017. 174 с.
3. Кузьмін О.Е., Георгіаді Н.Г. Формування і використання інформаційної системи управління економічним розвитком підприємства : монографія. Львів : Львівська політехніка, 2006. 368 с.
4. Катренко А.В., Пасічник В.В., Пасько В.П. Теорія прийняття рішень : підручник / за заг. ред. М.З. Згуровського. Київ : BHV, 2009. 448 с.
5. Кігель В.Р. Методи і моделі підтримки прийняття рішень у ринковій економіці : монографія. Київ : ЦУЛ, 2003. 2002 с.
6. Мэскон М.Х., Альберт М., Хедуори Ф. Основы менеджмента / пер. с англ. Москва : Дело, 1998. 704 с.
7. Стариков В.И. Информационные системы : учебное пособие. Омск : ОмГТУ, 2006. 64 с.
8. Титаренко Г.А. Информационные технологии управления : учебное пособие. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 439 с.
9. Уткин В.Б. Информационные системы и технологии в экономике : ученик. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 335 с.

References:

1. Glushkov V.M. (1974) *Vvedeniye v ASU* [Introduction to ACS]. Kyiv: Technique, p. 320. (in Ukrainian)
2. Klimenyuk M.M. (2017) *Menedzhment: yekspres-pidruchnik* [Management: express textbook]. Kyiv: Millennium, p. 174. (in Ukrainian)
3. Kuzmin O.E., Kuzmin O.E., Georgiadi N.G. (2006) *Formuvannya i vikoristannya informatsiynoi sistemi upravlinnya yekonomichnim rozvitkom pidpriemstva* [Formation and use of information system of management of economic development of the enterprise]. Lviv: Lviv Polytechnic. (in Ukrainian)
4. Katrenko A.V., Beekeeper V.V., Pasko V.P. (2009) *Teoriya priynyattya rishen'*: *pidruchnik* [Theory of decision making: a textbook]. Kyiv: BHV, p. 368. (in Ukrainian)
5. Kigel V.R. (2003) *Metodi i modeli pidtrimki priynyattya rishen' u rinkoviy yekonomitsi* [Methods and models of decision support in a market economy: a monograph]. Kyiv: TSUL, p. 2002. (in Ukrainian)
6. Mascon M.H., Albert M., Hallowory F. (1998) *Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of Management]. Moscow: Delo, p. 704. (in Russian)
7. Starikov V.I. (2006) *Informatsionn-yye sistemy* [Information systems]. Omsk: Omsk State Technical University, p. 64. (in Russian)
8. Titarenko G.A. (2007) *Informatsionn-yye tekhnologii upravleniya* [Information Technology Management]. Moscow: UNITY – DANA, p. 439. (in Russian)
9. Utkin V.B. (2008) *Informatsionn-yye sistemy i tekhnologii v ekonomike* [Information systems and technologies in the economy]. Moscow: UNITY – DANA, p. 335. (in Russian)

МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Управление организацией в условиях динамичной рыночной среды требует постоянного внимания как ученых, так и практиков. Структура системы управления под влиянием внешних и внутренних изменений нуждается в корректировке. Актуальным остается вопрос формирования эффективных структур управления на основе системного подхода. В статье рассмотрена сущность организации как объекта управления, определено, что под этим понятием понимают не только предприятия, фирмы, но и макроструктуры, а именно регион, государство, отдельные отрасли. Сделан акцент на понимании сущности структуры. В основу исследования и обоснований положен системный подход к управлению. Проанализированы и оценены подходы к моделированию структуры системы управления организацией на уровне производственных предприятий. На основе существующих методов предложена методика разработки моделей структуры системы управления на уровне экономики страны, отдельных отраслей, регионов, являющейся авторскими обоснованными предложениями, которые можно использовать в практической деятельности государственными институциональными структурами.

Ключевые слова: организация, структура управления, моделирование, система, макроуровень, методика, методы.

MODELING OF CONTROL STRUCTURES OF ORGANIZATION

Managing an organization in a rapidly changing market environment requires constant attention, both by academics and practitioners, because it is necessary to take into account the impact of a large number of factors in management decisions. Factors can be both external to the organization and internal. These factors include: changes in the legislative framework for the management of economic facilities, changes in the working conditions of organizations caused by the emergence of new products in the foreign and domestic markets, etc. The issue of building effective governance structures based on a systemic approach continues to be a pressing issue. The article considers the essence of the organization as a object of management, and also defines that this concept is understood not only by enterprises, firms, but also by meso-macrostructures, namely the region, the power; individual industries. This is an emphasis on approaches to understanding the essence of the structure. The research and justification is based on a systematic management approach. Approaches to modeling the organization's management structure at the production level have been analyzed and evaluated. When building the organization's management structure, the main element of the system is the management task. Management tasks are formed in complexes, are based on the common problems that need to be solved in the relevant functional areas of the organization's activities. Structural units of the organization are formed on the basis of combining tasks into complexes (subsystems). These complexes are formed on the basis of the functional affiliation of the relevant conditions of the organization's units. The formation of tasks in complexes excludes duplication of the functions of management staff, which makes it possible to determine the rational number of necessary employees. On this basis, the method of building the structure of the organization's management system at the level of the state economy, individual industries, regions, which is the author's well-founded proposals, which can be used in practical activities by state institutions.

Key words: organization, management structure, modeling, system, macro level, methodology, methods.

Prisyazhnyuk Anna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Kyiv National University of Trade and Economics

Присяжнюк А.Ю.

кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний торговельно-економічний університет

ANALYTICAL ASPECTS OF THE FINANCIAL POTENTIAL FOR CLUSTERING THE ECONOMY OF UKRAINE

The urgency of financial potential identification for clustering the economy of Ukraine is substantiated in the article. The research has been conducted in the following aspects: theoretical study of organizational provisions and economic nature of the clustering process. However, the main emphasis of scientific issues is concentrated in the field of financial support and realization of the financial potential of clustering. The structure of sources of financial potential of clustering the economy of Ukraine is considered. Priority potential financial resources for cluster initiatives, in particular resources of the banking sector, have been identified. The main indicators of financial potential are analyzed and recommendations for improving the efficiency of its implementation in the process of creating clusters are proposed.

Key words: financial potential, financial resources cluster, clustering, banking sector.

Formulation of the problem. Sustainable growth of Ukraine's economy and increase of its competitive position in the world are the dominant directions of the country's strategic development. As the world and domestic experience shows, the most effective forms of economic activation, innovative development, overcoming the problems of financial security, creating an environment of commercialization and generation of financial flows are cluster formations.

The clustering of Ukraine's economy will contribute to its structural restructuring through the concentration of regional and cross-border centers of business cooperation. Such changes in the economic system of the country require the search not only for new management approaches, but also determine the urgency of solving problems of financial potential in cluster development, which become especially relevant in the face of acute shortage of financial resources.

Analysis of recent research and publications. A critical review of scientific research in the field of clustering, including the problems of financial support of cluster initiatives, made it possible to identify a powerful theoretical and methodological basis formed in the works of V. Heiets [1], M. Voinarenko [2], A. Mazaraki [3], A. Pylypenko [4], H. Piatnytska [5–6], S. Sokolenko [7] Ye. Chernyshov [8], L. Fedulova [9–10]. Recognized luminaries on the clustering of the economy in Western scientific thought include E. Dahmen [12], D. Solier [13], J. Tolenado [14], K. Ketels [15] and others.

Formulation of the article goals. Despite the revived scientific interest in clusters, the problems of their financial support in theory and practice are dominated by a somewhat fragmentary analysis and selective approach to high-

light certain aspects of clustering, including those related to the effective realization of financial potential of cluster development and its progressive accumulation. The crisis situation in Ukraine, the latency of the financial sector and, accordingly, the weakness of the financial potential leave open a wide range of issues related to the clustering of Ukraine's economy. As a result, there is an objective need to develop new theoretical generalizations and approaches to solving the problems of strengthening the financial capacity to ensure clustering.

Given the above, the need for a more thorough study of theoretical and practical issues to find new alternative forms of growth of financial potential of clusters, their reproductive development, innovation and investment, financial and economic activities at all levels, has become decisive in shaping the purposes.

The purpose of the article is to substantiate and conduct an analytical assessment of problematic aspects of the financial potential of the creation and operation of clusters in Ukraine and a critical understanding of the vectors of further development of the clustering of the national economy.

Research results. In order to conduct a more thorough study, in our opinion, the process of cognition should be divided into the following segments: firstly, to conduct theoretical research on the economic nature of clusters and the mechanisms of their creation; secondly, to identify problematic aspects of the potential of financial support for the practical implementation of the clustering of Ukraine's economy.

The process of clustering is difficult to define as new among the existing approaches to economic development, but world practice proves its effectiveness. Retrospective

explication of the phenomenon of cluster organization of economic systems has a strong theoretical and historical basis. The modern concept of cluster organization of the economy is developing at the crossroads of several areas of economic theory. Its formation occurs primarily under the influence of theories of regional economy and spatial organization of the economy, theories of innovative development, institutional theory, economic sociology and strategic management [16].

The phenomenon of clustering was first studied by A. Marshall and Weber, who became the cornerstone of the theories of “industrial districts” (1920) and “industrial dislocation” (1929). Researchers have identified a trend toward the concentration of specialized companies in “industrial regions”. Further critical review of the economic literature suggests that the founder of the cluster theory of competitive advantage was M. Porter. M. Porter’s views on clusters were based on vertical or horizontal integration of counterparties. At the same time, such relationships involved the creation of joint innovations and investments, increasing the customer base, the presence of a single technological chain. According to M. Porter [17], a cluster is the “geographically close groups of interconnected companies and associated institutions in a particular industry, related by common technologies and skills”.

The views of the Swedish scientist E. Dachman on the cluster theory of economic development, which is based on the relationships of large multinational companies, which conditionally form “development blocks”, are interesting. In our opinion, this approach reflects the essence of the production and technological chain, when one industry acts as a recipient of products, which also serves as a producer for related sectors of the economy.

The theory of “lace” by French scientists J. Tolenado and D. Soulie, who considered the cluster as a center of unified technological links between industries and sectors of the economy, deserves attention [13-14]. Thus, the formation of lace occurs on the basis of innovation and technological interdependence of industries.

Domestic researcher of cluster development S. Sokolenko defines clusters in the following wording [7]: “a cluster is a territorial association of interdependent enterprises and institutions within the relevant industrial region, which direct their activities to the production of world-class products”. This approach to the definition of clusters fully reflects their economic essence, but the author focuses on regional concentration, which does not take into account cross-border cluster cooperation.

M. Voinarenko interprets the definition of a cluster as a territorial and sectoral voluntary association of enterprises that work closely with research institutions and local authorities in order to increase the competitiveness of their own products and economic growth of the region [2]. In our opinion, the author somewhat narrows the economic essence of the cluster, reflecting only its innovative and regional orientation.

In our opinion, the cluster can be considered as a stable system of interaction between businesses and stakeholders

within a regional or cross-border concentration in order to increase the efficiency of production, economic, financial, innovation and investment activities and meet the social demand of society.

It is clear that one of the key determinants of the creation and development of clusters is the financial security, so we will continue our study in terms of the second segment above, namely the identification of “bottlenecks” of financial potential in ensuring the clustering of the economy.

Thus, under the influence of significant geopolitical risks and uncertainty of the economic situation in the world, the financial sector of Ukraine has shown its vulnerability and weakness not only in the process of clustering, but also by virtually paralyzing the economic development of the country. In modern conditions, among the many problems of financial potential for clustering, the main one is the inability of the financial sector to provide the required amount of financial resources. The direct evidence of this is the dynamics of Ukraine’s debt obligations in recent years (Figure 1). Thus, the growth of debt and the global crisis of COVID-19 offset the financial potential of the state budget to ensure clustering.

Given the direct dependence of Ukraine’s financial potential on geopolitical financial risks, we have a rather unfavorable, sometimes threatening trend in the financial support of clustering and economic development in general. Extremely limited financial resources have led to increasing financial stress of the entire economic system.

Such financial stresses, sometimes financial shocks, have affected the volume and structure of capital investment in the economy, which form the financial potential of clustering. Thus, Figure 2 shows that the constant source of financial resources in the economic system are the own funds of enterprises. Also, significant sources of financial donation clustering in the overall structure of financial potential are bank loans.

However, the banking system in Ukraine is not a powerful player in structural and organizational projects (which are clustering projects). As of 2019, the banking sector of Ukraine concentrates its credit potential outside the real sector of the economy and, accordingly, clustering. Since 2015, the ratio of loans to GDP, i.e., the “financial depth of the economy”, has decreased and on January 1, 2019 has been 30%. For comparison: in 2014, this figure was 64%, in 2015 – 49% [16]. The participation of banks in the economy in the countries that structure it on the basis of clusters is much higher than in Ukraine.

The banking sector directs only 30% of loans to economic development, but the structure of these loans is also disappointing, as they are all aimed at those activities that have a short operating cycle and do not create high added value. Under such lending conditions, clustering of the economy and the 7% level of GDP declared by the government is not possible. Let us try to determine the inhibitory factors of lending to cluster initiatives (Table 1).

Also, the above problems of realization of credit potential of banks in the process of clustering should include the

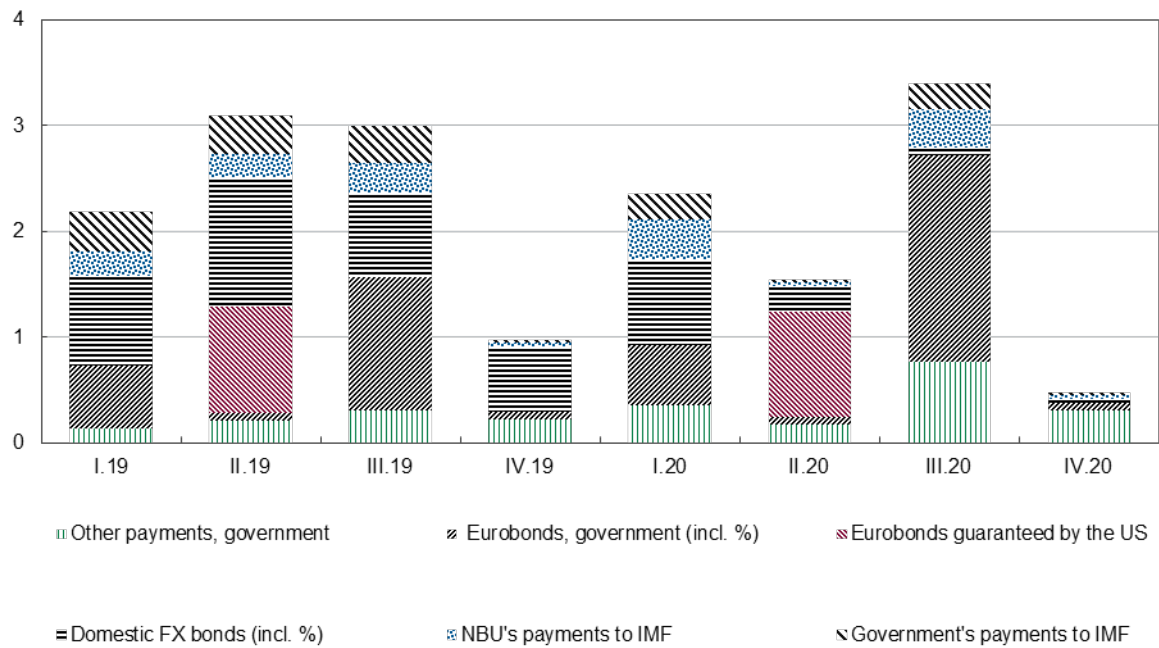


Figure 1. Public and publicly guaranteed FX debt repayments, bln USD

Source: [18]

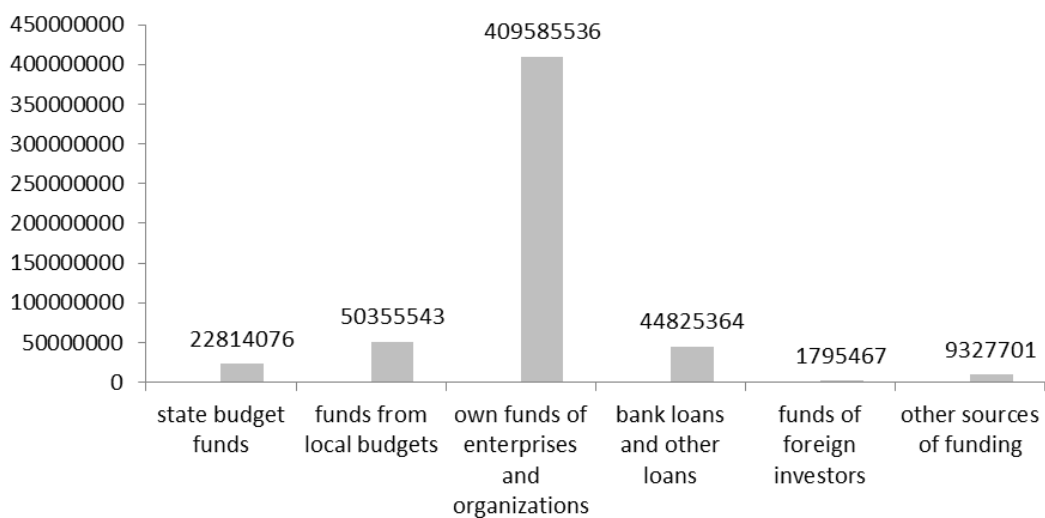


Figure 2. Capital investments in the economy of Ukraine in 2018, thousand UAH

Source: built by the author according to [18]

Table 1

Constraining factors of crediting the clustering process in Ukraine

Group of factors	Characteristics of factors
Systemic factors of financial potential	Inefficient judicial system and insecurity of creditors' rights, a small number of government programs to support clustering and SMEs, lack of monetary, non-monetary and tax incentives to promote the development of lending and investment in the economy.
Factors of the banking system	Debts of state-owned banks, low level of use of the IMF funds (for the last three years the country has not used more than 10 billion dollars), lack of state development institutions, reduction in the number of commercial banks.

Source: systematized by the author according to [18]

quality of the loan portfolio. This is due to strict regulations of the NBU on determining the amount of credit risk on active banking operations by the Ukrainian banks, which led to an increase in domestic government bonds and the NBU certificates of deposit as the dominant lending objects. Given the liquidity surplus of domestic banks, they are more willing to invest assets in such risk-free securities than in structural projects of cluster economic development.

Unfortunately, alternatives to the banking sector in the financial potential of clustering are difficult to find, as non-banking financial institutions, in particular decentralized funds, venture capital, insurance companies at the legislative level cannot be financial donors in clusters.

Conclusions. In order to improve the attraction of financial and credit resources in the development of the potential of financial support for the clustering of the economy of Ukraine, we propose to take the following measures:

1. To form a system of state support for the implementation of cluster projects through the mechanisms of providing soft loans and insurance guarantees.
2. Provide partial state compensation for interest paid on the loan by members of the cluster.

3. Creating a state system of motivation of financial institutions that participate in the financing of cluster projects.

To improve the financial security of clusters, it is also necessary to attract alternative sources of funding: non-bank financial institutions. Today, more than 62 non-bank funds are registered in Ukraine. The vast majority of them are created at the expense of foreign capital, but are engaged in financing mostly traditional processes. The Verkhovna Rada of Ukraine registered the draft Law of Ukraine "On Venture Activity in the Innovation Sphere" (registration No. 3710 dated June 21, 2007) but to this day, this bill has not even passed the first reading. Thus, in the future, venture companies may become a source of funding for clusters in Ukraine, but for their successful operation requires "resuscitation" of domestic legislation, financial and credit sphere, the insurance market.

Thus, in today's domestic conditions, the development of the national economy needs new impetus. Clusters can be an effective catalyst for economic growth, but as all the above shows, the intensification of cluster development is possible only if the full financial potential and government support.

References:

1. Heiets, V.M. (2016) *Ekonomika Ukrainy: kluchovi problemy i perspektyvy* [Ukrainian Economy: Key Issues and Prospects]. *Economics and Forecasting*, no. 1, pp. 7–22.
2. Voinarenko, M.P. (2011) *Klastery v instytutsiinii ekonomitsi: monohrafiia* [Clusters in the institutional economy: monograph]. Khmelnytskyi: KhNU, TOV «Triada-M», 502 p. (in Ukrainian)
3. Mazaraki, A.A. Melnyk, T.M., Yukhymenko, V.V., Kostiuhenko, V.M., & Kudyrko, L.P. (2012) *Innovatsiinyi potentsial Ukrainy: monohrafiia* [Innovative potential of Ukraine: monograph]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 592 p. (in Ukrainian)
4. Ivanov, Yu. B. & Pylypenko, A.A. *Dodatky do monohrafichnoho doslidzhennia* [Appendices to monographic research]. Available at: <http://aapil ho.ua/eeid> (accessed: 04.06.2020).
5. P'iatnytska, H.T. (2015) *Klasyfikatsiia klasteriv u systemi informatsiinoho zabezpechennia stratehii klasteryzatsii* [Classification of clusters in the information support system of clustering strategy], *Marketing and management of innovations*, no. 3, pp. 17–28.
6. P'iatnytska, H.T. (2016) *Naukovo-osvitni klasteri: vidmitni kharakterystyky ta peredumovy rozvytku* [Scientific-educational clusters: distinctive characteristics and preconditions of development]. *Marketynh i menedzhment innovatsii*, no. 3, pp. 12–20.
7. Sokolenko, S.I. *Suchasnyi ekonomichnyi rozvytok rehionu na osnovi innovatsiinykh promyslovykh klasteriv* [Modern economic development of the region on the basis of innovative industrial clusters]. Available at: <http://ucluster.org/sokolenko/2009/02/rozvytok-terytorialnoy-gromady-na-osnovi-klasternoy-modeli-vyrobnyctva/> (accessed 04.06.2020).
8. Chernyshova R.Ye. (2012) *Osvitni klasteri: rehionalnyi aspekt formuvannia kadrovoho potentsialu navchalnykh zakladiv systemy pisladyplomnoi pedahohichnoi osvity* [Educational clusters: regional aspect of forming the personnel potential of educational institutions of the postgraduate pedagogical education system], no. 3(106), pp. 36–45.
9. Fedulova, L.I., Nord, H.L. & Rudenko, N.O. (2012) *Formuvannia tekhnolohichnykh klasteriv yak tochok zrostan- nia ekonomiky Ukrainy: monohrafiia* [Formation of technological clusters as growth hotspots of Ukraine: monograph]. Mykolaiv: Ilion, 295 p. (in Ukrainian)
10. Fedulova, L.I. (2016) *Napriamy rozvytku rehionalnykh innovatsiinykh ekosystem v Ukraini* [Directions of development of regional innovative ecosystems in Ukraine]. *Current problems of the economy*, no. 7, pp. 240–248.
11. Dahmen, E. (1989) *Development Blocks in Industrial Economics. Industrial Dynamics: Technological, Organizational and Structural Change in Industrial and Firms*, pp. 109–121. (in English)
12. Soulie, D. (1989) *Filieres de Production et Integration Vertical. Annales des Mines, Janvier*, pp. 21–28. (in French)
13. Tolenado, J.A. (1978) *Propjs des Filires Industrielles. Revue d'Economie Industrielle*, vol. 6, pp. 149–158. (in French).
14. Ketels, Ch. (2013) *Recent Research on Competitiveness and Clusters: What Are Implications for Regional Policy?* *Cambridge Journal of Regions. Economy and Society Advance Access published*, May 7, pp. 1–16.
15. Shevchenko, A.V. (2014) *Teoretyko-metodolohichni osnovy formuvannia klasternoi modeli rozvytku v ekonomitsi* [Theoretical and Methodological Basis for the Formation of a Cluster Model of Development in Economics]. *Effective Economics*, no. 12. Available at: <http://aapil ho.ua/eeid>
16. Porter, M. (2005) *Konkurentsiya* [Competition]. Moscow: Izdatelskiy dom «Viliams, 608 p. (in Russian)
17. Prisyazhnyuk A. & Khmurova V. (2018) *Theoretical aspect of cluster change management. Science and education: trends and prospects: Collection of scientific articles*. New York: Ascona Publishing, pp. 265–268.

18. Zvit pro finansovu stabilnist [Financial Stability Report]. Available at: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=32236491 (accessed 04.06.2020).

Список літератури:

1. Геєць В.М. Економіка України: ключові проблеми і перспективи. *Економіка і прогнозування*. 2016. № 1. С. 7–22.
2. Войнаренко М.П. Кластери в інституційній економіці: монографія. Хмельницький: ХНУ, ТОВ «Триада-М», 2011. 502 с.
3. Мазаракі А.А. Інноваційний потенціал України: монографія та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2012. 592 с.
4. Іванов Ю.Б., Пилипенко А.А. Додатки до монографічного дослідження. URL: <http://aapil.ho.ua/eeid>
5. П'ятницька Г.Т. Класифікація кластерів у системі інформаційного забезпечення стратегії кластеризації. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С. 17–28.
6. П'ятницька Г.Т. Науково-освітні кластери: відмітні характеристики та передумови розвитку. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 3. С. 12–20.
8. Соколенко С. І. Сучасний економічний розвиток регіону на основі інноваційних промислових кластерів. URL: <http://ucluster.org/sokolenko/2009/02/rozvytok-terytorialnoj-gromady-na-osnovi-klasternoj-modeli-vyrobnyctva/>
9. Чернишова Р.Є. Освітні кластери: регіональний аспект формування кадрового потенціалу навчальних закладів системи післядипломної педагогічної освіти. *Постметодика*. 2012. № 3(106). С. 36–45.
10. Федулова Л.І. Формування технологічних кластерів як точок зростання економіки України: монографія. Руденко. Миколаїв: Іліон, 2012. 295 с.
11. Федулова Л.І. Напрями розвитку регіональних інноваційних екосистем в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 7. С. 240–248.
12. Dahmen E. Development Blocks in Industrial Economics Industrial Dynamics: Technological, Organizational and Structural Change in Industrial and Firms ; [edited by B. Carlsson. Boston and Dordrecht], 1989. P. 109–121.
13. Soulie D. Filieres de Production et Integration Vertical. *Annales des Mines*. Janvier 1989. P. 21–28.
14. Tolenado J. A. Propjs des Filires Industrielles. *Revue d'Economie Industrielle*. V. 6. 1978. P. 149–158.
15. Ketels Christian. Recent Research of Competitiveness and Clusters: What Are the Implications for Regional Policy. *Cambridge Journal of Regions. Economy and Society*. 2013.
16. Портер Майкл Конкуренция: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 608 с.
17. Prisyazhnyuk A. Theoretical aspect of cluster change management / A. Prisyazhnyuk, V. Khmurova. Science and education: trends and prospects. Collection of scientific articles. Ascona Publishing, New York, United States of America, 2018. 368 p. P. 265–268.
18. Звіт про фінансову стабільність. URL: https://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=32236491 (дата звернення 04.06.2020).

АНАЛИТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КЛАСТЕРИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

В статье обоснована актуальность идентификации финансового потенциала кластеризации экономики Украины. Исследование проведено в следующих аспектах: теоретическом исследовании организационных положений и экономической природы процесса кластеризации. Однако, основной акцент научной проблематики сосредоточено в плоскости финансового обеспечения и реализации финансового потенциала кластеризации. Рассмотрена структура источников финансового потенциала кластеризации экономики Украины. Выявлены приоритетные потенциальные финансовые ресурсы для обеспечения кластерных инициатив, в частности ресурсы банковского сектора. Проанализированы основные индикаторы финансового потенциала и предложены рекомендации по повышению эффективности его реализации в процессе создания кластеров.

Ключевые слова: финансовый потенциал, финансовые ресурсы, кластер, кластеризация, банковский сектор.

АНАЛІТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ КЛАСТЕРУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Стале зростання економіки України та підвищення її конкурентних позицій у світі є домінантним напрямом стратегічного розвитку держави. Як показує світовий та вітчизняний досвід, найбільш ефективною формою економічної активізації, інноваційного розвитку, подолання проблем фінансової безпеки, створення середовища комерціалізації та генерації фінансових потоків визначено кластерні утворення. Кластеризація економіки України сприятиме її структурній перебудові за рахунок концентрації регіональних і транскордонних осередків підприємницької співпраці. Такі зміни у економічній системі країни потребують пошуку не тільки нових підходів управлінського характеру, а й визначають нагальність вирішення проблем реалізації фінансового потенціалу в забезпеченні кластерного розвитку, які набувають особливої актуальності в умовах гострого дефіциту фінансових ресурсів. Доведено актуальність ідентифікації фінансового потенціалу кластеризації економіки України. Дослідження проведено у таких аспектах: теоретичному дослідженні організаційних положень та економічної природи процесу кластеризації. Проте, основний акцент наукової проблематики зосереджено в площині фінансового забезпечення та реалізації фінансового потенціалу кластеризації. Розглянуто структуру джерел фінансового потенціалу кластеризації економіки України. Виявлено пріоритетні потенційні фінансові ресурси для забезпечення кластерних ініціатив, зокрема ресурси банківського сектору. Проаналізовано основні індикатори фінансового потенціалу та запропоновано рекомендації щодо підвищення ефективності його реалізації в процесі створення кластерів. Обґрунтовано та проведено аналітичну оцінку проблемних аспектів фінансового потенціалу створення й функціонування кластерів в Україні й критично осмислено вектори подальшого розвитку джерел фінансового забезпечення кластеризації національної економіки. З метою покращення залучення фінансово-кредитних ресурсів у розвиток потенціалу фінансового забезпечення кластеризації економіки України пропонуємо вжити таких заходів: сформувати систему державної підтримки реалізації кластерних проектів через механізми надання пільгових кредитів та страхових гарантій; забезпечити часткову державну компенсацію відсотків сплачених по кредиту учасниками кластерного утворення; створення державної системи мотивації фінансово-кредитних установ, які приймають участь у фінансуванні кластерних проектів.

Ключові слова: фінансовий потенціал, фінансові ресурси, кластер, кластеризація, банківський сектор.

Чин Л.О.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії,
Полтавська державна аграрна академія

Chip Liydmyla

Poltava State Agrarian Academy

МАКРОЕКОНОМІЧНА КОН'ЮНКТУРА АГРАРНОГО РИНКУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У статті вдосконалено концептуальні підходи до сутності аграрного ринку. Виявлено особливості функціонування даного сегменту залежно від галузі. Доведено, що аграрний ринок розвивається, незважаючи на кризові економічні явища чи нестабільність, однак при цьому набуває нових рис та характеристик. Обґрунтовано, що кон'юнктура являє собою одну з головних ознак ринкових відносин, вона характеризує ринкову ситуацію, сформовану на основі співвідношення попиту й пропозиції, і дає змогу зробити висновок про стадії життєвого циклу товарів, суб'єктів ринку, галузей, цінову рівновагу. Виявлено основні чинники, які формують кон'юнктуру аграрного ринку, та особливості її функціонування в умовах нестабільності. Проведено діагностику сучасних тенденцій формування кон'юнктури аграрного ринку.

Ключові слова: ринок, аграрний ринок, кон'юнктура, макроекономічна рівновага, економічна нестабільність, тенденції розвитку, чинники формування кон'юнктури.

Постановка проблеми. Аграрний ринок являє собою складну систему, яка має низку взаємозв'язків із зовнішнім середовищем, а саме із суміжними галузями, конкурентами та споживачами майже з усього світу, постачальниками основних та оборотних засобів, фінансовими установами та іншими інституціями, які здійснюють позитивний або деструктивний вплив на дану сферу. Аграрний ринок функціонує, незважаючи на кризові економічні явища чи нестабільність, сільськогосподарська та продовольча продукція користується попитом попри спад економічної активності, інфляцію, безробіття, структурні зміни. Разом із тим даний сектор економіки є вкрай чутливим до будь-яких коливань, оскільки є дотичним із більшістю соціально-економічних систем.

Сьогодні світова економіка перебуває у черговій економічній кризі. Однак на відміну від попередніх дана ситуація зумовлена мало прогнозованим чинником – COVID-19, який підсилив існуючі соціально-економічні проблеми та створив нові. За таких умов кон'юнктура аграрного та агропродовольчого ринків досить швидко змінюється і стає непрогнозованою та незбалансованою. Виходячи із цього, дослідження питань попиту і пропозиції на аграрному ринку в умовах економічної нестабільності та кризи є вкрай актуальним та своєчасним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, що стосуються формування та збалансування кон'юнктури ринку, було й залишається одним із провідних напрямів економічного дослідження. Основополож-

никами теорії ринку та ринкової кон'юнктури можна вважати А. Сміта, Д. Рікардо, К. Джинні, А. Маршалла, М. Портера, Дж. Кейнса, С. Брю, К. Макконелла, Ф. Котлера, П. Самуельсона та ін. Ці дослідження не втрачають своєї актуальності, їхні економічні закони та концепції є базою для обґрунтування сучасних ринкових теорій. При цьому дані класичні постулати набувають нових значень залежно від галузі та чинників, які діють у конкретний час та в певних умовах.

Особливості формування кон'юнктури аграрного ринку відображено в працях В.Г. Андрійчука, О.В. Березіна, Л.М. Березіної, В.В. Зіновчука, Є.М. Кирилюка, П.М. Макаренка, М.Й. Маліка, П.Т. Саблука та ін. Кожен науковець розглядає аграрний ринок та його кон'юнктуру з різних точок зору та вносить свої корективи у загальноприйняту концепцію. Разом із тим науковці підкреслюють перманентність умов ринкових відносин, що зумовлює нестабільність у формуванні ринкової кон'юнктури і підкреслює необхідність проведення додаткових досліджень у даному напрямі.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування сутності аграрного ринку відповідно до нових умов господарювання, які характеризуються кризою та економічною нестабільністю, виявлення особливостей та чинників формування кон'юнктури аграрного ринку за таких умов, діагностика тенденцій, які характеризують сучасну кон'юнктуру ринку.

Виклад основного матеріалу. Дослідження кон'юнктури аграрного ринку в умовах економічної нестабільності має ґрунтуватися насамперед на виявленні

базових умов та особливостей розвитку безпосередньо аграрної галузі. Як зазначає Є.М. Кирилюк, «формування аграрного ринку відбувається відповідно до загальних закономірностей функціонування і розвитку ринкового механізму; аграрний ринок як певна система економічних відносин поряд з особливостями, що визначаються специфікою самого товару (аграрної продукції), має риси, властиві йому саме як частини цілісної ринкової системи (ринку), тому сутність самого аграрного ринку викристалізовується із загального розуміння економічної категорії «ринок». У науковій і спеціальній літературі довгий час тривали широкі дискусії щодо сутності й змістовної наповненості даної категорії, і на те були об'єктивні причини, оскільки ця категорія є досить ємною й уживається у декількох значеннях» [5, с. 2].

Саме поняття «ринок» прийнято розглядати як «тип господарських зв'язків між суб'єктами економічної системи» [3, с. 82]. У широкому розумінні «ринок є складником товарно-грошових відносин та являє собою сукупність відносин економічної власності з приводу вторинного привласнення й відповідного відчуження у сфері обміну через механізм цін на товари і послуги, механізм інфляції, а також державного та наддержавного регулювання цін, попиту і пропозиції» [6]. Також категорія «ринок» розглядається як «сукупність економічних відносин між ринковими суб'єктами з приводу купівлі-продажу ринкових об'єктів на визначеній території, за певний проміжок часу за умови вільного кон'юнктурного ціноутворення, обмеженого державного регулювання, свободи вибору і вільного розпорядження предметами купівлі-продажу в умовах обмежених ресурсів під впливом глобалізації економіки» [7, с. 171].

Аграрний ринок також у класичному розумінні являє собою сукупність відносин із приводу купівлі та продажу продукції, при цьому має низку особливостей. Досить комплексне трактування даній категорії надають науковці ННЦ «Інститут аграрної економіки»: «Аграрний ринок – це сфера взаємодії суб'єктів ринку із забезпечення виробництва і вільного руху сільськогосподарської продукції, продовольчих товарів, технологій, засобів виробництва і послуг для агропромислового комплексу, аграрної науково-технічної продукції» [8, с. 21]. Також ринок розглядається як «ефективний механізм задоволення потреб товаровиробників і запитів споживачів, найважливішою властивістю якого є те, що він виступає чутливим регулятором і координатором системи комерційних зусиль суб'єктів ринку, спрямованих на виробництво і реалізацію конкурентоспроможних агропродовольчих товарів для забезпечення продовольчої безпеки і формування експортного потенціалу держави» [4, с. 22]. У широкому розумінні агропродовольчий ринок – це «сукупність відносин, визначених у часі та просторі, з приводу купівлі-продажу сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки та побічної продукції, що об'єднані в складну ієрархічно впорядковану структуровану систему, яка охоплює підсистеми та сегменти, що можуть бути пов'язаними та непов'язаними між собою» [1, с. 58].

Отже, аграрний ринок є базисом агропродовольчого ринку і має всі ознаки класичного ринку, доповненого галузевими особливостями аграрної сфери. Кон'юнктура – це одна з головних ознак ринкових відносин, яка характеризує ринкову ситуацію, сформовану на основі співвідношення попиту й пропозиції, за її станом можна зробити висновок про стадії життєвого циклу товарів, суб'єктів ринку, галузей, цінову рівновагу. На кон'юнктуру аграрного ринку впливає низка чинників, які можна об'єднати в кілька груп: структурні, конкурентні, галузеві, маркетингові, організаційно-економічні, політичні. Структурні чинники впливають на ринок у цілому, оскільки характеризують поділ ринку на сектори і визначають місце аграрного сегменту у структурі економіки. Також ці чинники визначають стадію життєвого циклу ринку та його суб'єктів, можливість зростання на вибраному сегменті, наявність незадоволеного попиту та можливостей його задоволення.

Конкурентні чинники формування кон'юнктури можна розглядати з позиції моделі М. Портера, яка характеризує конкуренцію між існуючими конкурентами, можливість появи нових конкурентів та товарів-замінників, розглядаються постачальники та споживчі настрої. Щодо галузевих чинників, то в даній групі чинників доцільно розглянути особливості аграрного ринку, зокрема високий ступінь стандартизованості продукції, участь у ринкових відносинах аграрного сегменту всіх країн (одні виступають активними споживачами, інші – виробниками та основоположниками аграрної політики на світовому рівні). Виняткове значення мають маркетингові чинники формування кон'юнктури, оскільки в умовах перевиробництва продукції, у тому числі й аграрної, ефективні продажі напряму залежать від ефективності маркетингу (рис. 1).

Організаційно-економічні та політичні чинники у своїх взаємозв'язках забезпечують якомога ефективніше виконання ринком своїх функцій та роботу ринкового механізму. Головне завдання аграрної політики має полягати у формуванні продовольчої безпеки держави та здійсненні ефективного експорту за умов надлишку продукції, а також імпортування тих товарів, для виробництва яких відсутні ресурси або їх використання є надто дорогим.

Кон'юнктура аграрного ринку в умовах економічної нестабільності зміщується, й її рівновага є нестійкою та непрогнозованою. За таких умов формування стратегії розвитку аграрного сектору економіки у цілому та його окремих суб'єктів господарювання стає неможливим. Можна виділити низку особливостей формування кон'юнктури аграрного ринку в умовах економічної нестабільності:

- неможливість довгострокового планування, стратегія розвитку перетворюється на антикризову програму;
- управлінські рішення, прийняті в умовах нестабільності, носять короткостроковий і локальний характер;
- цінові стратегії формуються передусім залежно від платоспроможності попиту і вже після цього врахо-



Рис. 1. Характеристика чинників формування кон'юнктури аграрного ринку

Джерело: розроблено автором

вуючи чинник ефективності виробництва та продажу аграрної продукції;

відбувається перерозподіл ринку, з'являються нові лідери та аутсайдери ринку;

важливу роль починають відігравати ресурсозберігаючі технології, які сприятимуть зниженню витрат;

на перший план виходять соціальні аспекти купівлі-продажу аграрної продукції, оскільки головним завданням економіки і політики держави стає забезпечення мінімальних стандартів та підтримання продовольчої безпеки, на що відповідно реагує ринок.

Характеризуючи фактичну кон'юнктуру аграрного ринку та її зміни, доцільно розглянути світові обсяги виробництва, продажу, споживання, торговельний баланс, а також залишки продукції (табл. 1). Значну

питому вагу в структурі світового аграрного ринку займають круп'яні культури.

Ринок круп'яних культур суттєво зростає, що пов'язано насамперед зі збільшенням попиту на дану продукцію, спровоковану зростанням чисельності населення у світі. Так, обсяг виробництва круп'яної продукції у 2020/2021 маркетинговому році, за прогнозними даними, становитиме 2 780,5 млн т, що на 422,9 млн т, або на 17,9%, більше порівняно із 2011/2012 м. р. За рахунок залишків минулого року пропозиція даного виду аграрної продукції у 2020/2021 м. р. становитиме 3 663,3 млн т, що на 741,2 млн т, або на 25,4%, більше показника 2011/2012 м. р. Щодо міжнародної торгівлі, то протягом досліджуваного періоду кожного року спостерігається позитивне сальдо. Суттєво збільшуються запаси продукції, які у 2020/2021 м. р. становили

Світова кон'юнктура ринку круп'яної продукції у світі

Маркетинговий рік	Виробництво, млн т	Пропозиція, млн т	Споживання, млн т	Торгівля, млн т	Кінцеві запаси, млн т	Світовий коефіцієнт запасу до використання, %
2011/12	2357,6	2922,1	2321,0	322,5	597,0	25,6
2012/13	2317,9	2915,0	2332,2	318,2	594,0	24,3
2013/14	2557,5	3151,5	2449,1	363,7	673,6	26,9
2014/15	2607,9	3281,5	2507,8	377,0	770,7	30,2
2015/16	2583,2	3353,9	2550,5	393,0	797,8	30,5
2016/17	2661,8	3459,6	2613,5	406,6	844,0	31,9
2017/18	2696,9	3540,9	2649,5	422,7	884,7	33,0
2018/19	2648,7	3533,4	2677,8	410,4	871,9	32,4
2019/20	2710,9	3582,8	2689,4	423,7	882,7	32,5
2020/21	2780,5	3663,3	2732,4	433,0	926,8	32,9
Відхилення 2020/21 від 2011/12	422,9	741,2	411,4	110,6	329,8	X

Джерело: узагальнено автором за [2]

32,9%, тоді як у 2011/2012 м. р. цей показник становив 25,6%. Основними експортерами круп'яної продукції, зокрема пшениці, є Аргентина, Австралія, Канада, країни ЄС, Казахстан, Росія, Україна та США. Саме аграрна політика цих держав та їх пропозиція і споживання на аграрній продукції визначають кон'юнктуру світового ринку.

Таким чином, сучасна кон'юнктура аграрного ринку нині формується в умовах економічної нестабільності, що пов'язано зі світовою економічною кризою, викликаною пандемією коронавірусу. Окрім того, невизначеність умов господарювання пов'язана з несприятливими погодними умовами для ведення сільського господарства у світі та, зокрема, в Україні. Нині для більшості країн світу сільське господарство виступає донором для відновлення інших економічних сфер, що підкреслює вагомість аграрного сектору у світових соціально-економічних відносинах.

Висновки. Аграрний сектор економіки є провідною сферою, що забезпечує економічну безпеку та розвиток інших складників соціально-економічних систем як на локальному, так і на глобальному рівні.

Кон'юнктура аграрного ринку формується під дією як загальних, так і специфічних чинників. Зокрема, під час моделювання майбутньої рівноваги попиту і пропозиції слід урахувати структурні зміни в економіці, діяльність конкурентів, маркетингові стратегії, позиції основних гравців ринку, державну політику, зокрема у сфері протекціонізму, квотування, сертифікації, стандартизації, валютні курси, а також організаційно-економічні аспекти, які визначають умови господарювання на мікро- і макрорівні.

Загальні тенденції, що характеризують світову кон'юнктуру аграрного ринку, свідчать про суттєве зростання пропозиції аграрної продукції з відповідним зростанням обсягів споживання, міжнародна торгівля аграрною продукцією поживається, незважаючи на кризові явища та загальний спад економіки, на світовий аграрний ринок виходять нові гравці, які певним чином змінюють умови формування кон'юнктури.

Перспектива досліджень у цьому напрямі полягає в обґрунтуванні ефективних механізмів розвитку аграрного ринку в нових післякризових умовах під впливом глобалізації економіки.

Список літератури:

1. Bilan Yu.V., Nitsenko V.S., Samoilyk Iu.V. Conceptual modeling of agri-food market development under economy's globalization. *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 3(11). Ч. 1. С. 54–61.
2. World Food Situation. URL : <http://www.fao.org> (дата звернення: 09.06.2020).
3. Білецька Л.В., Білецький О.В., Савич В.І. Економічна теорія (політекономія, мікроекономіка, макроекономіка). Київ : Центр учбової літератури, 2009. 688 с.
4. Дудар Т.Г., Дудар В.Т. Формування маркетингу відносин суб'єктів агропродовольчого ринку на шляху подальшої євроінтеграції. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2016. Вип. 1(2). С. 134–141.
5. Кирилюк Є.М. Аграрний ринок як економічна категорія: сутнісні ознаки й особливості. *Агросвіт*. 2011. № 12. С. 2–10.
6. Маркс К., Энгельс Ф. Манифест Коммунистической партии. Москва : Политиздат, 1971. 64 с.
7. Самойлик Ю.В. Концептуальна сутність і структура агропродовольчого ринку. *Agricultural and Resource Economics : International Scientific E-Journal*. 2016. Vol. 2. № 4. Р. 161–173. URL: www.ares-journal.com (дата звернення: 09.06.2020).
8. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції : практичний посібник / В.М. Алексійчук та ін. ; за ред. П.Т. Саблука. Київ : ІАЕ УААН, 2000. 556 с.

References:

1. Bilan, Yu.V., Nitsenko, V.S., Samoilyk, Iu.V. (2017) Conceptual modeling of agri-food market development under economy's globalization. *Naukovyi visnyk Polissia*, no. 3(11), vol. 1, pp. 54–61.
2. World Food Situation. Available at: <http://www.fao.org> (accessed 09.06.2020).
3. Biletskaya L.V., Biletsky O.V., Savich V.I. (2009) *Ekonomichna teoriia* (Politekonomiia. Mikroekonomika, Makroekonomika) [Economic theory (Political Economy. Microeconomics, Macroeconomics)]. Kiev: Tsentr uchbovoi literatury, 688 p.
4. Dudar T.G., Dudar V.T. (2016) Formuvannia marketynhu vidnosyn subiektiv ahroprodovolchoho rynku na shliakhu podalshoi yevrointehratsii [Formation of marketing of relations of the subjects of the agri-food market on the way of further European integration]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Seriya: Ekonomika*, vol. 1(2), pp. 134–141.
5. Kirilyuk E.M. (2011) *Ahrarnyi rynek yak ekonomichna katehoriia: sutnisni oznaky y osoblyvosti* [The agricultural market as an economic category: essential features and features]. *Agrosvit*, vol. 12, pp. 2–10.
6. Marx K., Engels F. (1971) *Manyfest Kommunistycheskoi party* [Manifesto of the Communist Party]. M.: Politizdat, 64 p.
7. Samoylik Yu.V. (2016) *Kontseptualna sutnist i struktura ahroprodovolchoho rynku* [Conceptual essence and structure of the agri-food market]. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, vol. 2, no. 4, pp. 161–173. Available at: www.are-journal.com (accessed: 09.06.2020).
8. Aleksiychuk V.M., Ambrosov V.Y., Balanyuk I.F., Sabluk P.T. and others (2000) *Formuvannia ta funktsionuvannia rynku ahropromyslovoi produktsii: prakt. posib.* [Formation and functioning of the market of agri-industrial products: practical guide]. Kiev: IAE UAAS, 556 p.

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОНЬЮНКТУРА АГРАРНОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

В статье усовершенствованы концептуальные подходы к сущности аграрного рынка. Выявлены особенности функционирования данного сегмента в зависимости от отрасли. Доказано, что аграрный рынок развивается, несмотря на кризисные экономические явления или нестабильность, однако при этом приобретает новые черты и характеристики. Обосновано, что конъюнктура представляет собой один из главных признаков рыночных отношений, она характеризует рыночную ситуацию, сложившуюся на основе соотношения спроса и предложения, и позволяет сделать вывод о стадии жизненного цикла товаров, субъектов рынка, отраслей, ценовом равновесии. Выявлены основные факторы, которые формируют конъюнктуру аграрного рынка, и особенности ее функционирования в условиях нестабильности. Проведена диагностика современных тенденций формирования конъюнктуры аграрного рынка.

Ключевые слова: рынок, аграрный рынок, конъюнктура, макроэкономическое равновесие, экономическая нестабильность, тенденции развития, факторы формирования конъюнктуры.

MACROECONOMIC CONJUNCTURE OF THE AGRICULTURAL MARKET UNDER THE OF ECONOMIC INSTABILITY CONDITIONS

The conceptual approaches to the essence of the agricultural market have been improved in the article. The functioning peculiarities of this segment depending on the industry have been revealed. It has been proved that the agricultural market is developing despite the economic crisis or instability; however, it acquires new features and characteristics. It has been substantiated that the situation is one of the main features of market relations; it characterizes the market situation, formed on the basis of supply and demand, and allows drawing conclusions about the stages of the goods life cycle, market participants, industries, price equilibrium. The main factors that shape the situation of the agricultural market and the peculiarities of its functioning in conditions of instability have been identified. It has been proved that a lot of factors influence the situation in the agricultural market. These factors can be combined into several groups: structural, competitive, industrial, marketing, organizational and economic, political. The situation of the agricultural market under the economic instability conditions is shifting and its balance is unstable and unpredictable. Under such conditions, the strategy formation for the agricultural sector development is impossible. The formation of agrarian market conditions under economic instability conditions has many features: impossibility of long-term planning, development strategy turns into an anti-crisis program; management decisions made under instability conditions are short-term and local; pricing strategies are formed primarily depending on the solvency of demand, and secondly, taking into account the factor of production efficiency and agricultural products sale; there is a redistribution of the market, new market leaders and outsiders appear; resource-saving technologies are beginning to play an important role, which will help reduce costs; the social aspects of purchase and sale of agricultural products come to the fore, as the main task of the economy and policy of the state is to ensure minimum standards and maintenance. The up-to-date tendencies diagnostics of the agrarian market conjuncture formation has been carried out. It has been proved that today for most countries of the world agriculture is a donor for the renovation of other economic spheres, which emphasizes the importance of the agricultural sector in world socio-economic relations.

Key words: market, agrarian market, conjuncture, macroeconomic equilibrium, economic instability, development tendencies, factors of conjuncture formation.

3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-4-14>

УДК 504:332

Білик В.В.

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри педагогічних наук,
освітнього і соціокультурного менеджменту,
Черкаський національний університет
імені Богдана Хмельницького

Bilyk Viktoria

Bohdan Khmelnytsky Cherkasy National University

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ УПРАВЛІННЯ ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

У статті досліджено та проаналізовано сучасні стратегічні пріоритети управління економіко-екологічною безпекою на підприємстві. Виокремлено два основні рівні захисту навколишнього середовища і населення від впливу виробничого об'єкта та продемонстровано їх у графічному вираженні. Проаналізовано напрями вдосконалення запропонованої системи управління еколого-економічною безпекою. Доведено, що створення системи управління еколого-економічною безпекою на основі ризику є найбільш ефективним методом управління еколого-економічною безпекою на рівні підприємства. Визначено стратегічні пріоритети управління еколого-економічною безпекою на основі ризику. Запропонована система управління еколого-економічною безпекою з урахуванням упровадження на вітчизняних підприємствах оцінки ризиків.

Ключові слова: безпека, еколого-економічна безпека, управління, пріоритети, ризик-менеджмент, навколишнє середовище.

Постановка проблеми. В умовах світової фінансово-економічної кризи загострилася конкуренція між підприємствами, особливо на світових ринках природних ресурсів, постачальниками продукції на які є й українські компанії. У зв'язку з цим показники екологізації виробництва все частіше використовуються в процесі конкурентної боротьби. За показниками енергоефективності та природоємності виробництва, а також за рівнем його екологізації українські підприємства значно поступаються своїм зарубіжним конкурентам.

Більшість вітчизняних великих підприємств належать до «екологічно небезпечних підприємств», які роблять найбільший внесок у погіршення екологічної обстановки в регіонах свого розташування. Чинний механізм екологічного нормування й економічного стимулювання екологізації виробництва є неефективним. Тому сучасна реформа державного управління охороною навколишнього середовища повинна бути спрямована насамперед на зміну системи нормування і забезпечення економічних стимулів для переходу екологічно небезпечних підприємств на найкращі доступні технології.

Нині підсистема екологічного управління на підприємстві включена до складу виробничої підсистеми, не досить забезпечена ресурсами, не інтегрована з системою управління охороною праці та промисловою безпекою, слабо пов'язана із системою управління якістю. Внесок екологічного управління в зниження екологічних витрат виробництва і в підвищення результатів фінансово-господарської діяльності підприємства недооцінений.

Гармонізація екологічних вимог суспільства й інтересів бізнесу, підвищення конкурентоспроможності продукції експортно орієнтованих підприємств, реалізація реформи державного управління охороною навколишнього середовища вимагають адаптації методу економіко-екологічної реструктуризації управління насамперед у напрямі інтеграції підсистеми екологічного управління в загальну систему управління підприємством.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Аналіз літератури з проблематики дослідження показав, що наукові публікації з питань управління економіко-екологічною безпекою на підприємстві досить

різноманітні за підходами і тематикою й охоплюють широке коло проблем.

Теоретичні аспекти управління безпекою на підприємствах, зокрема економіко-екологічною, широко висвітлені в роботах вітчизняних і зарубіжних учених: О. Будрик, С. Дорогунцова, Т. Іванової, О. Ілляшенка, Г. Кудинова, А. Розенберга, Г. Розенберга, Л. Руснак та ін.

Відсутність комплексного підходу до методології управління економіко-екологічною безпекою підприємства, набору механізмів її проведення та адаптації до змін зовнішнього середовища також визначили актуальність теми дослідження.

Формулювання цілей статті. Метою нашого дослідження є визначення та аналіз сучасних стратегічних пріоритетів управління економіко-екологічною безпекою на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку система управління еколого-економічною безпекою в країні складається з двох частин (рівнів захисту навколишнього середовища і населення від впливу виробничого об'єкта) (рис. 1).

Перший рівень – державне управління еколого-економічною безпекою (приведення законодавства до світових стандартів, державне регулювання і нагляд, затвердження норм і нормативів для еколого-економічної безпеки виробничих об'єктів).

Другий рівень – управління еколого-економічною безпекою виробничого об'єкта (виконання норм, правил, вимог еколого-економічної безпеки на підприємствах) [3].

Є декілька напрямів удосконалення сформованої системи управління еколого-економічною безпекою [3]. На державному рівні – створення (у разі необхідності), зміна, доповнення, розширення законодавчої і нормативної бази, підвищення ефективності контрольної і наглядової діяльності державних органів у сфері еколого-економічної безпеки, зниження адміністративного тиску на підприємства тощо.

Найбільш ефективним методом управління еколого-економічною безпекою на рівні підприємства є створення системи управління еколого-економічною безпекою на основі ризику – так званий ризик-менеджмент (менедж-

мент ризику) [2]. Держава законодавчо стверджує рівні ризику, які допустимі, а підприємство повинно відповідати цим рівням ризику. Методи досягнення цього рівня ризику на виробничому об'єкті вибирають самостійно.

Початок створення такої системи покладено у сфері пожежної безпеки (розрахунок ризиків, аудит пожежної безпеки тощо).

Стратегічні пріоритети управління еколого-економічною безпекою на основі ризику повинні складатися з нижченаведених елементів [5].

Політика еколого-економічної безпеки. Вище керівництво підприємства повинно визначити політику організації у сфері еколого-економічної безпеки з урахуванням небезпеки виробничого об'єкта (масштабів можливих аварій, збитків тощо), вона повинна включати зобов'язання щодо зниження ризику від вихідного стану, для цього повинні бути передбачені цільові і планові показники ризику. Політика промислового підприємства у сфері еколого-економічної безпеки повинна відповідати законодавству і раніше взятим організацією зобов'язанням. Вона повинна документально оформлятися, впроваджуватися, підтримуватися і доводитися до персоналу [6].

Планування:

- ризикові аспекти (ідентифікація ризиків, на які організація може впливати);

- вимоги законодавства (облік законодавства, нормативів та інших вимог, з якими організація погодилася, під час визначення цільових і планових показників ризику тощо);

- цільові і планові показники ризику (установка і підтримка, документальне оформлення, узгодженість із законодавством, нормативними актами та політикою організації у сфері еколого-економічної безпеки);

- програма управління ризиком (повинна бути створена програма із досягнення цільових і планових показників ризику, яка містить розподіл відповідальності, засоби і терміни досягнення поставлених цілей);

- впровадження та функціонування (створення структури і розподіл відповідальності; навчання, обізнаність та компетентність персоналу організації в галузі промислової безпеки; зв'язок усередині організації і зовнішній зв'язок; документація системи ризик-менеджменту й управління документацією; управління операціями; підготовленість до аварійних ситуацій);

- проведення перевірок і коригувальних дій (моніторинг і зміни; процес реєстрації даних про ризик і їх постійна актуалізація; аудит системи ризик-менеджменту; аналіз із боку керівництва) [4].

Система управління еколого-економічною безпекою з урахуванням впровадження на виробничих об'єктах оцінки ризиків буде мати вигляд, наведений на рис. 2.

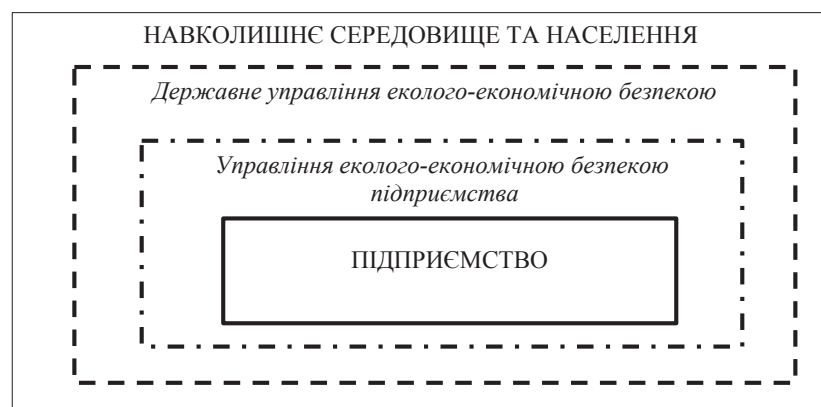


Рис. 1. Рівні захисту навколишнього середовища та населення від впливу діяльності підприємства

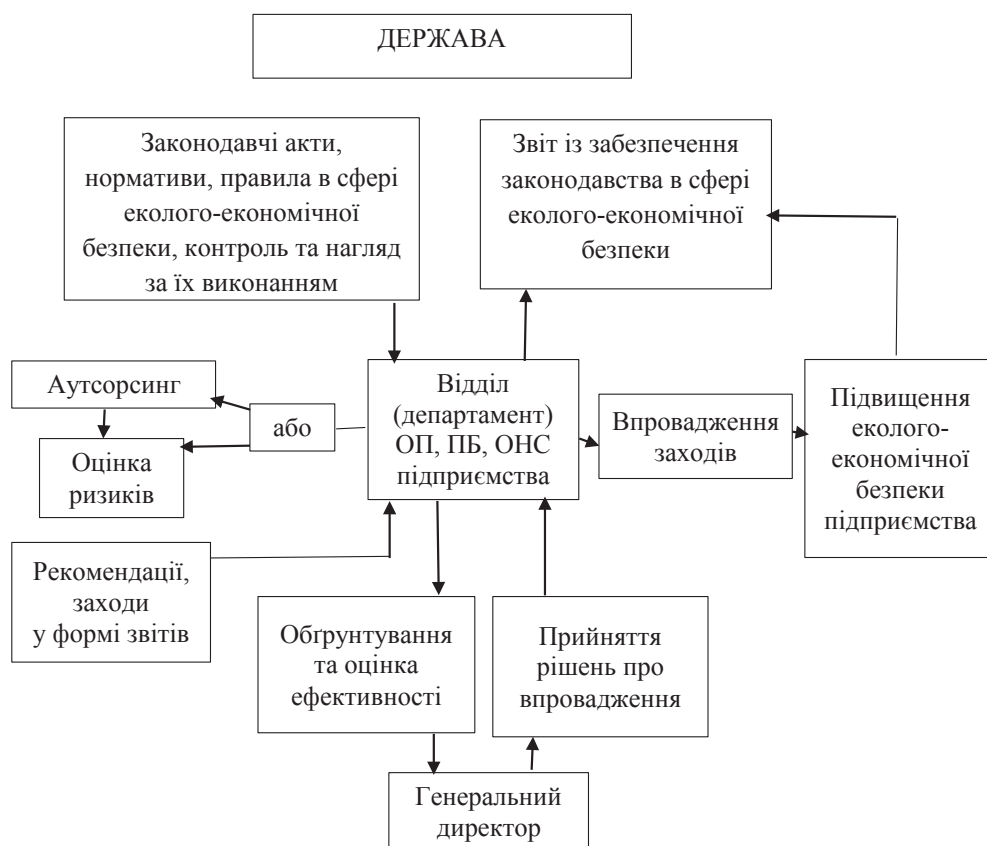


Рис. 2. Система управління еколого-економічною безпекою з урахуванням упровадження на підприємствах оцінки ризиків

На великих підприємствах така функція оцінки ризиків та вибору заходів щодо їх зниження може бути покладена на підрозділи, які відповідають за технічну безпеку. На відносно малих і середніх підприємствах функція може бути передана на аутсорсинг спеціалізованим організаціям, що мають відповідні ліцензії. Фахівці з управління еколого-економічною безпекою повинні пройти необхідну підготовку [7].

Висновки. У кінцевому підсумку впровадження системи ризик-менеджменту на підприємствах, особливо в інтегровані системи менеджменту (ІСМ), приводить до зниження еколого-економічної небезпеки підприємств, підвищення захищеності навколишнього середовища і населення від можливих аварій, підвищення компетентності персоналу і населення у сфері еколого-економічної безпеки, поліпшення іміджу виробничого об'єкта.

Список літератури:

1. Дорогунцов С.І., Федорищева А.М. Державне регулювання техногенно-екологічної безпеки в регіонах України. *Економіка України*. 2002. № 4. С. 70–76.
2. Закону України «Про національну безпеку України» № 2469-VIII, від 21.06.2018 р.
3. Іванова Т.В. Екологічна безпека як складова системи державного регулювання природокористування. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 1. С. 104–107.
4. Ілляшенко О.В., Будрик О.І. Еколого-економічна безпека підприємства: теоретичні аспекти. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2017. Вип. 1(25). С. 72–82.
5. Кудинова Г.Е., Розенберг А.Г., Розенберг Г.С. Экологическая модернизация: становление, современное состояние и перспективы. *Самарская Лука: проблемы региональной и глобальной экологии*. 2013. Т. 22. № 2. С. 5–26.
6. Руснак Л.Р. Фактори загроз зовнішнього середовища економічної безпеки підприємства. *Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук «Економічна наука XXI століття: реалії та перспективи. Наукова організація «Перспектива»*. 2013. Част. II. 125–129 с.
7. Сутність екологічної безпеки і її вплив на розвиток в умовах глобалізації. URL: <http://articleks.com/node/2994> (дата звернення 12.05.2020).

References:

1. Dorohuntsov S.I., Fedoryshcheva A.M. (2002) Derzhavne rehulyuvannya tekhnogenno-ekolohichnoyi bezpeky v rehionakh Ukrayiny [State regulation of technogenic and ecological safety in the regions of Ukraine]. *Ukraine economy*, № 4, pp. 70–76.
2. The Verkhovna Rada of Ukraine (2018) The Law of Ukraine “On National Security of Ukraine”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19> (accessed 12 May 2020).
3. Ivanova T.V. (2011) Ekolohichna bezpeka yak skladova systemy derzhavnoho rehulyuvannya pryrodokorystuvannya [Ecological safety as a component of the system of state regulation of nature management]. *Investments: practice and experience*, vol. 1, pp. 104–107.
4. Illyashenko O.V., Budryk O.I. (2017) Ekologo-ekonomichna bezpeka pidpryemstva: teoretychni aspekty [Ecological and economic security of the enterprise: theoretical aspects]. *Economic strategy and prospects for the development of trade and services*, vyp. 1(25), pp. 72–82.
5. Kudina G.Ye., Rozenberg A.G., Rozenberg G.S. (2013) Ekologicheskaya modernizatsiya: stanovleniye, sovremennoye sostoyaniye i perspektivy [Environmental modernization: formation, current status and prospects]. *Samara Luka: problems of regional and global ecology*, t. 22, № 2, s. 5–26.
6. Rusnak L.R. (2013) Faktory zahroz zovnishn'oho seredovyshcha ekonomichnoyi bezpeky pidpryemstva [Factors of threats to the environment of economic security of the enterprise]. *Collection of scientific works on topical issues of economic sciences “Economic science of the XXI century: realities and prospects. Scientific organization “Perspective”, part II*, pp. 125–129.
7. The essence of environmental security and its impact on development in the context of globalization. URL: <http://articleks.com/node/2994> (accessed 12 May 2020).

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТЬЮ

В статье исследованы и проанализированы современные стратегические приоритеты управления эколого-экологической безопасностью на предприятии. Выделены два основных уровня защиты окружающей среды и населения от воздействия производственного объекта и продемонстрированы в графическом выражении. Проанализированы направления совершенствования предложенной системы управления эколого-экономической безопасностью. Доказано, что создание системы управления эколого-экономической безопасностью на основе риска является наиболее эффективным методом управления эколого-экономической безопасностью на уровне предприятия. Определены стратегические приоритеты управления эколого-экономической безопасностью на основе риска. Предложена система управления эколого-экономической безопасностью с учетом внедрения на отечественных предприятиях оценки рисков.

Ключевые слова: безопасность, эколого-экономическая безопасность, управление, приоритеты, риск-менеджмент, окружающая среда.

MODERN STRATEGIC PRIORITIES OF ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC SAFETY MANAGEMENT

In the context of the global financial and economic crisis, competition between enterprises has intensified, especially in the world markets of natural resources, suppliers of products to which are Ukrainian companies. In this regard, the indicators of greening of production are increasingly used in the process of competition. In terms of energy efficiency and natural capacity of production, as well as the level of its greening, Ukrainian companies are significantly inferior to their foreign competitors. The lack of a comprehensive approach to the methodology of economic and environmental safety management of the enterprise, a set of mechanisms for its implementation and adaptation to changes in the environment also determined the relevance of the research topic. The theoretical and methodological basis of the study are scientific approaches, principles and concepts presented in the works of foreign and domestic scientists on the management of environmental and economic safety of the enterprise. The article explores and analyzes the current strategic priorities of economic and environmental safety management at the enterprise. Two main levels of protection of the environment and the population from the impact of the production facility are identified and demonstrated in graphical terms. The directions of improvement of the offered system of management of ecological and economic safety are analyzed. It is proved that the creation of a risk-based environmental and economic safety management system is the most effective method of environmental and economic safety management at the enterprise level. Strategic priorities of risk-based environmental and economic safety management are identified. The system of management of ecological and economic safety is offered taking into account introduction at the domestic enterprises of a risk assessment. It is concluded that the introduction of risk management systems in enterprises, especially in integrated management systems (ISM), reduces the environmental and economic danger of enterprises, increases the protection of the environment and the population from possible accidents, increases the competence of staff and population in environmental and economic safety, improving the image of the production facility.

Key words: safety, ecological and economic safety, management, priorities, risk management, environment.

Бойченко К.С.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Boichenko Kateryna

SHEE «Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman»

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕГРОВАНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Метою дослідження є визначення напрямів підвищення ефективності інституціонального забезпечення державного регулювання інтегрованого розвитку вітчизняних підприємств легкої промисловості з урахуванням зарубіжного досвіду. Встановлено, що в країнах-лідерах галузі, що розвиваються, легка промисловість була оголошена пріоритетним напрямом для розвитку національної економіки. Запропоновано авторське бачення інституційного забезпечення державного регулювання інтегрованого розвитку підприємств легкої промисловості України. Сформовано рекомендації щодо підвищення рівня інституціонального забезпечення інтегрованого розвитку вітчизняних компаній. Визначено низку можливостей, які дає змогу реалізувати інституціональне забезпечення розвитку підприємств легкої промисловості в контексті його інтегрованості.

Ключові слова: інтегрований розвиток, інституціональне забезпечення, конкуренція, ефективність, управління.

Постановка проблеми. Процес удосконалення інтегрованого розвитку підприємств легкої промисловості є ключовим фактором інституційного економічного перетворення. Залежно від поставлених цілей підприємства можуть підвищувати свою внутрішню інтегрованість, а також об'єднуватися в інтегровані господарські кластери та комплекси на принципах концентрації виробництва та капіталу. Переваги від таких перетворень, спрямованих на зовнішню інтегрованість бізнесу, досягаються шляхом об'єднання підприємств різних організаційно-правових форм для досягнення спільних цілей. При цьому важливим є завдання не лише підвищення рівня потенціалу перспективних зв'язків, але і їх розвитку, поглиблення інтегрованості технологічно пов'язаних виробництв, переорієнтації економічних інтересів і мотивів поведінки суб'єктів господарювання. Все потребує урахування пріоритетності інституціонального забезпечення розвитку вітчизняних компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Б. Гардас, Р. Раут, Б. Нархеде [1, с. 98], Н. Заріцька [2, с. 129], В. Копельчук [3, с. 288] підкреслюють, що відсутність ефективної державної політики і погана інфраструктура є значними бар'єрами, які вимагають максимальної уваги з боку осіб, що приймають рішення, для досягнення стійкості в розвитку текстильної та швейної промисловості.

В. Цай [4, с. 2072] вважає, що з на основі впровадження Індустрії 4.0. на підприємствах легкої промис-

ловості відбувається не тільки оптимізація виробничих процесів, а й ефективний контроль промислового забруднення за допомогою обслуговування даних і моніторингу. Л. Дейнеко, О. Кушніренко, О. Ціпліцька [5, с. 9] підтверджують, що цьому також повинна сприяти інституційна підтримка компаній.

К. Мунір, М. Айяз, Д. Леві, Х. Вілмотт [6, с. 564], В. Федорак [7, с. 231], Л. Збаразька [8, с. 12] вивчають роль мережі корпоративних, державних, багатосторонніх і громадських організацій, які виступають посередниками в управлінні глобальними виробничими мережами текстильних компаній у процесі їхнього інтегрованого розвитку.

Сучасні дослідники М. Мохуддін, М. Рашид, М. Аль Азад, Су З. [9, с. 86] розглядають підтримку бекшорінгу або решорінгу, як ключових детермінант виробничого інтегрованого оффшорінгу з країн, що розвиваються в країні з нижчим рівнем розвитку.

Ю. Огай, Ю. Мацумура, Й. Хошино [10, с. 12] аналізують переваги мережевої організації праці в межах японських бізнес-груп (кейретцу), акцентують увагу на їхній соціальній і економічній ефективності, пояснюючи її об'єднанням форм патерналізму з високою ефективністю ділової поведінки персоналу, зайнятого на різних рівнях організації в межах великих текстильних компаній і їхніх більш дрібних сателітів.

У нашому розумінні інституціональне забезпечення розвитку в контексті інтегрованості підприємств передбачає зміну внутрішньогалузевої структури виробництва

в напрямі збільшення випуску різноманітного асортименту виробів, конкурентоспроможних як на внутрішньому, так і на світовому ринках, мобілізацію оборотних коштів і здійснення єдиної інвестиційної промислової політики держави, що дає змогу зробити виробництво конкурентоспроможним. Це зумовлює необхідність формування механізмів аналізу, планування і стимулювання ефективності розвитку підприємств легкої промисловості. Однак, незважаючи на активне звернення до підвищення рівня інституціонального забезпечення, слід відзначити недостатній рівень досліджень у напрямі саме інтегрованого розвитку підприємств.

Формулювання цілей статті. Велика значущість зазначеної проблеми для вітчизняної легкої промисловості визначила вибір напрямку цього дослідження, необхідність осмислення, розроблення і використання нетрадиційних підходів до вирішення наявних і потенційних проблем підвищення ефективності інтегрованого розвитку компаній у легкій промисловості. Це зумовило мету цього дослідження – визначення напрямів підвищення ефективності інституціонального забезпечення державного регулювання інтегрованого розвитку вітчизняних підприємств легкої промисловості з урахуванням зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Орієнтація виробництва на стабільну й ефективну діяльність спрямована на вдосконалення та підвищення ефективності функціонування підприємств легкої промисловості з урахуванням факторів зовнішнього конкурентного середовища, з одного боку, і внутрішніх особливостей конкретного виробництва – з іншого. При цьому довгострокові інтереси держави диктують необхідність розвитку вітчизняної індустрії легкої промисловості, які зумовлені такими факторами:

- по-перше, легка промисловість України традиційно орієнтована на внутрішній ринок і з об'єктивних обставин, пов'язаних із забезпеченням умов життєдіяльності людини, завжди має певний рівень попиту;
- по-друге, легка промисловість повинна вирішити завдання самозабезпечення України найважливішими видами тканин, одягу і взуття для населення і речового майна для силових структур, що дасть змогу усунути загрозу економічній безпеці країни.

Процес удосконалення інтегрованого розвитку підприємств легкої промисловості виступає як фактор інституційного економічного перетворення. Залежно від поставлених цілей підприємства можуть об'єднуватися в інтегровані господарські кластери та комплекси на принципах концентрації виробництва й/або концентрації капіталу. Переваги від таких перетворень досягаються шляхом інтеграції, яка передбачає об'єднання підприємств різних організаційно-правових форм для досягнення спільних цілей.

Світовий досвід інституціонального забезпечення розвитку легкої промисловості демонструє основні характерні риси. Можливими шляхами застосування цього досвіду в Україні є характеристики розвитку легкої промисловості в окремих країнах.

Наприклад, у Німеччині підтримується тісний зв'язок текстильної промисловості з національними банками: «Bayerische Hypo-und Vereinsbank AG» (HVB), «Deutsche Bank AG», «Commerzbank AG» і «Dresdner Bank AG» [11, с. 5]. Вони активно взаємодіють щодо фінансування виробничих компаній. Банки беруть участь не тільки у фінансуванні інвестиційних проектів, а й в управлінні підприємствами. Німецькі текстильні компанії почали все більше впроваджувати схему, що базується на співробітництві з країнами СНД. Певною мірою це формує інтегрованість, яка отримала згодом назву «толінг», дала змогу скоротити витрати на робочу силу, що відобразилося на ціні кінцевої продукції. Подібне внутрішнє фінансування не може бути застосоване у вітчизняних умовах повною мірою, у зв'язку з обмеженістю банківських ресурсів. Однак інтегрованість з європейськими фінансово-промисловими групами дасть змогу привести технології виробництва текстильних товарів до світових стандартів.

У країнах Південно-Східної Азії інституціональне забезпечення інтегрованого розвитку підприємств легкої промисловості формується за рахунок залучення транснаціональних компаній та іноземних інвестицій, створення замкнутого технологічного циклу, оснащення сучасним високопродуктивним обладнанням, здійснення прямої підтримки експортерів, звільнення виробників від сплати митних зборів і податку на додану вартість на ввезену сировину і обладнання, а також розроблення та використання Кодексів корпоративної поведінки та етичних кодексів [12, с. 59].

Так, в Японії є такі мережеві структури: горизонтальні (між великими компаніями) та вертикальні (кей-ретцу), побудовані навколо великої спеціалізованої індустріальної корпорації, що охоплює значну кількість постачальників. Урядові банки та підконтрольні уряду торгові компанії підтримують центральну холдингову компанію [10, с. 7].

Для країн Східної Європи характерне розукрупнення підприємств, що супроводжується скороченням виробничих потужностей і зайнятості, кооперування з великими іноземними компаніями за допомогою виконання субпідрядних робіт (толінг), гарантія можливості репатріації прибутку і дивідендів після сплати податків, звільнення від сплати митних зборів основних засобів, що надходять як інвестиції у статутний фонд компанії, поступове зниження ставки рефінансування, девальвація національної валюти щодо євро, а також пошук нових зовнішніх ринків і проведення успішної лібералізації банківського сектору [13, с. 276].

Практика залучення ресурсів американськими текстильними компаніями не може бути застосована в Україні повною мірою внаслідок відсутності фондового ринку, вторинного ринку цінних паперів і низької концентрації капіталу.

У країнах, що розвиваються (наприклад, Туреччина, Індія), легка промисловість була оголошена пріоритетним напрямом для розвитку національної економіки. У більшості з них розроблені програми інноваційного

розвитку підгалузей легкої промисловості, які включають у себе заходи державної підтримки виробників. Узагальнення досвіду цих країн щодо інституціонального забезпечення у сфері інноваційних процесів в легкій промисловості зводиться до таких напрямів.

1. *Податкове та митне регулювання.* У Китаї виробникам продукції легкої промисловості надається пільговий режим оподаткування. У Туреччині ввезене для галузі обладнання не обкладається митом і ПДВ. У спеціальній економічній зоні «Онтустік» Республіки Казахстан передбачається повністю звільнити від корпоративного прибуткового податку організації текстильної та швейної галузей у межах інноваційно-інвестиційних проектів зі створення нових виробництв [14, с. 242]. Щодо ситуації в нашій державі, то, наприклад, згідно з Угодою України та Ізраїлю повинні скасувати всі мита на імпорту товарів, які класифікуються в групах 1–97 Гармонізованої системи.

2. *Пряма державна підтримка підприємств-експортерів.* У Туреччині експортерам надаються цільові пільгові кредити, повне або часткове повернення податків, включених у вартість експортної продукції, часткова компенсація витрат на наукові розробки (дослідження) щодо підвищення якості експортних виробів, страхування експортних операцій тощо.

3. *Створення інфраструктури бізнесу.* Китайські провінції і міста спеціалізуються на випуску певних видів виробів (тканини, трикотаж, панчішно-шкарпеткові вироби, одяг для жінок тощо). Для підтримки і підвищення конкурентоспроможності продукції, створення інноваційної основи розвитку галузі влади провінцій сприяють формуванню на своїх територіях розвитку інфраструктури бізнесу – технопарків, що включають в себе центри перевірки якості, сервісні, навчальні, інформаційні, логістичні центри та центри автоматизованого проектування моделей, науково-дослідних інститутів, що вивчають властивості тканин.

4. *Сприяння оновленню устаткування і технологій.* Наприклад, в Індії діє програма оновлення технологій для текстильної та джутової галузей легкої промисловості. Особливістю схеми є компенсація кредитної компанії (5%), що видала кошти підприємствам на оновлення технологій. Відсотки по закупівлі машин, зроблених на низькому технологічному рівні, не відшкодовуються. Виділяються концесійні позики на оновлення обладнання і технології [15, с. 181].

Бурхливий розвиток виробництв легкої промисловості в країнах, що розвиваються, за значної державної підтримки вплинув на перерозподіл продуктивних сил галузі. У розглянутих країнах також присутня інтегрована співпраця з конкурентами, між якими існують зв'язки зі спільного ведення наукових і технічних розробок, покликаних удосконалювати продукцію галузі. Ці підходи дозволили б в Україні проводити політику інтенсивної реструктуризації текстильної галузі та домогтися значних результатів у експансії текстильної продукції на світовий ринок.

За результатами дослідження зарубіжного досвіду та аналізу учасників і напрямів інтегрованого розвитку вітчизняних підприємств легкої промисловості запропоновано систему інституціонального забезпечення на основі державного регулювання (рис. 1).

Особливо важливе місце серед інструментів політики модернізації української економіки у сфері залучення іноземних інвестицій, на нашу думку, займає податкова політика. Вважаємо, що необхідно широко використовувати звільнення від податків на певний період. Низка пільг повинна спрямовуватися на впровадження високих технологій та збільшення експорту продукції. При цьому підприємства легкої промисловості повинні користуватися і митними пільгами. Також слід сформувати полегшений процес створення підприємств за участю іноземного капіталу в легкій промисловості і встановлення пільгового інвестування в особливих економічних зонах для високотехнологічних підприємств. Наприклад, зі світового досвіду відомі і створені вільні торгові зони, спеціальні економічні зони, відкриті міста, зони розвитку економіки і техніки, зони розвитку високих технологій тощо.

З огляду на те, що нині рівень технологічного розвитку надає досить широкий спектр способів обміну інформацією, компаніям необхідно регламентувати і цей аспект взаємин із метою запобігання ризиків витоку інформації.

Висновки. Інтегрований розвиток породжує синергізм ефективності діяльності, що виявляється в ефекті від єднання бізнес-процесів і потенціалів суб'єктів господарювання. Основними напрямками формування інституціонального забезпечення для підприємств текстильної та швейної промисловості України має бути сприяння створенню внутрішньофірмових корпоративних мереж. На підприємствах текстильного і швейного виробництва необхідно розвивати корпоративні відносини у внутрішньому бізнес-середовищі підприємств за допомогою розроблення і впровадження кодексів корпоративної етики та корпоративної поведінки. Кодекси допоможуть сформувати бажану корпоративну культуру; розуміння партнерами організації та персоналом загальних призначень і цілей, стратегій і засобів їх досягнення; визначення спільних цінностей, які підтримуються керівництвом і персоналом компанії. Ефективне інституціональне забезпечення інтегрованого розвитку дасть змогу побудувати ефективну систему зовнішніх і внутрішніх комунікацій, підвищить інвестиційну привабливість підприємств, поліпшить їхню репутацію, а отже, підвищить рівень конкурентоспроможності.

Інституціональне забезпечення розвитку підприємств легкої промисловості в контексті його інтегрованості дає змогу реалізувати такі можливості, як:

- формування інтегрованого інформаційного забезпечення;
- розширення ринків збуту, зокрема, через експорт;
- проведення ефективної кадрової політики;
- мобілізація оборотних коштів, що дає змогу економити на банківському кредиті;



Рис. 1. Інституціональне забезпечення державного регулювання інтегрованого розвитку підприємств легкої промисловості України

Джерело: сформовано автором

- комплексне технічне переозброєння виробництв, орієнтованих на випуск конкурентоспроможної продукції;
- підвищення оперативності виконання замовлень на продукцію на базі інформаційних технологій проектування напівфабрикатів і готової продукції;
- підвищення якості шляхом освоєння більш склад-

ної продукції на основі наукомістких технологій відповідно до напрямів швидкоплинної моди і вимог внутрішнього та зовнішнього ринків, а також її конкурентоспроможності;

- освоєння виробництва товарів народного споживання із заданим комплексом функціональних властивостей (гігієнічних, лікувальних тощо).

Список літератури:

1. Gardas B.B., Raut R.D., Narkhede B. Modelling the challenges to sustainability in the textile and apparel (T&A) sector: A Delphi-DEMATEL approach. *Sustainable Production and Consumption*. 2018. Т. 15. Рр. 96–108.
2. Заріцька Н.М. Структурно-динамічний аналіз сучасного стану розвитку легкої промисловості України. *Економіка та підприємництво*. 2019. № 42. С. 127–139.
3. Копельчук В. П. Механізм покращення інвестиційного потенціалу підприємств легкої промисловості. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. С. 288.
4. Tsai W. H. Green production planning and control for the textile industry by using mathematical programming and industry 4.0 techniques. *Energies*. 2018. Т. 11. Vol. 8. P. 2072.
5. Дейнеко Л. В., Кушніренко О.М., Ципліцька О.О. Впровадження СМАРТ технологій в текстильній та фешн індустрії. *KyivTex&Fashion*: матеріали III міжн. наук.-практ. конф. текстильних та фешн технологій, м. Київ, 31 жовтня 2019 р. Київ: КНУТД, 2019. С. 15–20.
6. Munir K., Ayaz M., Levy D.L., Willmott H. The role of intermediaries in governance of global production networks: Restructuring work relations in Pakistan's apparel industry. *Human Relations*. 2018. Vol. 4. Pp. 560–583.
7. Федорак В. І. Сучасні тенденції інноваційного розвитку підприємств легкої промисловості в умовах глобалізації. *Вчені записки університету КРОК. Серія: Економіка*. 2019. № 2. С. 231.
8. Збаразська Л.О. Напрями стратегії розвитку «смайт» промисловості в українських реаліях. *Економіка промисловості*. 2019. Т. 86. № 2. С. 12.
9. Mohiuddin M., Rashid M.M., Al Azad M.S., Su Z. Mohiuddin M. et al. Back-shoring or re-shoring: determinants of manufacturing offshoring from emerging to least developing countries (LDCs). *International Journal of Logistics Research and Applications*. 2019. Vol. 1. P. 78–97.
10. Ogai Y., Matsumura Y., Hoshino Y. Changing structures of B2B networks in the Japanese textile and apparel industry. *Fashion and Textiles*. 2020. Vol. 1. P. 1–20.
11. Peters R. Future Expectations of the German Textile Industry: The Role of Tradition on the Threshold of the Fourth Industrial Revolution. *RWTH AACHEN*. 2019. P. 8–16.
12. Le Q. A., Tran V. A., Nguyen Duc B. L. The Belt and Road Initiative and Its Perceived Impacts on the Textile and Garment Industry of Vietnam. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2019. Vol. 3. P. 59.
13. Stanojevic S., Bin Q., Jian C. Sino-EU15 Export Competition in Central and Eastern Europe: Is China Crowding Out Exports from the EU15? *Eastern European Economics*. 2020. Vol. 3. P. 264–282.
14. Ukubassova G. S., Toksanova A. N., Galieva A. K., Amirbekova A. B. The governmental support of the light industry in modern integration condition. *Karaganda University Bulletin*. 2019. Vol. 2(94). P. 242.
15. Abdullazizova K. N. Foreign experience of development of textile industry. *Theoretical & Applied Science*. 2018. Vol. 3. P. 178–183.

References:

1. Gardas B.B., Raut R.D., Narkhede B. (2018). Modelling the challenges to sustainability in the textile and apparel (T&A) sector: A Delphi-Dematel approach. *Sustainable Production and Consumption*, vol. 15, pp. 96–108.
2. Zaritska N. (2019). Strukturno-dynamichniy analiz suchasnoho stanu rozvytku lehkoï promyslovosti Ukrainy [Structural and dynamic analysis of the current state of development of light industry in Ukraine]. *Economics and entrepreneurship*, vol. 42, pp. 127–139.
3. Kopelchuk V. (2019). Mekhanizm pokrashchennia investytsiinoho potentsialu pidpriemstv lehkoï promyslovosti [Mechanism of improving the investment potential of light industry enterprises]. *Bulletin of Khmelnytsky National University*, p. 288.
4. Tsai W. H. (2018). Green production planning and control for the textile industry by using mathematical programming and industry 4.0 techniques. *Energies*, vol. 11, no. 8, p. 2072.
5. Deineko L.V., Kushnirenko O.M., Tsyplitska O.O. (2019). Vprovadzhennia SMART tekhnolohii v tekstylinii ta feshn industrii [Implementation of SMART technologies in the textile and fashion industry]. Proceedings of the *KyivTex&Fashion* (Kyiv, October 31, 2019). Kyiv: KNUTD, pp. 15–20.
6. Munir K., Ayaz M., Levy D.L., Willmott H. (2018). The role of intermediaries in governance of global production networks: Restructuring work relations in Pakistan's apparel industry. *Human Relations*, vol. 71, no. 4, pp. 560–583.
7. Fedorak V. (2019). Suchasni tendentsii innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv lehkoï promyslovosti v umovakh hlobalizatsii [Modern tendencies of innovative development of light industry enterprises in the conditions of globalization]. *Scientific notes of KROK University. Series: Economics*, vol. 2, p. 231.
8. Zbarazska L.O. (2019). Napriamy stratehii rozvytku «smart» promyslovosti v ukraïnskykh realiakh [Directions of strategy of development of “smart” industry in the Ukrainian realities]. *Industrial economics*, vol. 2, p. 12.
9. Mohiuddin M., Rashid M. M., Al Azad M. S., Su Z. (2019). Back-shoring or re-shoring: determinants of manufacturing offshoring from emerging to least developing countries (LDCs). *International Journal of Logistics Research and Applications*, vol. 22, no. 1, pp. 78–97.
10. Ogai Y., Matsumura Y., Hoshino Y. (2020). Changing structures of B2B networks in the Japanese textile and apparel industry. *Fashion and Textiles*, vol. 7, no. 1, pp. 1–20.
11. Peters R. (2019). Future Expectations of the German Textile Industry: The Role of Tradition on the Threshold of the Fourth Industrial Revolution. *RWTH AACHEN*, pp. 8–16.

12. Le Q.A., Tran V.A., Nguyen Duc B.L. (2019). The Belt and Road Initiative and Its Perceived Impacts on the Textile and Garment Industry of Vietnam. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, vol. 5, no. 3, p. 59.
13. Stanojevic S., Bin Q., Jian C. (2020). Sino-EU15 Export Competition in Central and Eastern Europe: Is China Crowding Out Exports from the EU15? *Eastern European Economics*, vol. 58, no. 3, pp. 264–282.
14. Ukubassova G.S., Toksanova A.N., Galieva A.K., Amirbekova A.B. (2019). The governmental support of the light industry in modern integration condition. *Karaganda University Bulletin*, vol. 2, no. 94, p. 242.
15. Abdullazizova, K.N. (2018). Foreign experience of development of textile industry. *Theoretical & Applied Science*, vol. 3, pp. 178–183.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНТЕГРИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Целью исследования является определение направлений повышения эффективности институционального обеспечения государственного регулирования интегрированного развития отечественных предприятий легкой промышленности с учетом зарубежного опыта. Установлено, что в развивающихся странах-лидерах отрасли легкая промышленность была объявлена приоритетным направлением для развития национальной экономики. Предложено авторское видение институционального обеспечения государственного регулирования интегрированного развития предприятий легкой промышленности Украины. Сформированы рекомендации по повышению уровня институционального обеспечения интегрированного развития отечественных компаний. Определен ряд возможностей, которые позволяют реализовать институциональное обеспечение развития предприятий легкой промышленности в контексте его интегрированности.

Ключевые слова: интегрированный развитие, институциональное обеспечение, конкуренция, эффективность, управление.

INSTITUTIONAL SUPPORT OF INTEGRATED DEVELOPMENT OF LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES

The purpose of this research was to determine the directions of increasing the efficiency of the institutional provision of the state regulation of the integrated development of domestic enterprises of light industry, taking into account foreign experience. The institutional support of development in the context of enterprise integration was identified as a transition to the change of the intra-industry structure of production in the direction of increasing the output of a wide range of products that could be competitive in both domestic and world markets, mobilization of working capital and implementation of a single investment industrial policy that would allow to make production competitive. The main features of world experience in institutional support of light industry development were defined. It was established that in developing countries-leaders of the industry, light industry had been declared as a priority area for the development of the national economy. The directions of institutional support in the field of innovation processes in light industry in the context of the experience of developing countries were identified: tax and customs regulation, direct state support to exporting enterprises, creation of business infrastructure, promotion of equipment and technology renewal. The author's vision of institutional support of state regulation of light industry integrated development in Ukraine was proposed. The recommendations on increasing the level of institutional support of domestic companies' integrated development were formulated. The main directions of formation of institutional support for enterprises of textile and sewing industry of Ukraine should be assistance in creation of interfirm corporate networks. At the enterprises of textile and sewing manufacture it was necessary to develop the corporate integrated relations in internal and external business environment of the enterprises by working out and introduction of codes of corporate ethics and corporate behavior. A number of opportunities were identified for the institutional support of light industry enterprises in the context of their integrated development.

Key words: integrated development, institutional support, competition, efficiency, management.

Галюк І.Б.кандидат економічних наук, доцент,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу**Кісь Г.Р.**кандидат економічних наук, доцент,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу**Haliuk Iryna, Kis Halyna**

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ ШЛЯХОМ ЗАСТОСУВАННЯ АНТИКРИЗОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ У ЛОГІСТИЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У статті авторами розглянуто питання оптимізації бізнес-діяльності підприємства, що є надзвичайно важливим в умовах нестабільності економічної системи та неможливості провадження діяльності традиційними способами господарювання. Актуальність теми дослідження полягає у пошуку шляхів забезпечення функціонування господарських одиниць в умовах кризи, які дадуть змогу мінімізувати негативні наслідки та активізувати позитивні фактори розвитку. Проаналізовано теоретичні основи забезпечення реалізації антикризового управління у сфері логістичної діяльності, розглянуто можливості застосування синтезу антикризового та логістичного управління як прогресивного методу підвищення ефективності діяльності господарської одиниці, визначено предметні сфери його реалізації в межах підприємства, вказано на окремі переваги використання антикризових інструментів у забезпеченні логістичного управління, окреслено перспективи подальшого застосування запропонованих підходів.

Ключові слова: кризова ситуація, антикризове управління, функціональні області, логістичне управління, ефективність діяльності.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки характеризується нестабільністю процесів, через що виникають труднощі у забезпеченні безперервного функціонування підприємств на стабільній основі. У відповідь на нові виклики, такі як пандемія, уповільнення чи повна зупинка виробництва, складнощі реалізації продукції, підприємствам необхідно застосовувати нові підходи, практики використання яких, можливо, і не було. Однак необхідність оптимізації бізнес-процесів вимагає нових рішень, нових способів застосування знайомих практик, нових підходів до забезпечення перебігу бізнес-процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теорія антикризового управління розкрита у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Належна увага інструментарію антикризового управління приділена у працях вітчизняних та зарубіжних авторів: С.К. Рамазанова, О.П. Степаненко, Л.А. Тимашова, Е.М. Короткова, Е.А. Уткіна. Науковцями розгорнуто досліджено природу кризових ситуацій та шляхів виходу з них залежно від типу кризи та етапу життєвого циклу самого підприємства.

Проблематика логістичного управління висвітлена у працях науковців: С.В. Крикавського, Н.І. Чухрай, Н.В. Чернописької, В.М. Макарова, Дж. Цойла, Е. Барді, Дж. Ланглея та інших.

Застосування антикризових прийомів щодо логістичного управління висвітлено в одиничних працях українських дослідників, тому вважаємо, що ця проблематика потребує детальнішого вивчення.

Формулювання цілей статті. Основною метою цієї статті є дослідження можливостей застосування антикризового інструментарію для оптимізації бізнес-діяльності підприємств у руслі логістичного управління.

Виклад основного матеріалу. Антикризове управління покликане допомогти підприємству подолати проблеми, щоб запобігти кризовій ситуації, або, якщо криза вже торкнулася підприємства, вийти з неї з мінімальними втратами. Ця ідея є у більшості визначень цього терміна.

Так, Е.М. Коротков визначає антикризове управління як «управління, в якому належним чином налагоджено передбачення кризи, аналіз її симптомів, заходи з мінімізації негативного впливу і використання позитивних факторів для подальшого розвитку підприємства» [1, с. 9]. У цьому трактуванні автор окремо виділяє необхідність мінімізації негативних наслідків з одночасним застосуванням стимулюючих дій до активізації факторів, що сприяють розвитку.

У праці [2, с. 13] антикризовий менеджмент визначений як «складник загального менеджменту на під-

приємстві, використовує його кращі прийоми, засоби та інструменти, орієнтується на запобігання можливим ускладненням у діяльності підприємства, забезпечення його стабільного й успішного господарювання». Автор виокремлює поняття «кращих прийомів, засобів та інструментів», використання яких мінімізує настання кризової ситуації.

У праці [3, с. 22] наведено таке визначення: «Антикризове управління підприємством – це система управління підприємством, яка має комплексний, системний характер і спрямована на запобігання та усунення несприятливих для діяльності підприємства явищ за допомогою розроблення і реалізації на підприємстві спеціальних заходів, які мають стратегічний характер і дають змогу усунути тимчасові перешкоди, зберегти і примножити ринкові позиції». Автори включають до цього трактування поняття «спеціальних заходів» для подолання проблем, що мають тимчасовий характер.

На основі аналізу наведених визначень антикризового управління можна сформувати укрупнену схему процесу подолання проблем, ігнорування яких може призвести до кризи (рис. 1).

Суть цього підходу полягає у тому, щоб визначити ті прийоми, засоби та інструменти, які будуть дієвими для подолання кожної окремої проблеми із максимальним збереженням ресурсів та зменшенням втрат.

У руслі такого розгляду питання доцільним, на наш погляд, є покроковий процес ідентифікації тимчасової проблеми на кожному етапі господарської діяльності підприємства із визначенням можливих заходів їх вирішення та застосування різноманітних прийомів, засобів та інструментів, зокрема й логістичних.

Пропонуємо розглянути господарську діяльність у межах функціональних сфер логістики, таких як: закупівельна, виробнича, розподільна, транспортна й інформаційна [4, с. 35].

Слід зазначити, що оцінку і розгляд функціональних сфер логістики слід проводити із застосуванням системного підходу та з урахуванням взаємозв'язків і взаємовпливів між сферами.

У ситуації кризового попиту на продукцію система збуту потребує переналаштування і зміни традиційних підходів до реалізації та сервісного обслуговування на нові.

Вирішення цього питання у [5] пропонується шляхом розділення виробничих та сервісних потоків, що забезпечує у результаті підвищення ефективності роботи сфер виробництва і збутового сервісу та нарощення обсягів реалізації. Збутові технології повинні насамперед враховувати цінності, які є визначальними для споживача під час здійснення покупки. Одним із прикладів такої цінності є мінімальний час виконання замовлення на виробництво певного товару, час на очікування доставки тощо.

Розділення потоків передбачає стандартизацію окремих виробничих процесів, наприклад виробництво товарів простої конструкції, які нині можуть користуватися найбільшим попитом, на відміну від товарних категорій, актуальність яких у час кризи втрачено. Інакше кажучи, виокремлення «зеленої виробничої лінії» для цього товару. Простота конструкції дає змогу скоротити час виготовлення і збільшити швидкість передачі готових виробів клієнту. Це приводить до збільшення попиту, оскільки враховано цінність покупки для споживача.

Водночас слід враховувати, що у кризових ситуаціях надзвичайно важливим аспектом є раціональне використання ресурсів, зокрема обігових засобів. У сфері виробництва традиційно ефективною вважається економія на масштабах виробництва за рахунок розпорошування постійних витрат на більший обсяг продукції, що веде до зменшення собівартості одиниці продукції [6, с. 162–164]. Однак цей принцип є дієвим в умовах стабільності економічної системи. В умовах кризи цей підхід може бути змінений на підхід скорочення виробничих партій для задоволення наявного попиту. Такий підхід передбачає наближення виробничого процесу до змішаної системи «Канбан» та «Just-in-Time» [7, с. 122–124] як одних із самих ефективних систем виробничої логістики на макрорівні. Це передбачає виготовлення продукції невеликими партіями з

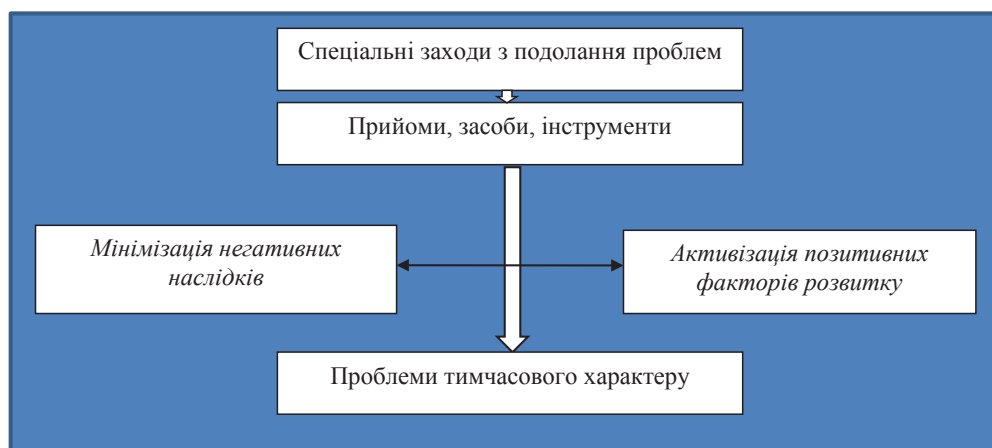


Рис. 1. Застосування спеціальних заходів для подолання проблем тимчасового характеру, що можуть призвести до кризової ситуації

одночасною передачею готової партії замовнику. Низка витрат при цьому зростає, а саме витрати на транспортування, що є одними з основних логістичних витрат. Однак у результаті можна отримати низку переваг, таких як:

- скорочення запасів сировини і матеріалів на складах, що приводить до зменшення витрат на утримання запасів;
- вивільнення складських площ, які можна використати для забезпечення інших цілей. У разі оренди зменшення необхідної площі складів веде до можливості винайму частини складу і зменшення орендної плати;
- скорочення запасів готової продукції до критичного мінімуму, що дає змогу скоротити витрати на їхнє зберігання;
- зменшення втрат від псування матеріалів, сировини та готової продукції на складах;
- зростання якості виробництва, оскільки в межах невеликих партій процес контролю якості стає простішим, тощо.

Таким чином, стратегія виробництва та обслуговування спрямована на роботу «під замовлення» із забезпеченням належного рівня сервісу.

Закупівельна сфера першою реагує на зміни шляхом скорочення обсягів необхідних закупівель сировини, матеріалів тощо. При цьому оптимізація бізнес-процесів повинна насамперед включати скорочення кількості контрагентів. Це дасть змогу скоротити сумарні витрати на обслуговування інформаційного потоку з роботи з постачальниками, у тому числі кількість залучених у процес працівників і, відповідно, всі пов'язані з цим витрати, такі як: заробітна плата, утримання робочих місць тощо.

Для визначення постачальників, з якими слід продовжити договірні відносини, доцільно використовувати АВС-аналіз, в основі якого лежить кількість та вартість матеріалів, що закуповуються.

Системний підхід до управління передбачає розгляд підприємства як єдиного цілого. Тому й оцінка ефективності діяльності повинна відбуватися стосовно загального результату діяльності.

Розрахунок оптимального розміру замовлення (ОРЗ) сировини і матеріалів, за якого досягається мінімум логістичних витрат, та розміру виробничого запасу проводиться згідно з формулою Уілсона [7, с. 10]:

$$\text{ОРЗ} = \sqrt{\frac{2DS}{h}}, \quad (1)$$

де D – потреба в матеріальних ресурсах за визначений період, нат. од.;

S – витрати щодо виконання замовлення сировини і матеріалів у розрахунку на одне постачання, грош. од.;

h – витрати зі зберігання одиниці ресурсу на складі, грош. од.

Реальні моделі управління запасами враховують інтенсивність виготовлення продукції та її споживання. Тому під час розрахунку ОРЗ до уваги слід взяти ці

параметри, внаслідок чого формула (1) набирає такого вигляду [8, с. 12]:

$$\text{ОРЗ} = \sqrt{\frac{2DS}{h(1 - I/P)}} \quad (2)$$

де I – інтенсивність споживання, нат. од./од. часу;

P – інтенсивність виготовлення (поповнення запасу), нат. од./од. часу.

В умовах стабільності економічних умов застосовують, як правило, детерміновані моделі управління запасами, в межах яких інтенсивність споживання ресурсів може з рівною ймовірністю приймати будь-які значення у заданому інтервалі. За ситуації мінливості споживання в умовах кризи доцільними є звернення до застосування стохастичних моделей управління запасами, інтенсивність споживання ресурсу в яких розглядається як випадкова величина, що розподіляється за нормальним законом.

Комбінація систем управління запасами з фіксованим розміром замовлення та фіксованим інтервалом часу між замовленнями передбачає у цьому разі, що розрахунок поточної партії поставки ($PЗ_{\text{пот}}$) проводиться з урахуванням випадкової величини споживання ресурсів у інтервалі $T_{\text{дост}}$. Розрахунок проводиться за формулою [8, с. 36]:

$$PЗ_{\text{пот}} = H_{\text{скл}} - H_{\text{тз}} + T_{\text{дост}} M_I + \delta_I \sqrt{T_{\text{дост}}} \xi (1 - P_c), \quad (3)$$

де $H_{\text{скл}}$ – ємність складу, нат. од.;

$H_{\text{тз}}$ – точка замовлення, нат. од.;

M_I – математичне очікування (середнє значення);

δ_I – середньоквадратичне відхилення випадкової величини;

P_c – ймовірність переповнення складу за час $T_{\text{дост}}$.

Розрахунок поточної партії замовлення максимально наближений до моделі з фіксованим розміром замовлення. Зміна розміру поточної поставки відбувається тільки за зміни параметрів розподілу випадкової величини – інтенсивності споживання ресурсу зі складу (M_I, δ_I), умов договору із постачальником ($T_{\text{дост}}$), параметрів управління запасами ($H_{\text{скл}}, P_c$). Однак значення $PЗ_{\text{пот}}$ у цьому разі не є оптимізованим, що зменшує ефективність застосування цього методу. Однак в умовах кризи та необхідності оптимізації бізнес-процесів у межах підприємства застосування таких методів є доцільним.

Таким чином, наведений підхід до оптимізації бізнес-діяльності підприємства в умовах кризи у розрізі управління в межах функціональних логістичних сфер дає змогу застосувати прийоми антикризового управління шляхом забезпечення мінімізації таких негативних наслідків, як: скорочення обсягів продажу; простій запасів на складах в очікуванні споживання; замороження обігових засобів у запасах; втрата клієнтури тощо.

Натомість активізація позитивних факторів розвитку проявляється у такому, як: утримання клієнтів за рахунок зміни товарної пропозиції; оптимізація витратного складника за рахунок скорочення витрат на утримання запасів сировини, матеріалів та готової продукції; скорочення інформаційного та документообігу

внаслідок скорочення кількості постачальників; підвищення якості виробництва тощо.

Реалізація запропонованого підходу передбачає використання таких методів, засобів та інструментів антикризового та логістичного управління, як: ABC-аналіз, метод визначення оптимального розміру замовлення, моделі управління запасами, методи визначення ефективності результатів діяльності, контролінг, аудит бізнес-процесів, диверсифікація, реінжиніринг.

Висновки. В умовах економічної кризи основним завданням господарюючої одиниці є створення ефективної

системи управління для запобігання кризовим ситуаціям. Запропонований підхід щодо оптимізації бізнес-діяльності підприємства враховує аспекти антикризового управління із застосуванням прийомів логістичного управління, що дає змогу оптимізувати діяльність із пристосуванням до нових умов функціонування, забезпечуючи при цьому допустимі втрати та можливості виходу на нові горизонти діяльності. Це питання потребує подальшого доопрацювання з метою розроблення більш конкретних механізмів адаптації підприємства до роботи у нових умовах, що слугуватиме темою наших подальших досліджень.

Список літератури:

1. Аतिकризисное управление / под ред. Э.М. Короткова. Москва: ИНФРА-М, 2000. 432 с.
2. Уткин Э.А. Антикризисное управление. Москва: Экмос, 1997. 400 с.
3. Рамазанов С.К., Степаненко О.П., Тимашова Л.А. Методи антикризового управління: монографія. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2004. 192 с.
4. Крикавський С.В., Чухрай Н.І., Чернописька Н.В. Логістика: компендіум і практикум. Київ: Кондор, 2009 р. 338 с.
5. Комберяков С. 5 способів оптимізувати бізнес в кризис. URL: <https://youtu.be/rKf0IQzNfU0> (дата звернення: 30.06.2020).
6. Основы экономической теории: учебник / за заг. ред. Л.С. Шевченко. Харків: Право, 2008. 448 с.
7. John J. Coyle, Edward J. Bardi, John C. Langley Jr. Zarządzanie logistyczne. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002, 734 s.
8. Макаров В.М. Модели и методы производственного менеджмента и логистики. Управление запасами: Практикум. Санкт-Петербург, 1998. 54 с.

References:

1. Antikrizisnoie upravleniie (2000). E.V. Korotkov (Ed.). Moskva: INFRA-M, 432 p.
2. Utkin E.A. (1997). Antikrizisnoie upravleniie. Moskva: Eksmos, 400 p.
3. Ramazanov S.K., Stepanenko O.P., Tymashova L.A. (2004). Metody antykrizovogo upravlinnia. Lugansk: Vyd-vo SNU im. V. Dalia, 192 p.
4. Krykavskii Y.V., Chuhrai N.I., Chornopyska N.V. (2009). Logistyka: kompedium i praktykum. Kyiv: Kondor, 338 p.
5. Komberiakov S. 5 ways to optimize your business in a crisis. Available at: <https://youtu.be/rKf0IQzNfU0> (accessed: 30.06.2020).
6. Osnovy ekonomichnoi teorii (2008). L.S. Shevchenko (Ed.). Harkiv: Pravo, 448 s.
7. John J. Coyle, Edward J. Bardi, John C. Langley Jr. Zarządzanie logistyczne. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2002, 734 s.
8. Makarov V.M. (1998). Modeli i metody proizvodstviennogo menedzmenta i logistiki. Upravleniie zapasami: praktikum. Sankt-Peterburg, 54 p.

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПУТЕМ ПРИМЕНЕНИЯ АНТИКРИЗИСНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В ЛОГИСТИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

В статье авторами рассмотрены вопросы оптимизации бизнес-деятельности предприятия, что является чрезвычайно важным в условиях нестабильности экономической системы и невозможности осуществления деятельности традиционными способами хозяйствования. Актуальность темы исследования заключается в поиске путей обеспечения функционирования хозяйственных единиц в условиях кризиса, которые позволят минимизировать негативные последствия и активизировать положительные факторы развития. Проанализированы теоретические основы обеспечения реализации антикризисного управления в сфере логистической деятельности, рассмотрены возможности применения синтеза антикризисного и логистического управления как прогрессивного метода повышения эффективности деятельности хозяйствующей единицы, определены предметные области его реализации в пределах предприятия, указано на отдельные преимущества использования антикризисных инструментов в обеспечении логистического управления, намечены перспективы дальнейшего применения предложенных подходов.

Ключевые слова: кризисная ситуация, антикризисное управление, функциональные области, логистическое управление, эффективность деятельности.

OPTIMIZATION OF BUSINESS ACTIVITY BY IMPLEMENTING ANTI-CRISIS TOOLS IN THE ENTERPRISE LOGISTICS MANAGEMENT

In this article, the authors consider the optimization of the business activities of an enterprise, which is extremely important in the context of the instability of the economic system and the impossibility of carrying out activities by traditional management methods. The situation of the current crisis is somewhat specific, as the crisis of each individual enterprise occurs in a global economic crisis, which requires specific approaches to addressing issues. The topic of research is important for finding ways to ensure the functioning of economic units in times of crisis, thereby minimizing negative impacts and harnessing positive development factors. Most companies find themselves in a situation of loss of their normal markets, reduced sales, slower working capital movement and lack of understanding of how to proceed. The authors point to the possibility of using crisis management tools as a determining factor in ensuring the effective functioning of the logistics management system in times of crisis. Analysis of the theoretical underpinnings of crisis management in logistics; to this end, a review of the work of scientists. In order to optimize the use of the limited resources of the enterprise, it is important that the United Nations system and the United Nations agencies involved in crisis prevention and logistics be used. According to the results of the analysis, the specifics of measures to overcome temporary problems, neglect of which can lead to a crisis situation. The authors consider the possibility of using the synthesis of crisis management and logistics as a progressive method of increasing the efficiency of a business unit, define the subject areas of its implementation within the enterprise. Highlight some of the benefits of using crisis management tools in logistics management, identify logistics and crisis management tools in the implementation of this approach: ABC analysis, method of determining optimal order size, Inventory management models, performance measurement, monitoring, business process audits, diversification, reorganization. It outlines the implications and prospects for the further application of the proposed approaches.

Key words: crisis, crisis management, functional areas, logistics management, efficiency.

DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-4-17>

УДК 339.138

Григорчук Т.В.

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри шоу-бізнесу,
Київський національний університет культури і мистецтв

Hryhorchuk Taras

Kyiv National University of Culture and Arts

НОСТАЛЬГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ ДОСЯГНЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ МАРКЕТИНГОВИХ ЦІЛЕЙ

Стаття присвячена підходам у пошуку ефективних стратегічних рішень у маркетинговій діяльності сучасних ринкових суб'єктів, які з успіхом використовують можливості ностальгії для утримання наявних і залучення нових споживачів до результатів своєї діяльності. Вказано, що вагомим стратегічним рішенням для них стає ностальгійний маркетинг, який спрямований на задоволення потреб споживачів, пов'язаних із минулими переживаннями, і на цій основі забезпечує емоційне піднесення учасників цільових ринків, що може суттєво сприяти споживчому попиту. У дослідженні виявлені передумови щодо можливостей успішного застосування ностальгійного маркетингу, які базуються на особливостях розвитку сучасного ринку. Сформульовані та артикульовані напрями досліджень щодо виявлення доцільності застосування ностальгійного маркетингу. Вказано на необхідність визначення цілей ностальгійного маркетингу та планованості його здійснення з метою запобігання виникненню негативних наслідків від його впровадження.

Ключові слова: ностальгія, ностальгійний маркетинг, стратегія маркетингу, психологічні аспекти маркетингової діяльності, поведінка споживачів.

Постановка проблеми. Здійснюючи пошук ефективних маркетингових заходів, суб'єкти сучасного ринку вдаються до різноманітних заходів із метою задоволення потреб цільових ринків. Як показує практика сьогодення,

чимало бізнесових та інших організацій у процесі формування власної пропозиції звертається до різноманітних людських почуттів, серед яких важливе місце посідає ностальгія, на основі якої розробляються програми маркетингу.

Ностальгія являє собою стан людини, що демонструє емоційну турбулентність, пов'язану з минулим, із превалювання позитивних відчуттів. На перший погляд вона має суто психологічну природу. Однак, намагаючись глибше осмислити цей феномен, ми розуміємо, що ностальгія виходить за межі середовища досліджень психології, а проникає у сфери інших наук, таких як філософія та економіка, зокрема маркетинг. Новітній філософський словник визначає ностальгію як «універсал культури, що віддзеркалює гострий досвід минулого як втрату» [1, с. 489]. У цьому визначенні наголошується на моральному значенні ностальгії, що пов'язане з особливостями емоційного сприйняття людиною властивостей свого буття в певних, найбільш вагомих для неї, часових вимірах; із наміром стверджувати себе в часі, що виражається як бажання умиротворення, щастя.

Ностальгія є предметом дискусій у сучасному соціально-економічному середовищі, оскільки широко присутня в ньому як емоційний досвід окремих людей чи навіть цілих поколінь. Відповідно, вона відіграє важливу роль в економічній системі загалом і в маркетингу зокрема. Завдяки ностальгії ринкові суб'єкти можуть ефективно спілкуватися зі споживачами в конкретних цільових ринках, досягаючи в такий спосіб висунутих цілей маркетингу та організації загалом. Насправді маркетинговій практиці відомі приклади, з яких видно, що все більше компаній використовують ностальгічну психологію споживачів як маркетингову стратегію. Завдяки сегментуванню ринку та впровадженню ностальгічної стратегії суб'єкти ринку можуть перетворити ностальгічний маркетинг у середовище для вираження та пропаганди культури ностальгії для того, щоб зробити їхню маркетингову діяльність більш успішною [2]. Ностальгічний маркетинг взаємодіє як із духовною культурою споживача, так і з іншими сферами споживчого вибору, безпосередньо пов'язаними з маркетингом і його комплексом. У міру поглиблення досліджень поведінки сучасних споживачів та впливу емоцій, що приносить ностальгія, стає очевидною актуальність її вивчення як маркетингового стратегічного чинника досягнення ринкового успіху окремих компаній і задоволення особливих потреб споживачів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідницька практика щодо вивчення феномена ностальгії вказує на значну різновекторність у його пізнанні. Зокрема, праці А. Морозова та А. Кравченко присвячені філософським і моральним аспектам ностальгії. У них вказано, що ностальгія базується на вибірковості пам'яті людини, завдяки якій встановлюються моральна традиція, соціальна та індивідуальна ідентичність, спадкоємність поколінь. Відповідно, сучасна людина повстає проти фактичного стану буття як певною мірою неправдивого та неаутентичного. Вона відчуває ностальгію за минулим як правильне і належне явище [3].

Сутність соціальної ностальгії активно досліджує професор Інституту соціології Російської академії наук Г. Зборовський. Автор трактує це явище як «створюваний post factum міф про суспільний лад, суспільні

відносини, спосіб життя, ідеали та цілі, властиві минулому» [4]. Ці твердження нам дуже цікаві з позицій реалізації споживчої поведінки. За допомогою такої поведінкової моделі, яка, вочевидь, містить як раціональні, так й ірраціональні компоненти почуттів, сучасний споживач отримує критерій для оцінювання теперішньої повсякденної реальності, завдяки чому конструює власний соціальний світ. Відповідно, якщо у часи соціальної стабільності та прогнозованості до сучасності приходять через майбутнє, то в час тотальної кризи, навпаки, теперішнє оживляється минулим, а індивід загалом живе нібито одним днем.

Особливо цікавими для нас є дослідження британського фахівця С. Гарвея, який розглядає ностальгію як окрему стратегію маркетингу, що спроможна забезпечити успіх маркетингової діяльності компанії. Автор стверджує, що результати досліджень вказують на те, що ностальгія дає життю людини відчуття спадкоємності та сенсу в міру її дорослішання. Саме тому зараз компанії починають усвідомлювати цінність ностальгії в рекламі як засобу переконання клієнтів розлучитися зі своїми заробленими грошима [5]. Результатами досліджень С. Гарвея ми користуватимемося нижче, щоб виявити орієнтири застосування його поглядів для суб'єктів вітчизняного ринку.

Досить широкий і різноплановий огляд щодо ностальгічного маркетингу здійснив китайський дослідник Р. Куї [6]. Автором звернено увагу на особливості споживчої поведінки людей, що відчувають ностальгію, для яких ностальгія часто стає визначальним чинником здійснення купівлі. Р. Куї продовжує розвивати ієрархічну модель професора Колумбійського університету М. Голбрука [7], який трактує споживчу ностальгію подібно до моделі А. Маслоу і показує її еволюцію від особистісного до віртуального рівня.

Загалом, зважаючи на поглиблений інтерес і різноплановість досліджень ностальгії, все більше дослідників активно долучаються до вивчення цього феномену. Однак, на нашу думку, вивчення ностальгії, а на основі одержаних даних розроблення маркетингових стратегічних рішень, здатних забезпечити досягнення маркетингових і управлінських цілей суб'єкта ринку, знаходиться ще на початковому рівні. Виявлені чинники дають нам змогу стверджувати, що вивчення ностальгії та розроблення способів її реалізації у стратегічних маркетингових рішеннях є актуальною проблемою і такою, що потребує вирішення в найближчому майбутньому. А це, своєю чергою, дає нам змогу висунути мету та завдання нашої статті.

Формування цілей статті базується на виявленні передумов використання ностальгічного маркетингу як важливого стратегічного чинника організації маркетингової діяльності організації, здатного забезпечити успішне її функціонування впродовж визначених періодів бізнесової активності, а також посідання бажаних позицій на ринку в конкурентному середовищі. Основними завданнями є такі: висунути власне визначення поняття ностальгічного маркетингу; охарактеризувати напрями аналізу передумов застосування ностальгіч-

ного маркетингу суб'єктами ринку; висунути пропозиції щодо ухвалення окремих стратегічних рішень у ностальгічному маркетингу.

Виклад основного матеріалу. Останні десятиліття XX і пройдені роки XXI століття яскраво демонструють нам значне зростання конкурентної боротьби практично у всіх галузях соціально-економічної та культурної діяльності людини. Сьогодні для найбільш повного віддзеркалення конкурентної боротьби використовують термін «гіперконкуренція», що вказує на ситуацію, коли ринкові суб'єкти у все більшій мірі піддаються сукупному впливу раніше ізольованих один від одного конкурентних чинників, що веде до виникнення багатоаспектної, динамічної та агресивної конкуренції [8]. Такий стан справ зумовлює пошук новітніх рішень, і насамперед рішень маркетингових, оскільки маркетингові інструменти в практиці діяльності провідних компаній вже давно довели свою результативність та ефективність, що викликало значну зацікавленість з боку бізнесу та навіть некомерційних організацій.

Сучасний маркетинг являє собою активну динамічну систему та окрему галузь прикладних знань. Динаміка вказаної системи зумовлена постійними змінами чинників макросередовища. Прикладні знання, своєю чергою, формують системи понять, уявлень, поведінки, тобто сучасну маркетингову парадигму, яка перебуває під впливом таких чинників:

- стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій приводить до зникнення географічних меж між ринками та перенесення конкурентної боротьби на світовий рівень;

- зростає загальний рівень та інтенсивність конкурентної боротьби (перевищення пропозиції над попитом на більшості ринків, закріплення панівного становища транснаціональних корпорацій на світовому ринку);

- ускладнюється ринкова поведінка споживачів (постійно ростуть вимоги до товарів і послуг, розмиваються традиційні моделі поведінки різних соціальних і вікових груп, що унеможливує прогнозування купівельної поведінки окремих індивідуумів на основі екстраполяції поведінки інших);

- нівелюються класичні конкурентні переваги (новітні технології, висококваліфікований персонал, методи управління і просування є однаково доступними для всіх потужних ринкових гравців), зникають відмінності між наявними на ринку товарами та послугами, у результаті чого конкуренція переходить на емоційний рівень;

- скорочується життєвий цикл товарів і послуг з одночасним розмиванням меж між окремими товарними категоріями (поява товарів-гібридів, наприклад, стільниковий телефон паралельно є комп'ютером) [9];

- формування попиту на товари та послуги змінило традиційні алгоритми через перманентну присутність пропозиції практично з усього світу.

Вказані вище чинники макросередовища знаходять свої віддзеркалення і на мікроекономічному рівні функціонування ринкових суб'єктів. Зокрема, це відображено у зміні характеру відносин із постачальни-

ками та маркетинговими посередниками (розвиток сучасних технологій комунікації дав змогу працювати на міжнародному рівні навіть представникам мікробізнесу). Ускладнюється робота з наявними клієнтами та залученням нових (навіть у невеликих населених пунктах) унаслідок постійного зростання вимог та потреб споживачів, складності з'ясування реальних споживчих мотивів та прихильностей. Посилення конкурентної боротьби проявляється навіть на локальних ринках, де відбувається вимивання місцевого бізнесу, оскільки неухильно зростає ринкова частка бізнес-конгломератів, міжнародних та національних мереж.

У результаті аналізу наведених вище чинників, які за своєю природою є економічними або такими, що в своїй основі є наслідком інженерної творчості, для добре організованого маркетингу виникає потреба в пошуку рішень в інших галузях знань. Зокрема, для успішних рішень щодо формування прихильності споживачів на рівні їхніх емоцій корисним стане використання психологічних підходів у маркетингу. Вони, як правило, здійснюються як на рівні базових психологічних знань для удосконалення власних маркетингових концепцій, так і шляхом безпосереднього використання психологічних інструментів у маркетинговій діяльності. Підтримуючи ці позиції, ми бачимо чималі можливості від використання психологічного складника в маркетинговій діяльності бізнесових організацій, зокрема через реалізацію ностальгічного маркетингу.

Узагальнюючи наведене вище та з метою запобігання різночитанням, ми пропонуємо трактувати ностальгічний маркетинг як комплекс стратегічних заходів організації, спрямованих на задоволення особливих потреб споживачів, що пов'язані з минулими переживаннями та хвилюваннями і спроможні забезпечувати емоційне піднесення людей, що належать до визначених цільових аудиторій.

У вказаному нами визначенні ми робимо акцент на стратегічному складнику емоційного маркетингу, що викликано низкою причин. По-перше, зважаючи на те, що маркетингова стратегія – це програма маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на цільових ринках, яка визначає принципові рішення для досягнення його маркетингових цілей. Відповідно, для ностальгічного маркетингу застосування масового, несеgmentованого маркетингу є практично неможливим, оскільки він неспроможний задовольнити потреби всіх споживачів. По-друге, має бути здійсненим стратегічний вибір, тобто реалізований процес комплексного прийняття рішення щодо генерації низки стратегічних альтернатив, які відповідають місії організації на ринку, її внутрішнім сильним та слабким сторонам, зовнішнім можливостям та загрозам, вибір оптимального набору стратегічних зон господарювання. По-третє, має бути сформована маркетингова стратегія з урахуванням особливостей ностальгічного маркетингу, тобто має бути: чітко визначений цільовий ринок, який однаково реагуватиме на комплекс маркетингу та демонструватиме прояви ностальгії на нього; сформовані підходи до позиціонування продуктів на

ринку; виявлено коло найближчих наявних і потенційних конкурентів, а також з'ясовані основні конкурентні переваги як власних продуктів, так і продуктів конкурентів.

Бренди з довгою історією і молоді компанії використовують бажання споживачів пережити незабутні моменти з минулого і випробувати давно забуті почуття. Прикладами тут слугують регулярні кампанії Coca-Cola, які щороку використовують ностальгію перед Різдом; акції McDonald's, де часто використовується національний колорит продуктів певної країни та її кулінарні традиції; а також постійна реалізація ностальгічних проектів компанії Disney. Однак слід пам'ятати, що середовище реалізації не є універсальним для всіх суб'єктів ринку. Приміром, компанії, які створюють технологічні продукти, відразу зорієнтовані на майбутнє та на його покращення, а не на минуле.

Якщо менеджмент організації все ж планує скористатися ностальгічним маркетингом, щоб забезпечити більшу привабливість для своїх клієнтів, йому, на нашу думку, слід спершу проаналізувати кілька важливих моментів, таких як: відповідність ідеї впровадження ностальгічного маркетингу меті діяльності організації; урахування особливостей цільової аудиторії; ностальгія і соціальні медіа; використання історії бренду; увага на деталях.

Необхідно знайти відповідність ідеї впровадження ностальгічного маркетингу меті діяльності організації. Очевидно, що, незалежно від теми та приводу, хороша маркетингова стратегія завжди повинна мати мету. Якщо менеджмент хоче ефективно використовувати ретро-ідеї у своїй подальшій маркетинговій діяльності, тоді необхідно поставити собі запитання на кшталт: «Що таке маркетинг із використанням емоцій ностальгії і чому це надійний чинник для забезпечення продажу наших продуктів?» Як змусити ностальгію добре працювати з наявною маркетинговою програмою та які функції потрібно буде додати, щоб привернути увагу цільової аудиторії? На нашу думку, деякі з найкращих причин використовувати ностальгію в маркетинговій діяльності включають:

- відродження товару чи послуги, виробництво яких було припинено в минулому, але які претендували на прихильність чи популярність;
- відзначення певних пам'ятних дат чи ювілею організації;
- надання бренду свіжого іміджу, щоб відновити його у свідомості аудиторії (наприклад, рестайлінг або ребрендинг);
- виділення змін у компанії, таких як співпраця з новим партнером, орієнтація на різні цілі бренду або рішення про зміну назви чи логотипу.

Однак у кожному разі слід переконатися, що в організації є вагома причина переходу до ностальгічного маркетингу. Буквально це означає, що будь-яке інше рішення вестиме до безумовних негативних результатів як маркетингової, так і господарської діяльності загалом.

Урахування особливостей цільової аудиторії. Запропоною будь-якої маркетингової кампанії є розуміння потреб та уподобань цільової аудиторії. Перш ніж зайнятися активною стратегією ностальгічного марке-

тингу, слід переконатися, що організації вдасться віддзеркалити ідеї правильного покоління, щоб задовольнити належну демографічну ситуацію. Слід урахувати віковий діапазон цільової аудиторії та переконатися, що є всі можливості для детального вивчення їхніх переваг.

Водночас треба переконатися, що будь-яка вибрана тактика ідеально поєднується з наявною, а всі комунікаційні повідомлення – з новими артикуляціями звернень до ринку. Адаптація до ретро-маркетингових ідей не обов'язково означає відмову від образу, створеного для організації. Чим глибше реалізовуватиметься послідовність, тим більш успішно можна переконувати клієнтів, пов'язати бренд із їхніми улюбленими спогадами.

Ностальгія і соціальні медіа. Якщо ностальгія є принадою для маркетингової діяльності організації, то соціальні медіа – це безпосередній інструмент. Це ідеальний спосіб ознайомити цільову аудиторію з вибраною стратегією, оскільки ностальгія – це суттєве емоційне переживання. Люди не хочуть насолоджуватися спогадами про ностальгічний образ, запах чи звук, вони хочуть мати можливість пов'язати своїх друзів та членів родини зі своїм досвідом.

У світі, де більшість покупців із переважною ймовірністю купують товар, який подобається їм на особистому рівні, ностальгічний маркетинг – це шанс зв'язатися з цільовою аудиторією через емоції, пов'язані з їхніми найглибшими, найбільш улюбленими спогадами. Переносючи цей досвід у соціальні медіа, миттєво збільшуєш вплив всього маркетингу організації через природні розмови про ці спогади.

Доцільно скористатися історією бренду. Якщо організація вже існує протягом певного часу, то чудовим способом посилити вплив вибраної маркетингової стратегії є використання значущої історії бренду. Наприклад, львівський бренд виробництва алкогольної продукції «Perlowa» зумів активно впровадити новостворені продукти у висококонкурентне середовище ринку спорідненої продукції та забезпечити високий рівень продажів на ринках Галичини з початку 2000-х років. Таким же підходом користуються навіть суб'єкти соціокультурної сфери, відроджуючи та переносючи на тло сучасності знамениті імена «Просвіти», «Бояна» та інших.

Слід тримати під контролем важливі деталі. Тут варто пам'ятати, що всю програму маркетингової діяльності не потрібно чітко вкладати в минуле. Насправді, як правило, сучасні лідери ностальгічного маркетингу поєднують ретро-концепції з новими ідеями, щоб зробити цей досвід більш привабливим та захоплюючим для споживачів. Наприклад, зірки сучасного шоу-бізнесу активно використовують поєднання традиційного національного колориту костюмів, оформлення сцени тощо з сучасним ритмами та сучасними технологіями загалом, щоб поєднати сучасний технологічний світ із ностальгічними концепціями, які вони використовують у своїх шоу. Однак найбільш важливою, ключовою деталлю в цьому разі є справжність, що являтиме собою основу маркетингової стратегії ностальгії. Тобто споживач має повірити в продукт через демонстрацію тієї чи іншої деталі.

Зрештою, маркетингові заходи з використанням ностальгії працюють, оскільки вони перегукуються з позитивними спогадами та улюбленими ідеалами минулого. Такі заходи дають змогу споживачам відтворити улюблені моменти свого минулого, ігноруючи стрес обов'язків та хаос, що супроводжує їх у сьогоденні. Чим краще споживач відчуватиме новий або старий бренд, тим більш відкрито він ставитиметься до повідомлень цієї компанії. Водночас, оскільки ностальгія змушує людину щось відчувати, можна з більшою ймовірністю стверджувати, що це спонукатиме її до певних дій. Коли бренди використовують креативність, щоб розвинути ностальгію для своєї аудиторії, вони з більшою ймовірністю досягнуть її на емоційному рівні, що є важливим для сильного маркетингу.

В епоху, яку наповнюють безособові цифрові зв'язки, ностальгія дає змогу брендам використовувати оптимістичні почуття, що виникають під час пригадування епізодів колишньої реальності. Посилання на минуле допомагають гуманізувати бренди, створюючи те відчуття приємної насолоди, яке відчуває практично кожна людина, коли думає про те, що було колись.

Ностальгія також є переконливим інструментом для залучення нових споживачів. Коли клієнти відчувають ностальгію, вони, природно, схильні ділитися своїми думками та почуттями. Наприклад, коли людина смакує якесь частування молодості, вона не хоче насолоджуватися ним самотійно, а хоче поділитися своїм досвідом з людьми, яких знає, які поділяють ті ж спогади, що і вона. Це робить ностальгію природним способом зробити залучення нових споживачів.

Звичайно, як і все інше у світі брендингу та маркетингу, ностальгія в маркетинговій діяльності, хоча й

може принести багато переваг організаціям, які правильно її використовують, також може привнести й певні ризики. Якщо менеджмент поспішає використати ностальгію без чітко сформованих ідей та планування, тоді швидше можна все зіпсувати, а не покращити свою репутацію. В будь-якому разі успішні реалізації маркетингових заходів вимагають клопіткої роботи. Ключовим моментом є з'ясування того, як визначити найважливіші моменти у часовій шкалі споживача та використовувати спогади для покращення ідентичності організації. Ностальгічний маркетинг найкраще працює, коли організації розуміють свою аудиторію, тримають руку на пульсі наявної культури та слухають, чого найбільше прагнуть люди.

Висновки. Отже, ностальгічний маркетинг як комплекс стратегічних заходів організації, спрямованих на задоволення особливих потреб споживачів, що пов'язані з минулими переживаннями та хвилюваннями і спроможні забезпечувати емоційне піднесення учасників цільових ринків, є дієвим механізмом маркетингової діяльності, що може значно активізувати та пожвавити споживчий попит. Ностальгія дає змогу брендам використовувати оптимістичні почуття, що виникають під час пригадування епізодів колишньої реальності, також вона є переконливим інструментом для залучення нових споживачів. Посилання на минуле допомагають гуманізувати бренди, створюючи для споживачів відчуття приємної насолоди. Однак застосування ностальгічного маркетингу без чітко сформованих ідей, цілей та без продуманого плану впровадження несе в собі приховані ризики несприйняття цільовими ринками, а отже, може нанести шкоду іміджеві організації.

Список літератури:

1. Грицанов А.А. Новейший философский словарь: 3-е изд., исправл. Минск: Книжный Дом, 2003. 1280 с.
2. Gao H., Lu T.H. Western Consumers Nostalgia Research Review. *Foreign Economies and Management*. 2006. No 28. Pp. 26–33.
3. Morozov A., Kravchenko A. Philosophical and religious aspects of the phenomenon of nostalgia. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2019. Випуск 76. С. 30–46.
4. Зборовский Г.Е., Широкова Е.А. Социальная ностальгия: к исследованию феномена. *Социологические исследования*. 2001. No 8. С. 31–34.
5. Harvey S. Passion for the past: Nostalgia marketing and the retro revolution. 2017. URL: <https://fabrikbrands.com/nostalgia-marketing/> (дата звернення: 20.06.2020).
6. Cui R. A Review of Nostalgic Marketing. *Journal of Service Science and Management*, 2015, 8, 125–131. Published Online February 2015 in SciRes. URL: <http://www.scirp.org/journal/jssmhttp://dx.doi.org/10.4236/jssm.2015.81015> (дата звернення: 20.06.2018).
7. Holbrook M.B., Schindler R.M. Echoes of the Dear Departed Past: Some Work in Progress on Nostalgia. *Advances in Consumer Research*. 1991, No 18. P. 330–335.
8. Тимофеев Д.М. Гиперконкуренция: признаки и роль. Наука, образование, общество: тенденции и перспективы развития : материалы X Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 21 мая 2018 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2018. С. 254–255.
9. Лилик І., Сайчук І. Мегатренди суспільного розвитку і маркетинг. URL: <http://soskin.info/ea/2008/9-10/200803.html> (дата звернення: 25.06.2020).

References:

1. Gritsanov A.A. (2003) *Noveyshiyy filosofskiy slovar'* [The latest philosophical dictionary]: 3rd ed., Corrected. Minsk: Book House. (in Russian)
2. Gao H., Lu T.H. (2006) Western Consumers Nostalgia Research Review. *Foreign Economies and Management*, no. 28, pp. 26–33.

3. Morozov A., Kravchenko A. (2019) Philosophical and religious aspects of the phenomenon of nostalgia. *Humanitarian Herald ZIDA*, vol. 76, pp. 30–46.
4. Zborovsky G.E., Shirokova E.A. (2001) Sotsial'naya nostal'giya: k issledovaniyu fenomena [Social nostalgia: to the study of the phenomenon]. *Sociological studies*, no. 8, pp. 31–34.
5. Harvey S. (2017) Passion for the past: Nostalgia marketing and the retro revolution. Available at: <https://fabrikbrands.com/nostalgia-marketing/> (accessed 20 June 2020).
6. Cui R. (2015) A Review of Nostalgic Marketing. *Journal of Service Science and Management*, 8, 125–131. Published Online February 2015 in SciRes. Available at: <http://www.scirp.org/journal/jssmhttp://dx.doi.org/10.4236/jssm.2015.81015> (accessed 20 June 2020).
7. Holbrook, M.B. and Schindler, R.M. (1991) Echoes of the Dear Departed Past: Some Work in Progress on Nostalgia. *Advances in Consumer Research*, no. 18, pp. 330–335.
8. Timofeev D.M. (2018) Giperkonkurentsia: priznaki i rol' [Hypercompetition: Signs and Role]. Proceedings of the *Nauka, obrazovaniye, obshchestvo: tendentsii i perspektivy razvitiya : materialy X Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (Cheboksary, may 21 2018)* Cheboksary: Central nervous system Interactive Plus, pp. 254–255.
9. Lylyk I., Saychuk I. Megatrendy suspil'noho rozvytku i marketynh [Megatrends social development and marketing]. Available at: <http://soskin.info/ea/2008/9-10/200803.html> (accessed 25 June 2020).

НОСТАЛЬГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ МАРКЕТИНГОВЫХ ЦЕЛЕЙ

Статья посвящена подходам в поиске эффективных стратегических решений в маркетинговой деятельности современных рыночных субъектов, которые с успехом используют возможности ностальгии для удержания существующих и привлечения новых потребителей к результатам своей деятельности. Указано, что весомым стратегическим решением для них становится ностальгический маркетинг, направленный на удовлетворение потребностей потребителей, связанных с прошлыми переживаниями, и на этой основе обеспечивающий эмоциональность участников целевых рынков, что может существенно способствовать потребительскому спросу. В исследовании выявлены предпосылки для возможностей успешного применения ностальгического маркетинга, основанные на особенностях развития современного рынка. Сформулированы и артикулированы направления исследований по выявлению целесообразности применения ностальгического маркетинга. Указано на необходимость определения целей ностальгического маркетинга и плановости его осуществления с целью предотвращения возникновения негативных последствий от его внедрения.

Ключевые слова: ностальгия, ностальгический маркетинг, стратегия маркетинга, психологические аспекты маркетинговой деятельности, поведение потребителей.

NOSTALGIC MARKETING AS A WAY TO ACHIEVE STRATEGIC MARKETING GOALS

People perceive nostalgia as a certain state of mind, longing for the past. At first glance, these are purely psychological issues. However, trying to understand this phenomenon more deeply, we understand that nostalgia goes beyond the environment of psychology research, and penetrates into the field of other sciences, including marketing. Pitying the past, remembering it, people actually seek inner peace and humble joy; they want their lives not to be wasted and lost forever. People try to bring nostalgia closer, to give it unity and completeness, and as a result – to preserve their own self-identification.

Marketing practice knows examples from which it is clear that more and more companies use nostalgic psychology of consumers as a marketing strategy. Through market segmentation and the implementation of a nostalgic strategy, market participants can turn nostalgic marketing into an environment for expressing and promoting a culture of nostalgia in order to make their marketing more successful. Nostalgic marketing interacts with the spiritual culture of the consumer, as well as with other areas of consumer choice directly related to marketing and its complex. As research into the behavior of modern consumers and the influence of emotions, which brings nostalgia, becomes relevant, the relevance of its study as a strategic marketing factor to achieve market success of individual companies and meet the special needs of consumers.

We propose to treat nostalgic marketing as a set of strategic measures of the organization aimed at meeting the special needs of consumers, related to past experiences and worries and able to provide emotional uplift to people belonging to certain target audiences. We emphasize the strategic component of emotional marketing, which is caused by a number of reasons: for nostalgic marketing, the use of mass, non-segmented marketing is almost impossible, because it can not meet the needs of all consumers; the process of comprehensive decision-making on the generation of a number of strategic alternatives that meet the organization's mission in the market must be implemented; a marketing strategy should be formed taking into account the peculiarities of nostalgic marketing.

To successfully implement nostalgic marketing, you must first analyze several important points: the relevance of the idea of implementing nostalgic marketing to the purpose of the organization; taking into account the characteristics of the target audience; nostalgia and social media; use of brand history; attention to detail. However, the use of nostalgic marketing without clearly defined ideas, goals and without a well implementation plan carries hidden risks of rejection by target markets, and therefore can damage the image of the organization.

Key words: nostalgia, nostalgic marketing, marketing strategy, psychological aspects of marketing activity, consumer behavior.

Грицьков Є.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри підприємництва та бізнес адміністрування,
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова

Grytskov Evgen

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Доведено, що в сучасних неоднозначних економічних умовах спостерігається уповільнення розвитку будівельних підприємств, знижується значення основних показників їхньої діяльності, скорочується виробничо-господарський потенціал. У таких умовах виникає необхідність застосування сучасних інструментів, які дають змогу змінити траєкторію їхнього розвитку, забезпечити зростання основних показників діяльності будівельних підприємств. Встановлена необхідність розроблення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств. Метою дослідження є розроблення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств. Для досягнення поставленої мети вирішуються такі завдання, як: систематизація теоретичних підходів до визначення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств, визначення етапів створення і реалізації стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств.

Ключові слова: будівельні підприємства, формування та використання корпоративної соціальної відповідальності, стратегія, розвиток.

Постановка проблеми. У сучасних неоднозначних економічних умовах спостерігається уповільнення розвитку будівельних підприємств, знижується значення основних показників їхньої діяльності, скорочується виробничо-господарський потенціал. У таких умовах виникає необхідність застосування сучасних інструментів, які дають змогу змінити траєкторію їхнього розвитку, забезпечити зростання основних показників діяльності будівельних підприємств. У цьому контексті слід вказати на формування та використання корпоративної соціальної відповідальності як системного інструменту, що дає змогу інтегрувати соціальні, корпоративні й економічні аспекти для формування напрямів розвитку будівельних підприємств на основі відповідної стратегії. Отже, тема дослідження є актуальною, а її розроблення має своєчасний характер.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування та реалізації стратегії управління підприємствами вирішуються у наукових розробках учених: В. Аніна [1], І. Ансоффа [2], А. Зуб [3], Б. Карлоффа [4], Д. Куїна [5], Г. Мінцберга [5], А. Томпсона і Дж. Стрікланда [6], А. Чандлера [7], З. Шершньової і С. Оборської [8].

Поряд із високим рівнем сформованих теоретико-методичних положень та підходів залишаються неви-

рішеними питання щодо розроблення та реалізації стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є розроблення напрямів створення й реалізації стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі завдання:

- систематизувати теоретичні підходи до визначення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств;

- визначити етапи створення і реалізації стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств.

Виклад основного матеріалу. У наявних наукових роботах сформовані різноаспектні теоретичні підходи до визначення стратегії. Зокрема, А. Чандлер обґрунтовує стратегію з позиції формування та реалізації цілей підприємств [7]. Подібний погляд наведений у роботах Б. Карлоффа та Д. Куїна, які характеризують стратегію як довгостроковий план або модель, дія яких спрямована на досягнення цілей компаній [4; 5].

Функціональний підхід розвинений у наукових пра-

цях І. Ансоффа, який розглядає стратегію через призму набору правил прийняття рішення щодо управління підприємствами:

- забезпечення взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем;
 - напрями та особливості взаємодії підприємства із внутрішнім середовищем;
 - напрями та особливості діяльності підприємства;
 - інструментарій оцінки діяльності підприємств у поточному та майбутньому періодах [2].
- Представником функціонального підходу по праву можна вважати Г. Мінцберга, який характеризує стратегію на основі запланованих дій або плану, приділяючи особливу увагу напрямам і особливостям її реалізації [5]. Ш. Остер визначає стратегію як зобов'язання діяти певним чином [9]. Функціональний підхід розвинений у наукових роботах А. Мак Х'юга, Г. Стейнера та Дж. Майера, які фокусують увагу на інструментах розроблення та реалізації стратегії [10; 11]. А. Томпсон і Дж. Стрікланд розглядають стратегію через призму конкурентноздатних дій і підходів до бізнесу, що дають змогу успішно управляти компанією [6].

М. Мартиненко та І. Ігнатська визначають стратегію «як набір специфічних правил та орієнтирів, дотримання яких дає змогу керівництву організації провести об'єднання всіх напрямів управлінської діяльності (процес синергізму) та підпорядкувати їх процесу досягнення спільних цілей. За своїм призначенням ці правила визначають: ставлення організації до зовнішнього середовища, об'єднання функціональних сфер ключових результатів та їхньої взаємодії у процесі досягнення цілей, переходу від зовнішніх стратегій до внутрішніх стратегій» [12]. Подібна думка наведена у роботі С. Мочерного, який обґрунтовує стратегію як «довгостроковий курс економічної політики, який передбачає вирішення великомасштабних економічних і соціальних завдань» [13].

А. Зуб розглядає стратегію через призму узагальненої моделі дій, необхідних для досягнення поставлених цілей на основі формування та використання ресурсів [3]. На функціональних характеристиках щодо визначення стратегії наголошують Л. Зайцев та М. Соколова, які формують наведену концепцію шляхом обґрунтування напрямів і дій для прийняття рішень щодо забезпечення конкурентних переваг [14]. Функціональні ознаки стратегії виділяють А. Буравлев, Г. Гірчиця, В. Саламатов, І. Степанівська. Рушійною силою її реалізації є сукупність необхідних дій, що дають змогу досягти поставлених цілей [15].

З. Шершньова і С. Оборська характеризують стратегію як довгостроковий план, що дає змогу досягнути та реалізувати цілі підприємства на основі здійснення відповідних дій:

- визначення напрямів досягнення цілей;
- забезпечення взаємодії із зовнішнім середовищем;
- характеристика внутрішнього середовища підприємства;
- розроблення стратегічних планів та змін у стратегічних планах;

- визначення змін та уточнення у процесі діяльності підприємства [8].

Л. Страшинська визначає стратегію як «ділову концепцію організації на певну стратегічну перспективу, що представлена у вигляді довгострокової програми дій, які спроможні реалізувати цю концепцію та забезпечити організації конкурентні переваги в досягненні цілей» [16].

На структурних складниках стратегії зосереджує увагу П. Друкер, який визначає стратегію на основі таких складників:

- допущення про середовище компанії, її цілі, місію, що відповідає поточному (реальному) стану;
- допущення щодо забезпечення збалансованості та взаємодії цілей, місії середовища компанії;
- напрями та особливості бізнесу компанії повинні знати її співробітники;
- бізнес повинен піддаватися тестуванню [17].

На системних характеристиках стратегії фокусує увагу Я. Жаліло. Це системи дій, що спрямовані на формування та реалізацію цілей, завдань та пріоритетів економічного відтворення з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх факторів у довгостроковому періоді [18].

У межах системного підходу заслуговує на увагу позиція В. Василенко та Т. Ткаченко, які виділяють під час розгляду стратегії її інтегральні характеристики, поєднуючи напрями та особливості використання ресурсів і відповідні дії, що надають можливості досягати цілей функціонування підприємств, враховуючи вплив внутрішнього і зовнішнього середовища [19].

Л. Мельник виділяє системні ознаки стратегії, характеризуючи її з позиції:

- важливих та довгострокових установок;
- сформованих планів;
- намірів і дій керівництва;
- напрямів та особливостей формування і використання ресурсів, здійснення виробництва, витрат і капіталовкладень;
- формування цін і здійснення соціального захисту [20].

Стратегія функціонування будівельних підприємств визначається напрямками і характеристиками, що притаманні загальним концепціям з урахуванням особливостей їхньої діяльності. Зокрема, О. Кононова, виділяючи функціональні ознаки і характеристики, фокусує увагу на процесі вибору стратегії через призму застосування матриці Томпсона та Стрікланда за квадрантами:

1. Виділяються концентрація, вертикальна інтеграція, центрова диверсифікація.
2. Перегляд стратегії концентрації, визначення горизонтальної, інтегральної або стратегії злиття.
3. Стратегія спрямована на скорочення витрат, диверсифікацію та ліквідацію.
4. Центрова диверсифікація, конгломерантивна диверсифікація, спільне підприємство у новій галузі [21].

Для визначення стратегії будівельного підприємства деякі автори виділяють комплекс етапів її формування та реалізації:

- обґрунтування цілей і завдань;
- проведення аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства;
- розроблення стратегії поведінки на ринку будівельної продукції;
- оцінка результатів роботи [22].

Системний підхід до визначення маркетингової стратегії будівельних підприємств реалізовано у роботі А. Васильченко, де виокремлені блоки її формування:

- цільовий блок: постановка та обґрунтування цілей, орієнтація на розвиток;
- зовнішньо-діагностичний блок: оцінка параметрів функціонування будівельного ринку (динаміка показників функціонування будівельного ринку, параметри та орієнтири розвитку ринку за окремими сегментами; детальний аналіз обсягів житлового будівництва в країні та регіонах), діагностика маркетингового середовища (кластерний аналіз операторів будівельного ринку);
- внутрішньо-діагностичний блок: аналіз внутрішнього маркетингового середовища (оцінка маркетингового потенціалу за окремими сегментами, вибір вектору розвитку будівельних компаній за результатами конкурентного аналізу, оцінка конкурентоспроможності будівельних підприємств, система управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання);
- блок реалізації маркетингових заходів: дослідження динаміки розвитку будівельних підприємств (формування ресурсного потенціалу організацій будівельного комплексу, динамічна модель оцінки ефективності маркетингової діяльності, програмна реалізація маркетингових заходів у збалансованій системі показників, контроль реалізації маркетингової стратегії розвитку) [23].

На особливостях функціонування будівельних підприємств під час визначення стратегії наголошують [24; 25].

Таким чином, у результаті дослідження запропоновано авторське визначення стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідаль-

ності будівельних підприємств, яка являє собою систему взаємопов'язаних дій, що реалізуються на основі застосування методів, моделей для досягнення цілей суб'єктів господарювання, орієнтованих на їхній розвиток шляхом зростання ефективності формування та використання корпоративної соціальної відповідальності.

Розроблення та реалізація стратегії формування та використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств базується на результатах узагальнення теоретичних підходів до її визначення та включає сукупність взаємопов'язаних етапів:

1. Розроблення інформаційно-аналітичного забезпечення щодо формування та використання корпоративної соціальної відповідальності, враховуючи особливості функціонування будівельних підприємств.
2. Створення просторового забезпечення щодо формування та використання КСВ будівельних підприємств.
3. Застосування результатів економіко-математичного моделювання впливу інтегрального чинника формування та використання корпоративної соціальної відповідальності на інтегральний показник розвитку будівельних підприємств.
4. Застосування результатів прогнозування змін інтегрального показника розвитку будівельних підприємств залежно від зростання інтегрального чинника формування та використання корпоративної соціальної відповідальності.
5. Розроблення алгоритму реалізації стратегії формування та використання КСВ будівельних підприємств.
6. Розроблення науково обґрунтованих рекомендацій зростання ефективності формування та використання корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення розвитку будівельних підприємств.

Висновки. У результаті дослідження обґрунтовані теоретичні положення та запропоновані етапи щодо розроблення та реалізації стратегії формування і використання корпоративної соціальної відповідальності будівельних підприємств, яка створює основу для прийняття ефективних рішень, спрямованих на розвиток будівельних підприємств.

Список літератури:

1. Анін В.І. Оптимізація стратегій будівельної організації в ринкових умовах: монографія. К.: «Ратібор», 2004. 242 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. 519 с.
3. Зуб А.Т. Стратегічний менеджмент: теорія і практика: навчальний посібник для вузів. М.: Аспект Пресс, 2002. 415 с.
4. Карлофф Б. Деловая стратегия / пер. с англ. М.: Экономика, 1991. 239 с.
5. Минцберг Г., Куинн Дж. Стратегический процесс / пер. с англ. под ред. Ю. Каптуревского. СПб.: Питер, 2001. 688 с.
6. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. 1998. С. 47–106.
7. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність. Київ: КНТЕУ, 2002. 301 с.
8. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління. К.: КНЕУ, 1999. С. 94–120.
9. Остер Ш. Целевое управление организацией. М.: Советское Радио. 1979. С. 74.
10. Мак Х'юг А. Деловая стратегия. М.: Экономика, 1991.
11. Стейнер Г., Майер Дж. Стратегическое управление: принципы и международная практика / пер. с англ. М.: Международные отношения. 1998. 352 с.
12. Мартиненко М.М., Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент. К.: «Каравелла». 2006. С. 125.
13. Економічний словник-довідник (За ред. Мочерного С.В.). К.: «Femina», 1995. С. 88.
14. Зайцев Л.Г., Соколова М.І. Стратегічний менеджмент: підручник. М.: Економіст, 2002. 416 с.

15. Буравлев А.І., Гірчиця Г.І., Саламатов В.Ю., Степанівська І.А. Стратегічне управління промисловими підприємствами і корпораціями: методологія та інструментальні засоби. М.: Видавництво Фізико-математичної літератури, 2008. 176 с.
16. Страшинська Л.В. Теоретико-методологічні підходи до визначення економічної стратегії як категорії економічної науки. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12002/1/Theoretical.pdf> (дата звернення: 30.06.2020).
17. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / пер. с англ. М.: Изд. Дом «Вильямс», 2000. 272 с.
18. Жаліло Я. Економічна стратегія як категорія сучасної економічної науки / Економіка України. 2005. № 1. С. 19–27.
19. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 396 с.
20. Мельник Л.Г. Економіка підприємства: Підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. 648 с.
21. Кононова О.Є. Процес вибору стратегії будівельних підприємств / Економіка. Управління. Інновації. 2013. Випуск 2(10). URL: <https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=> (дата звернення: 29.06.2020).
22. Щербата Т.С., Малик І.П. Особливості стратегічного управління підприємствами будівельної галузі. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-11.pdf> (дата звернення: 30.06.2020).
23. Василенко А.О. Моделювання структурних характеристик процесу формування маркетингової стратегії будівельного підприємства / Електронний журнал «Ефективна економіка». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1020> (дата звернення: 29.06.2020).
24. Анін В.І. Оптимізація стратегій будівельної організації в ринкових умовах: монографія. К.: «Ратібор», 2004. 242 с.
25. Ваниева Э.А. Тенденции развития строительной отрасли Украины / Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. 2009. Выход 19. С. 39–45.

References:

1. Anin V.I. (2004) Optymizatsiia stratehii budivelnoi orhanizatsii v rynkovykh umovakh [Optimization of construction organization strategies in market conditions]: monohrafiia. K.: «Ratibor». 242 p.
2. Ansoff I. (1989) Strategicheskoe upravlenie [Strategic management]. M.: Progress, 519 p.
3. Zub A.T. (2002) Stratehichnyy menedzhment: teoriia i praktyka [Strategic management: theory and practice]: navchalnyy posibnyk dlia vuziv. M.: Aspekt Press, 415 p.
4. Karloff B. (1991) Delovaya strategiia [Business strategy]. M.: Ekonomika, 239 p.
5. Minberg G., Kuinn Dzh. (2001) Strategicheskii proces [Strategic process]. SPb.: Piter, 688 p.
6. Tompson A.A., Striklend A. Dzh. (1998) Strategicheskii menedzhment. Iskustvo razrabotki i realizatsii strategii [Strategic management. The art of developing and implementing a strategy]: uchebnyk dlia vuzov. M.: Banki i birzhi, YuNITI. P. 47–106.
7. Pastukhova V.V. (2002) Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom: filosofii, polityka, efektyvnist [Strategic management of the enterprise: philosophy, policy, efficiency]. Kyiv: KNTEU, 301 p.
8. Shershynova Z. Ye., Oborska S. V. (1999) Stratehichne upravlinnia [strategic management]. K.: KNEU, p. 94–120.
9. Oster Sh. (1979) Celevoe upravlenie organizatsiei [Targeted organization management]. M.: Sovetskoe Radio, p. 74.
10. Mak H'yug A. (1991) Delovaya strategiia [Business strategy]. M.: Ekonomika.
11. Steiner G., Maier Dzh. (1998) Strategicheskoe upravlenie: principy i mezhdunarodnaya praktika [Strategic management: principles and international practice]. M.: Mezhdunarodnye otnosheniia, 352 p.
12. Martynenko M.M., Ihnatieva I.A. (2006) Stratehichnyy menedzhment [Strategic management]. K.: «Karavella», p. 125.
13. Mochernyi S.V. (1995) Ekonomichnyi slovnyk-dovidnyk [Economic dictionary-reference book]. K.: «Femina», p. 88.
14. Zaytsev L.H., Sokolova M.I. (2002) Stratehichnyy menedzhment [Strategic management]: pidruchnyk. M.: Ekonomist, 416 p.
15. Buravlev A.I., Hirchysia H.I., Salamatov V.Yu., Stepanivska I.A. (2008) Stratehichne upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy i korporatsiiamy: metodolohiia ta instrumentalni zasoby [Strategic management of industrial enterprises and corporations: methodology and tools]. M.: Vydavnytstvo Fyzyko-matematychnoi literatury, 176 p.
16. Strashynska L.V. Teoretyko-metodolohichni pidkhody do vyznachennia ekonomichnoi stratehii yak katehorii ekonomichnoi nauky [Theoretical and methodological approaches to defining economic strategy as a category of economic science]. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12002/1/Theoretical.pdf> (accessed 30.06.2020).
17. Druker P. (2000) Zadachi menedzhmenta v XXI veke [Management Tasks in the 21st Century]. M.: Izd. Dom «Vilyams», 272 p.
18. Zhalilo Ya. (2005) Ekonomichna stratehiia yak katehoriia suchasnoi ekonomichnoi nauky [Economic strategy as a category of modern economics]. Ekonomika Ukrainy, № 1, p. 19–27.
19. Vasylenko V.O., Tkachenko T.I. (2003) Stratehichne upravlinnia [strategic management]: navchalnyy posibnyk. K.: TsUL, 396 p.
20. Melnyk L.H. (2004) Ekonomika pidpriemstva [Business economics]: Pidruchnyk. Sumy: VTD «Universytetska knyha», 648 p.
21. Kononova O.Ye. (2013) Protsey vyboru stratehii budivelnykh pidpriemstv [The process of choosing the strategy of construction companies]. Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Vypusk 2(10). URL: <https://www.google.com.ua /url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=> (accessed 29.06.2020).

22. Shcherbata T.S., Malyk I.P. Osoblyvosti stratehichnoho upravlinnia pidpriemstvamy budivelnoi haluzi [Features of strategic management of construction companies]. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-11.pdf> (accessed 30.06.2020).
23. Vasylychenko A.O. Modeliuvannia strukturnykh kharakterystyk protsesu formuvannia marketynhovoї stratehii budivelnoho pidpriemstva [Modeling of structural characteristics of the process of formation of marketing strategy of a construction enterprise]. Elektronnyi zhurnal «Efektyvna ekonomika». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1020> (accessed 29.06.2020).
24. Anin V.I. (2004) Optyimizatsiia stratehii budivelnoi orhanizatsii v rynkovykh umovakh [Optimization of construction organization strategies in market conditions]: monohrafiia. K.: «Ratibor», 242 p.
25. Vanieva E.A. (2009) Tendencii razvitiya stroitel'noy otrasli Ukrainy [Development trends of the construction industry in Ukraine]. Uchenye zapiski Krymskogo inzhenerno-pedagogicheskogo universiteta. Vypusk 19. P. 39–45.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ

Доказано, что в современных неоднозначных экономических условиях наблюдается замедление развития строительных предприятий, снижается значение основных показателей их деятельности, сокращается производственно-хозяйственный потенциал. В таких условиях возникает необходимость применения современных инструментов, которые позволяют изменить траекторию их развития, обеспечить рост основных показателей деятельности строительных предприятий. Установлена необходимость разработки стратегии формирования и использования корпоративной социальной ответственности строительных предприятий. Целью исследования является разработка стратегии формирования и использования корпоративной социальной ответственности строительных предприятий. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи: систематизация теоретических подходов к определению стратегии формирования и использования корпоративной социальной ответственности строительных предприятий; определение этапов создания и реализации стратегии формирования и использования корпоративной социальной ответственности строительных предприятий.

Ключевые слова: строительные предприятия, формирование и использование корпоративной социальной ответственности, стратегия, развитие.

DEVELOPMENT OF STRATEGY OF FORMATION AND USE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF CONSTRUCTION ENTERPRISES

Proved that in today's ambiguous economic environment has slowed the development of construction enterprises, decreases the value of basic indicators of their activity, declining production and economic potential. In such circumstances, the need arises for the application of modern tools that allow you to change the trajectory of their development, to ensure the growth of the main indicators of activities of construction enterprises. The necessity of development of strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises. The aim of the study is development of strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises. To achieve this goal the following tasks: to systematize the theoretical approaches to the definition of the strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction companies; to identify the stages of creation and implementation of the strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises. The study substantiates theoretical principles and suggested stages of development and implementation of the strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises, which provides the basis for making effective decisions aimed at the development of construction enterprises. Development and realization of strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction companies is based on the results of generalization of theoretical approaches to its definition and includes a set of interrelated stages. Identified information and analytical support for the formation and use of corporate social responsibility, taking into account the peculiarities of construction enterprises. Asked to elaborate scientifically-based recommendations to improve the efficiency of formation and use of corporate social responsibility for the development of construction enterprises. The study substantiates theoretical principles and suggested stages of development and implementation of the strategy of formation and use of corporate social responsibility of construction enterprises, which provides the basis for making effective decisions aimed at the development of construction enterprises.

Key words: construction companies, formation and use of corporate social responsibility, strategy, development.

Дегтярьова О.О.

кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний економічний університет

Degtiareva Olga

Odessa National Economic University

ФОРМУВАННЯ КОНТРОЛІНГОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто дефініції, які пов'язані з механізмом або системою контролінгу, та сформульовано авторське визначення контролінгового механізму щодо енергетичної сфери промислового підприємства. Обґрунтовано концептуальні засади та структурні елементи енергетичного контролінгу. До концептуальних засад належать філософія контролінгу, його принципи, специфічна концептуальна спрямованість енергетичного контролінгу та місце технологій управління. До структурних елементів належать функції, завдання, інструментарій енергетичного контролінгу та його виконавці на підприємстві. Побудовано схему контролінгового механізму управління ефективністю енергетичної системи промислового підприємства, в якій було поєднано концептуальні засади та структурні елементи енергетичного контролінгу.

Ключові слова: контролінг, контролінговий механізм, енергетичний контролінг, ефективність, промислові підприємства.

Постановка проблеми. Енергетичні виклики гостро стоять як перед державою, так і перед промисловими підприємствами, бо саме промисловість є найбільшим споживачем енергетичних ресурсів. До найбільш значущих належать питання енергоефективності, енергозбереження, енергетичної безпеки тощо. Контролінг, зі свого боку, є запорукою забезпечення прозорості, достовірності, своєчасності, оптимальності, узгодженості та системності управлінських рішень, а енергетичний контролінг впроваджує означені принципи в енергетичну сферу промислового підприємства. Таке поєднання сприятиме ефективному менеджменту енергетичної системи підприємства, обґрунтуванню енергоефективних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато досліджень і публікацій присвячені дефініції різноманітних механізмів в економіці, а саме: економічний механізм, організаційний механізм, організаційно-економічний механізм, господарчий механізм, внутрішньовиробничий механізм тощо. Контролінговий механізм стоїть дещо осторонь і не є досить визначеним. Але деякі з науковців, що досліджували феномен контролінгу, намагалися виявити і той механізм, що приводить його в дію. При цьому навіть у самої дефініції немає однотайності. Так, провідний західний фахівець із контролінгу П. Хорват окреслює систему контролінгу, яка тим не менш має всі ознаки механізму [1, с. 20]. Серед вітчизняних дослідників контролінгу також немає однотайності щодо контролінгового

механізму. М.І. Гладких визначає контролінговий механізм як системний інструмент управління діяльністю підприємства [2, с. 43]. Інші називають його механізмом контролінгу, причому О.В. Рибак бачить його як комплексну систему елементів і підсистем управління, комунікацій між ними [3, с. 132], а П. Гудзь і Г. Мізерна – як стержень, навколо якого об'єднані основні елементи організації та управління діяльністю підприємства [4, с. 154]. Д.С. Букреева розглядає сам контролінг як механізм ефективного управління промисловим підприємством [5, с. 19]. Щодо контролінгового механізму для управління енергетичними системами, то такі дослідження ще не проводилися.

Формулювання цілей статті. Мета статті – дослідити складники контролінгового механізму та сформулювати контролінговий механізм для управління ефективністю енергетичної системи промислового підприємства в контексті наукових положень енергетичного контролінгу.

Виклад основного матеріалу. Формування контролінгового механізму, його наукове представлення й обґрунтування є логічним розвитком концепції контролінгу, бо саме тут закладається підґрунтя для системного впровадження контролінгу на підприємствах та отримання на практиці притаманних йому переваг. Таким чином, слід чітко розуміти, що він являє собою та в чому полягають його особливості. Для цього використаємо авторське визначення контролінгового механізму.

Контролінговий механізм – це сукупність специфічних функцій, побудованих на відповідних принципах, що використовують характерні методи, інструменти і підсистеми забезпечення, в якій відбувається цілеспрямоване перетворення їхнього впливу на діяльність організації для підвищення її ефективності [6, с. 35]. Таким чином, можна виділити концептуальні та структурні складники контролінгового механізму (рис. 1).

«Філософія» контролінгу будується на його центральному положенні в обґрунтуванні ефективних управлінських рішень за рахунок забезпечення їхньої інформаційно-методичної підтримки та координації окремих підсистем управління. Концептуальні засади енергетичного контролінгу ґрунтуються на базових принципах контролінгу. Вітчизняні дослідники ще ведуть дискусію щодо них, а серед західних науковців вона вже закінчилася, і її результати зафіксовані в стандарті якості з контролінгу «Qualitätsstandards im Controlling. DIN SPEC 1086:2009-04». Згідно з цим стандартом контролінг має чотири фундаментальні принципи: прозорість, достовірність, оптимальність і узгодженість [7].

Таким чином, згідно з означеними принципами, енергетичний контролінг має бути спрямованим на прозорість процесів і результатів в енергетичній сфері; інформаційно-аналітичну підтримку управлінських рішень, наприклад щодо споживання і витрат на енергоносії; оптимізацію розподілення внутрішніх ресурсів компанії, які спрямовані на забезпечення енергоефективності та енергозбереження; узгодженість цілей

і завдань енергетичного спрямування на всіх рівнях управління, орієнтацію на досягнення поставлених цілей з енергоефективності, енергозбереження та енергобезпеки. З огляду на застосування енергетичного контролінгу у вітчизняних умовах та спираючись на дослідження українських науковців щодо принципів контролінгу, вважаємо за доцільне доповнити перелік принципів енергетичного контролінгу принципом своєчасності, тобто важливою є саме своєчасна інформаційно-аналітична підтримка управлінських рішень стосовно енергетичних питань, і принципом системності, тобто енергетичний контролінг є орієнтованим на системне, комплексне вирішення енергетичних проблем, що виникають на підприємстві. Розвиток концептуальних засад контролінгу завжди супроводжувався увагою до його взаємодії з менеджментом і технологіями управління. Не є винятком і енергетичний контролінг. Якісні зміни в обсягах енергоспоживання, ступені енергозбереження тощо залежать від суб'єктивного впливу та його вагомості внаслідок прийняття управлінських рішень.

Функціональне наповнення контролінгу визначається поставленими перед організацією цілями і включає в себе ті види діяльності, які забезпечують досягнення цих цілей. У енергетичного контролінгу функціонал спрямований на енергетичні об'єкти, які забезпечують безперебійну реалізацію енергетичних процесів. Для виконання функцій та завдань контролінгу потрібен відповідний інструментарій. Енергетичний контролінг у своєму арсеналі поєднує деякі

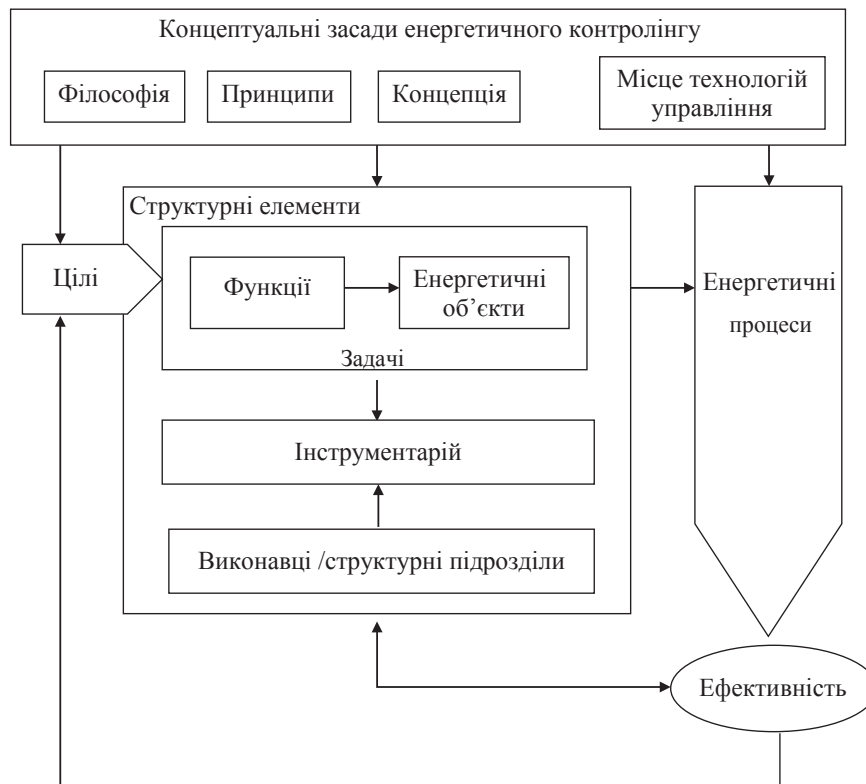


Рис. 1. Контролінговий механізм в енергетичній сфері

контрольно-технічні інструменти з традиційними фінансово-економічними інструментами для реалізації своєї мети – підвищення економічної та енергетичної ефективності на підприємстві.

Важливим структурним елементом контролінгового механізму в енергетичній сфері є структурні підрозділи або окремі виконавці, що будуть займатися контролінговою роботою в енергетичній сфері. Зазвичай енергетичні питання є прерогативою енергетичної служби промислового підприємства або головного енергетика. Введення міжнародного стандарту ISO 50001:2011 «Energy management systems – Requirements with guidance for use» («Системи енергоменеджменту – вимоги та керівництво щодо використання») передбачає залучення до прийняття управлінських рішень в енергетичній сфері також вищого керівництва підприємства. Це пов'язано з тим, що система енергетичного менеджменту має охоплювати все підприємство загалом, а не тільки енергетичне господарство. Крім того, реалізація амбітних цілей з енергоефективності та впровадження енергетичної політики можлива тільки у разі зацікавленості в них топ-менеджменту або власника компанії. Зафіксований у стандарті етап аналізу з боку керівництва є квінтесенцією прагнення авторів ISO 50001:2011 чітко поєднати систему енергетичного менеджменту з найвищою ланкою керівництва компанії. Очікується, що керівник перевірить виконання всіх зазначених етапів, їх документування, внесе свої корективи та рекомендації щодо покращення як функціонування системи енергоменеджменту, так і рівня енергоефективності.

Очевидно, що керівнику знадобиться помічник-консультант, який добре орієнтується в економічних питаннях з енергетичної сфери. У таких умовах доцільно створювати як мінімум посаду енергетичного контролера, а як максимум – службу енергетичного контролінгу. Якщо керівництво не намагається впроваджувати в діяльність підприємства міжнародний стандарт ISO 50001:2011, але зацікавлено у підвищенні рівня енергоефективності та економічності енергетичних процесів, то впровадження концептуальних засад, виконання функцій та використання інструментарію енергетичного контролінгу можна доручити енергетичній службі підприємства.

Слід зазначити, що контролінговий механізм в енергетичній сфері створюється для системного, а не ручного управління енергетичними процесами з чіткою спрямованістю на їхню ефективність (див. рис. 1).

Висновки. Таким чином, наведені наукові засади формування контролінгового механізму в енергетичній сфері демонструють можливість системного впровадження енергетичного контролінгу на промислових підприємствах. Енергетичний контролінг має великий потенціал розвитку як у вітчизняних, так і в міжнародних компаніях. В часи, коли енергетична безпека є запорукою розвитку підприємства, функціональний інструментарій енергетичного контролінгу здатен вивести підприємства на принципово новий рівень енергоефективності, енергозбереження і потенціалу впровадження нетрадиційних джерел енергії.

Подальші дослідження мають продемонструвати практичну доцільність впровадження енергетичного контролінгу на засадах сформованого контролінгового механізму.

Список літератури:

1. Хорват П. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование. Horváth&Partners; пер. с нем. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 269 с.
2. Гладких М.І. Контролінговий механізм у системі управління підприємством : дис. канд. ек. наук : 08.06.01, Донецьк, 2002. 217 с.
3. Рибак О.В. Формування механізму контролінгу в управлінні результативною діяльністю підприємства : дис. канд. ек. наук : 08.00.04. Хмельницький, 2014, 248 с.
4. Гудзь П. Мізерна Г. Інститут контролінгу в системі управління підприємством. Підприємництво, господарство і право, 2006. № 9. С. 154–156.
5. Букреєва Д.С. Контролінг – механізм ефективного управління підприємством: монографія. М-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. Дніпро: НГУ, 2017. 178 с.
6. Degtiareva O., Mohammed Ali N.A. Controlling mechanism in the health care sector: features and implementation in Ukraine and Kurdistan. Socio-economic research bulletin. Collection of scientific works, 2015, № 4(59), с. 32–38.
7. DIN Deutsches Institut für Normung e.V. Qualitätsstandards im Controlling. DIN SPEC 1086:2009-04. 2009. URL: https://www.igc-controlling.org/fileadmin/downloads/SPEC1086_Druckmanuskript_ohne-Titelblatt.pdf (дата звернення: 02.06.2020).

References:

1. Horváth P. (2005) *Konzeptiya kontrollinga: Upravlencheskiy uchet. Sistema otchetnosti. Budzhetirovanie* [Controlling concept: Managerial accounting. Reporting. Budgeting]. Moscow: Alpina Business Books, 269 p.
2. Gladkikh M. I. (2002) *Kontrolingoviy mechanism u systemi upravlinnya pidpryemstvom* [Controlling mechanism in management system of enterprise], Ph.D. thesis: 08.06.01. Donezk, 217 p.
3. Rybak O.V. (2014) *Formuvannya mekhanizmu kontrollingu v upravlinni rezultatyvnoy diyalnistyu pidpryemstva* [Formation of controlling mechanism in management of effective activity of enterprise]. Ph.D. thesis: 08.00.04. Khmelnytsky, 248 p.
4. Gudzy P. Mizerna G. (2006) *Institut kontrollingu v systemi upravlinnya pidpryemstvom* [Controlling institution in management system of enterprise]. Entrepreneurship, Economy and Law, no. 9, pp. 154–156.

5. Bukreeva D.S. (2017) *Kontrolling – mekhanizm effektivnogo upravlinnya pidpryemstvom* [Controlling as a mechanism of effective management of enterprise]. National Mining University. Dnipro: NGU, 178 p.
6. Degtiareva O., Mohammed Ali N.A. (2015) Controlling mechanism in the health care sector: features and implementation in Ukraine and Kurdistan. *Socio-economic research bulletin. Collection of scientific works*, no. 4(59), pp. 32–38.
7. DIN Deutsches Institut für Normung e.V. (2009) *Qualitätsstandards im Controlling*. DIN SPEC 1086:2009-04. Available at: https://www.igc-controlling.org/fileadmin/downloads/SPEC1086_Druckmanuskript_ohne-Titelblatt.pdf (accessed 02.06.2020).

ФОРМИРОВАНИЕ КОНТРОЛЛИНГОВОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены дефиниции, связанные с механизмом и системой контроллинга, а также сформулировано авторское определение контроллингового механизма применительно к энергетической сфере промышленного предприятия. Обоснованы концептуальные основы и структурные элементы энергетического контроллинга. К концептуальным основам относятся философия контроллинга, его принципы, специфическая концептуальная направленность энергетического контроллинга и место технологий управления. К структурным элементам относятся функции, задачи, инструментарий энергетического контроллинга, а также реализующие его структурные подразделения. Построена схема контроллингового механизма управления эффективностью энергетической системы промышленного предприятия, в которой объединяются концептуальные положения и структурные элементы энергетического контроллинга.

Ключевые слова: контроллинг, контроллинговый механизм, энергетический контроллинг, эффективность, промышленные предприятия.

FORMATION OF CONTROLLING MECHANISM FOR ENERGY MANAGEMENT ON MANUFACTURING ENTERPRISE

The paper is dedicated to development of controlling concept that is often called also as «management control» in English speaking area. It focuses on energy controlling as a new direction of the mentioned concept and it considers the controlling mechanism as an important part of implementation of controlling concept in practice. The existing definitions of controlling mechanism were examined in the paper. Obviously there is no common definition of controlling mechanism; moreover, European researchers use predominantly the term “controlling system” in the same meaning. Therefore, the author definition was used to design controlling mechanism for energy sector of manufacturing enterprise [6, p. 35]. Thus, the controlling mechanism is a set of specific functions built on the relevant principles, it uses corresponding methods, tools and supporting subsystems to increase efficiency of organization. Beside efficiency controlling contributes also transparency, reliability, timeliness, optimality, and consistency of managerial decisions. Energy controlling, in its turn, implements these principles in the energy sector. This synergy contributes the effective energy management on a manufacturing enterprise. Design of controlling mechanism in energy sector includes conceptual basis and structural elements of energy controlling. The conceptual framework covers the philosophy of controlling, its principles, specific conceptual orientation of energy controlling and management/control technologies. The structural elements include functions, tasks, tools of energy controlling, as well as structural unit/department to implement them. They all are to generate managerial decisions to impact energy processes of manufacturing enterprises for better efficiency or energy efficiency. Energy controlling has a great potential to be implemented in Ukrainian, as well as in international companies. At a time when energy challenges are very essential to enterprise development, the functional tools of energy controlling are able to bring companies to absolutely new level of energy efficiency, energy saving and usage of renewable energy sources.

Key words: management control, controlling mechanism, energy controlling, efficiency, manufacturing enterprise.

Джгуташвілі Н.М.

аспірантка кафедри маркетингу і комерційної діяльності,
Харківський державний університет харчування та торгівлі;
викладач,
Київський державний коледж туризму та готельного господарства
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7434-3183>

Dzhghutashvili Nataliia

Kharkiv State University of Food Technology and Trade;
Kyiv State College of Tourism and Hospitality

УПРАВЛІННЯ КЛІЄНТ-ОРІЄНТОВАНІСТЮ ПЕРСОНАЛУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ СЕРВІСНОГО ПРОДУКТУ ГОТЕЛЮ

Статтю присвячено розвитку науково-практичного підходу щодо оцінювання клієнт-орієнтованості персоналу закладу готельного господарства. Розглянуто особливості формування клієнт-орієнтованості персоналу готелю та виокремлено її ключові фактори: задоволеності персоналу; внутрішньої клієнт-орієнтованості готелю; залученості персоналу. Розроблено науково-методичний підхід щодо оцінювання клієнт-орієнтованості персоналу готелю. За результатами анкетного опитування персоналу три- та чотиризіркових готелів у столиці України зібрано дані та визначено часткові індекси й інтегральний індекс клієнт-орієнтованості персоналу. Для інтерпретації ступеня клієнт-орієнтованості персоналу та визначення відповідних управлінських рішень розроблено шкалу ідентифікації одержаних значень запропонованих показників. Надано рекомендації щодо підтримання досягнутого рівня, здійснення пошуку інноваційних рішень для посилення клієнт-орієнтованості персоналу.

Ключові слова: сервісний продукт готелю, управління клієнт-орієнтованістю персоналу, корпоративна культура, оцінювання клієнт-орієнтованості персоналу, інтегральний індекс клієнт-орієнтованості персоналу.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку готельної індустрії зростають вимоги клієнтів до рівня організації та якості сервісу. На фоні гострої конкурентної боротьби саме сервісний складник готельного продукту, індивідуальний підхід до кожного клієнта стають інструментом формування та підсилення конкурентних переваг. Як справедливо зазначає С.В. Ковальчук, «унікальні конкурентні переваги досить складно створювати за рахунок нових технологій, асортименту, підвищення операційної ефективності і зниження цін, бо ці елементи досить швидко копіюються, але ставлення до клієнта неможливо створити «під копірку», воно напрацьовується роками і виступає невід'ємною складовою частиною корпоративної культури» [4]. Йдеться про те, що за умов приблизно однакової матеріально-технічної бази готелів однієї категорії (зірковості) та стандартних процесів обслуговування, ключові відмінності полягають у принципах гостинності. Їх реалізація, у свою чергу, залежить від кваліфікації та клієнт-орієнтованості персоналу, тобто здатності працівників готелю виконувати професійні обов'язки на високому рівні, самовіддано діяти на благо закладу заради досягнення його цілей.

Клієнт-орієнтованість персоналу досягається за умов готовності працівників до сприйняття і розуміння високої цінності клієнтів, орієнтації на максимальне задоволення їхніх запитів. Для формування високого ступеня клієнт-орієнтованості персоналу необхідним є управління, яке здійснюється за допомогою контролю та коригування усіх чинників та умов, які на неї впливають.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняними науковцями, а саме такими, як Д. Захаренко [2], В. Ковалевський [3], С. Ковальчук [4], Л. Папенко [5], П. Петриченко [6], Н. Рябоконь [7], А. Соколов [8], В. Халіна [9] та іншими, активно проводяться дослідження у напрямі розвитку теоретичних засад та практичних рекомендацій щодо формування та управління клієнт-орієнтованістю. При цьому індивідуальний підхід, який передбачає спрямованість зусиль компанії чи організації на встановлення, розуміння та задоволення потреб споживачів визнається як нова парадигма ведення бізнесу [3], основна цінність корпоративної культури сучасної організації [9], ключова компетенція компанії [7], сучасне спрямування маркетингової концепції [4]. У дослідженнях окремих авторів акцентується увага на тому, що для досягнення клієнт-орієнтованості першочерговим є задоволення основних

потреб працівників, які своєю чергою задоволені сповна і намагатимуться якомога краще догодити клієнту [8]. У цьому контексті Н. Рябоконт зазначає, що формуванню клієнт-орієнтованості сприяє використання ефективних методів пошуку, відбору, навчання оцінки та мотивації персоналу з метою розвитку цієї компетенції, оскільки неможливо зробити клієнтів щасливими з нещасними співробітниками [7]. Ураховуючи значущу роль персоналу у процесі виробництва та пропонування сервісного готельного продукту, особливості актуальності набуває розвиток теорії та практики управління клієнт-орієнтованості персоналу закладів готельного господарства.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є розвиток науково-практичного підходу щодо оцінювання клієнт-орієнтованості персоналу закладу готельного господарства.

Виклад основного матеріалу. Умовою досягнення високої клієнт-орієнтованості персоналу готелю є побудова такої системи відносин закладу, за якої працівники завдяки справедливій оцінці та винагороді за їхні зусилля, створення для них сприятливих умов роботи для професійної самореалізації та атмосфери в колективі розділяють корпоративні цінності, готові самовіддано працювати, докладати максимальних зусиль до виконання професійних обов'язків. Досягненню високих результатів сприятиме формування внутрішньої клієнт-орієнтованості в закладі готельного господарства – орієнтації закладу на задоволення потреб персоналу, який у цьому разі і виступає внутрішнім клієнтом. Як і у разі з клієнтами готелю – гостями, для персоналу важливо, щоб робота в готелі відповідала, а краще – перевищувала їхні очікування.

Для посилення бажання працівників долучитися до спільного створення цінності сервісного продукту готелю керівництву важливо проявляти турботу, забезпечити відчутне піклування про персонал, тоді працівники намагатимуться «віддячити» повною віддачею, максимальною включеністю до виконання роботи, старанням та наполегливістю, проявом ініціативи. Передумовою високої залученості персоналу є надання можливостей професійного та кар'єрного росту, тому завданням керівництва готелю є забезпечення можливостей для навчання та підвищення кваліфікації, що впливатиме на задоволеність внутрішніх клієнтів.

Таким чином, ступінь клієнт-орієнтованості персоналу залежить від його мотивованості та бажання до високопрофесійного виконання обов'язків. Значною мірою вони визначаються тим, наскільки в готелі створені сприятливі умови для реалізації професійного та творчого потенціалу, та тим, наскільки працівники задоволені у процесі професійної діяльності.

У кращому разі відданості персоналу справі сприятимуть, з одного боку, любов до вибраної професії, відповідність посади спеціальності працівника та його кваліфікації, а з іншого – відповідність умов праці, рівня заробітної плати та інших матеріальних і нематеріальних стимулів очікуванням працівника.

Робоче місце працівника характеризують умови праці, які визначаються як сукупність факторів виробничого середовища, що впливають на функціональний стан організму працівників, їхнє здоров'я та працездатність у процесі праці [1]. Робочі місця залежать від низки умов: загальних, технічних, безпеки, санітарно-гігієнічних; психофізіологічних, психологічних, естетичних. Зазначені умови формуються під впливом специфіки підприємства, зокрема, в готельному господарстві вони полягають у такому, як:

- суттєва диференціація технічних умов праці персоналу різних служб готелю та висока залежність якості послуг від них, що вимагає постійного удосконалення процесів обслуговування, забезпечення закладу сучасними матеріально-технічними засобами, формування сприятливої атмосфери закладу для якісного обслуговування;

- цілодобова робота закладів готельного господарства та нерівномірність завантаженості готелів, що потребує розробки оптимального графіку роботи працівників, їх підбору під час формування команд (змін);

- безпосередній контакт обслуговуючого персоналу з клієнтами, постійна взаємодія з ними у процесі надання послуг та необхідність вирішення проблем, що зумовлює високу розумову та нервову напруженість; залежність результату від настрою персоналу, якості взаємодії, взаємодопомоги та комунікації працівників різних служб, що у сукупності вимагає формування сприятливого соціального-психологічного клімату;

- одномоментність виробництва і споживання сервісного продукту готелю, непостійність якості, що потребує розроблення та впровадження стандартів і формування культури обслуговування, постійного підвищення кваліфікації персоналу.

У сукупності зазначені особливості характеризують організаційні аспекти, які впливають на задоволеність працівників. Спрямування зусиль на підвищення комфортності та належне матеріально-технічне забезпечення робочих місць у готелі, розроблення оптимального графіку роботи працівників сприятимуть зростанню їхньої задоволеності умовами праці.

Вагомим чинником формування задоволеності працею є рівень оплати праці. Особливу роль при цьому відіграють матеріальні стимули, зокрема заробітна плата та інші матеріальні заохочення (премії, надбавки, подарунки тощо), вони визначатимуть рівень доходу працівників та їхні можливості задоволення власних споживчих потреб. У нерозривній єдності з матеріальними вагомих роль відіграють моральні та соціальні заохочення, які підсилюють відчуття працівником вагомості одержаного та/або досягнутого ним результату праці, зробленому внеску в досягнення цілей готелю, підкріплюють сенс та важливість його роботи. Таким чином, рівень оплати праці в готельному господарстві визначає цінність робочого місця, а матеріальні, моральні та соціальні заохочення – цінність результатів праці. Ураховуючи це, можна говорити про пряму залежність, відповідно до якої більш високий рівень

оплати праці та справедливе матеріальне, моральне і соціальне заохочення здатні підвищити задоволеність працівників готелю та стимулювати їх до високоякісного виконання своїх професійних обов'язків, дотримуватися корпоративної культури, сформованих у закладі інститутів гостинності, тим самим забезпечити високу клієнт-орієнтованість – спрямованість на максимальне задоволення не просто потреб, а все зростаючих запитів клієнтів.

В умовах сьогодення значна частина персоналу готелів – молоді, амбіційні люди, які прагнуть до професійного та кар'єрного росту. Тому важливими чинниками задоволеності персоналу готелів є забезпечення умов та можливостей навчання, підвищення кваліфікації, стажування, які сприятимуть росту професіоналізму, покращенню навичок, освоєнню нових технологій, прискоренню виконання обов'язків та функцій (що особливо важливо для готелів), що у сукупності дозволить забезпечити високий рівень обслуговування, з одного боку. А з іншого – у готелях важливо запевнити працівників у тому, що більш глибоке оволодіння своєю професією надасть право на підвищення заробітної плати або надбавки до неї, а також є необхідною умовою подальшого кар'єрного зростання, що призведе не тільки до покращення їх матеріального забезпечення, а й до підвищення статусу працівника, його місця і ролі в закладі. Забезпечення умов використання можливостей професійного та кар'єрного росту є важливими резервами підвищення задоволеності працівників закладів готельного господарства, які спонукатимуть їх до постійного розвитку, що є передумовою посилення їх клієнт-орієнтованості.

У сфері готельної індустрії важливими особистими якостями працівників є стресостійкість, компромісність, здатність швидко реагувати у нестандартних ситуаціях, вміння знаходити шляхи вирішення проблем клієнтів. Це пов'язано зі специфікою надання сервісного продукту готелю, а саме з наявністю значної кількості особливих обставин, які виникають під час перебування клієнтів у готелі. За цих умов важливими є професіоналізм працівників та керівників служб готелю, командна робота, згуртованість колективу, взаємовідносини між працівниками. З цього погляду в закладах готельного господарства важливо забезпечити сприятливий соціально-психологічний клімат для запобігання конфліктів, напруженості між працівниками та формування комфортного самопочуття, добрих міжособистісних відносин, готовності до взаємодії та взаємодопомоги, завдяки яким у працівників виникатимуть почуття спокою, врівноваженості, впевненості, захищеності. Вони сприятимуть підвищенню задоволеності працею в закладі готельного господарства.

Важливу роль серед чинників задоволеності працею відіграють відносини персоналу служб із керівником, які залежать від його управлінської поведінки. Від методів та стилю управління керівника багато в чому залежать атмосфера в колективі, відносини між працівниками, їхній емоційний стан, а отже – резуль-

тат роботи. Враховуючи специфіку готельної індустрії, працівники якої мають безпосереднє відношення до реалізації принципів гостинності, для підвищення клієнт-орієнтованості сервісного продукту готелю керівникам служб необхідно докладати максимальних зусиль для створення у своїх підлеглих позитивних емоцій, гарного настрою, стимулювання їхнього інтересу до праці, високого рівня виконання професійних обов'язків, формування моделі поведінки персоналу, спрямованої на намагання максимально задовольняти запити та вирішувати проблеми гостей. З іншого боку, керівникам служб готелю важливо ставити зрозумілі цілі та завдання, чітко інформувати про очікування від роботи працівників, сприяти розвитку у них високого рівня відповідальності, проявів ініціативності. У разі гармонійних відносин із керівником задоволеність працівника роботою зростатиме.

Ще одним важливим чинником задоволеності працівників роботою є об'єктивність оцінки керівництвом його роботи, внеску у спільну справу. Наявність певних, навіть незначних досягнень має відзначатися керівництвом та демонструватися в колективі, що сприятиме створенню у працівників відчуття власної необхідності, корисності для компанії та задоволеності за результати виконаної роботи і стимулюватиме до підвищення їх у майбутньому. Похвала, визнання успіхів працівників, подяка за них є добрим підґрунтям для заохочення до докладання максимальних зусиль до праці, кращого виконання професійних обов'язків, саморозвитку та самовдосконалення, що у сукупності сприятиме підвищенню якості сервісного продукту готелю і реалізації принципу клієнт-орієнтованості.

Ураховуючи наведені особливості надання сервісного продукту готелю та узагальнюючи наведені міркування, виокремлено ключові чинники та умови задоволеності роботою працівниками готелю, які запропоновано систематизувати у три групи: організаційні, мотиваційні та психологічні (рис. 1).

Відповідність виділених ключових чинників або перевищення їх над очікуваннями працівників сприятиме підвищенню задоволеності робочим місцем, формуванню високої цінності роботи у визначеному готелі, що, у свою чергу, підвищить готовність до самовіддачі, повної реалізації професійного та творчого потенціалу, докладання максимальних зусиль для досягнення цілей, зокрема, у контексті цієї роботи – підвищення зовнішньої клієнт-орієнтованості персоналу.

Задоволеність роботою в готелі є передумовою залученості персоналу – це такий симбіоз психологічного стану, зусиль, намагань та старань працівника, який характеризується наполегливістю його праці, рівнем реалізації професійних здібностей, а також активністю, ініціативністю, ентузіазмом працівника у процесі роботи. Для готельної індустрії проявом залученості персоналу є готовність працівників виконувати додаткові доручення (завдання), які не входять до посадових обов'язків; готовність допомагати гостям та реагувати на їхні запити. Залученість персо-



Рис. 1. Систематизація ключових чинників задоволеності працівників роботою в готелі

Джерело: розроблено автором

налу готелю, у свою чергу, залежить від усвідомлення і розуміння місії та цілей закладу, діючих у ньому інститутів гостинності, лише за цих умов працівники будуть прихильними до готелю і спрямовано діятимуть в інтересах закладу. Оскільки домінантою корпоративної культури більшості вітчизняних готелів стала цінність клієнта, то саме від того, наскільки персонал буде клієнт-орієнтованим, залежить досягнення цілей закладу, а для цього необхідні цілеспрямовані зусилля на формування внутрішньої клієнт-орієнтованості. Слід відзначити, що висока внутрішня клієнт-орієнтованість прямо впливає на рівень задоволеності і визначає цінність робочого місця для працівника, для збереження якого він буде суттєво зацікавленим у досягненні значущих для закладу результатів, цілей його діяльності.

Підсумовуючи наведене, ключовими чинниками клієнт-орієнтованості персоналу є внутрішня клієнт-орієнтованість, задоволеність та залученість персоналу, які у сукупності визначають умови формування зовнішньої клієнт-орієнтованості (рис. 2).

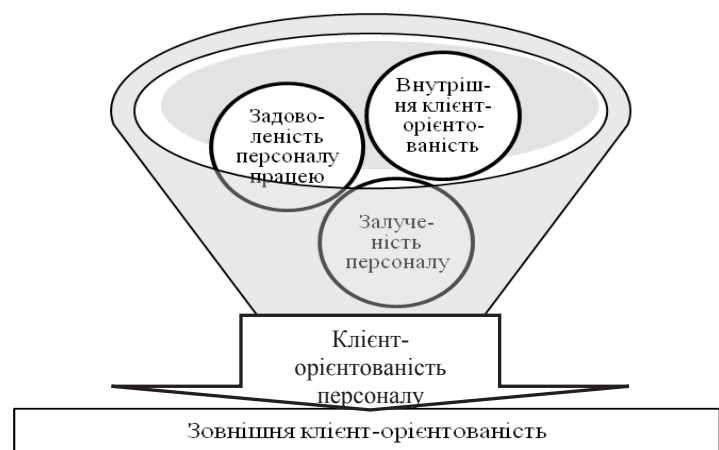


Рис. 2. Взаємозв'язок внутрішньої та зовнішньої клієнт-орієнтованості

Джерело: розроблено автором

Засновуючись на наведених міркуваннях, з метою управління клієнт-орієнтованістю сервісного продукту готелю запропоновано науково-методичний підхід оцінювання клієнт-орієнтованості персоналу готелю.



Рис. 3. Послідовність оцінювання клієнт-орієнтованості персоналу готелів

Джерело: розроблено автором

Таблиця 1

Результати оцінювання клієнт-орієнтованості персоналу готелів

Чинник клієнт-орієнтованості персоналу	Середній бал (B_{1-3})			Частковий індекс (i_{1-3})		
	Готелі 4*	Готелі 3*	Усього по сукупності досліджених готелів	Готелі 4*	Готелі 3*	Усього по сукупності досліджених готелів
Задоволеність	4,15	4,1	4,13	0,83	0,82	0,826
Внутрішня клієнт-орієнтованість	4,02	3,91	3,97	0,804	0,782	0,794
Залученість	4,18	4,23	4,2	0,836	0,846	0,84
Інтегральний показник клієнт-орієнтованості персоналу ($I_{k-o n}$)				0,823376	0,815741	0,819935

Його засновано на зборі емпіричної інформації методом опитування персоналу. В анкеті працівникам готелів досліджуваної сукупності запропоновано оцінити визначені індикатори факторів клієнт-орієнтованості персоналу (внутрішньої клієнт-орієнтованості, задоволеності персоналу, залученості персоналу) за розробленою шкалою 5-бального оцінювання.

Реалізація науково-методичного підходу передбачає здійснення послідовних етапів дослідження (рис. 3), у процесі якого сформовано вибірку готелів м. Києва у кількості 29, у тому числі 15 готелів категорії «3*» та 14 – категорії «4*». Для забезпечення репрезентативності результатів дослідження в кожному готелі опитано мінімум 30% працівників, у тому числі фронт-персонал та управлінський персонал. Дослідження проводилося методом опитування за розробленою анкетною протягом 2019 р. У сукупності зібрано 1216 анкет, після вибірки яких опрацьовано та проаналізовано 1198 анкет.

За результатами проведеного дослідження зібрано дані та визначені часткові індекси факторів задоволеності (i_1), внутрішньої клієнт-орієнтованості (i_2), залученості (i_3) та інтегральний індекс клієнт-орієнтованості персоналу (I) для кожного готелю, для груп готелів 3* та 4* і загалом для вибіркової сукупності готелів (табл. 1).

Для інтерпретації одержаних результатів розроблено шкалу ідентифікації (рис. 4). Відповідно до одержаних результатів, на вітчизняному ринку готельних послуг має місце дуже високий ступінь клієнт-орієнтованості персоналу. Зазначимо, що у готелях категорії «4*» цей показник децю перевищує показник у готелях категорії «3*». Загалом ситуація, що склалася, засвідчує, що у вітчизняній готельній індустрії визнається вагома роль персоналу у забезпеченні високоякісного сервісного продукту. При цьому особлива увага приділяється забезпеченню належних, комфортних та зручних умов праці, надаються можливості для кар'єрного та професійного розвитку, докладаються значні зусилля до формування корпоративної культури.

Серед факторів клієнт-орієнтованості персоналу найвище значення має залученість персоналу, завдяки чому можна стверджувати про досить високу цінність

робочого місця в індустрії гостинності, готовність працівників готелів виконувати додаткові доручення (завдання), які не входять до їхніх посадових обов'язків; належну поінформованість про місію та цілі діяльності готелів, готовність допомагати гостям та реагувати на їхні запити. А головне – розуміння працівниками високої цінності клієнта і намагання дотримуватися усіх правил, норм, принципів гостинності, культури обслуговування для максимального задоволення потреб гостей і забезпечення відповідності сервісного продукту готелю їхнім очікуванням.

Досить високим рівнем характеризується задоволеність персоналу готелів, що свідчить про високу результативність менеджменту щодо забезпечення сприятливих умов праці, використовуваної системи оплати праці та стимулювання персоналу, створення позитивного соціально-психологічного клімату в колективі, надання можливостей просування по кар'єрній сходинці. Позитивно працівники готелів оцінюють стиль та методи управління керівників, об'єктивність їх оцінювання внеску та результатів роботи членів колективу.

Водночас хоча і високим, але меншим рівнем (порівняно із залученістю та задоволеністю) характеризується внутрішня клієнт-орієнтованість у готельній індустрії, причому в сегменті готелів 3* середній бал становив 3,97. У зв'язку з виявленими фактами для підвищення клієнт-орієнтованості персоналу готелів рекомендується спрямувати зусилля менеджменту на покращення можливостей навчання та підвищення кваліфікації працівників; посилення турботи про персонал, справедливе та своєчасне визнання високих результатів роботи працівників, створення таких умов праці та її оплати, які б перевищували очікування працівників.

Висновки. В умовах гострої конкурентної боротьби завданням закладів готельного господарства є формування конкурентних переваг. Їхнім джерелом у сфері послуг є рівень сервісу, який залежить від кваліфікації та зусиль персоналу. Тому в готельній індустрії інструментом підвищення якості сервісного продукту готелю є управління клієнт-орієнтованістю персоналу. За останні роки у вітчизняній готельній індустрії тривали процеси розвитку, які значною мірою стосувалися формуванням людського капіталу галузі, при цьому

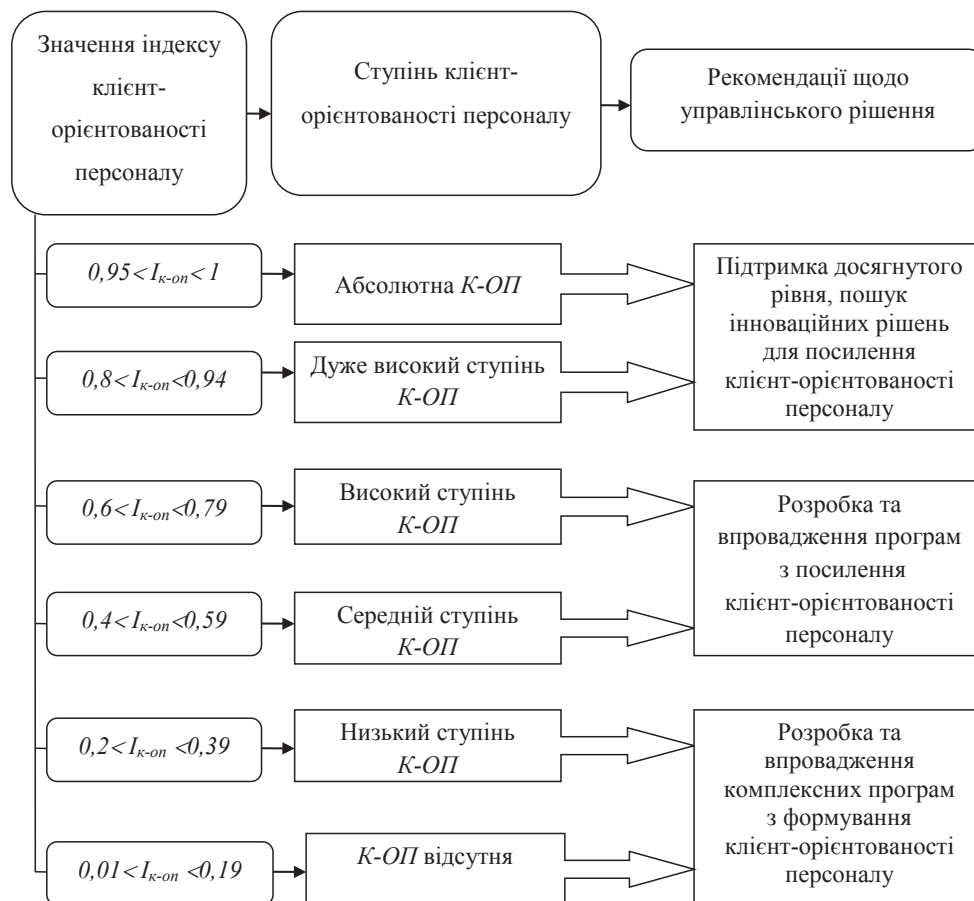


Рис. 4. Інтерпретація ступеня клієнт-орієнтованості персоналу та визначення відповідних управлінських рішень

Джерело: розроблено автором

особлива увага приділялася менеджменту та маркетингу персоналу. Завдяки цьому ступінь клієнт-орієнтованості персоналу закладів готельного господарства є досить високим.

Задля управління клієнт-орієнтованістю персоналу запропоновано науково-методичний підхід щодо її оцінювання, який передбачає процедуру визначення інтегрального показника, сформованого на основні системи факторів внутрішньої клієнт-орієнтованості, задоволеності, залученості персоналу, побудованої із відповідних індикаторів, визначених у результаті опитування 1198 респондентів. Цей науково-методичний підхід апробований на вибірковій сукупності готелів м. Києва категорії 3* та 4*, що дає можливість визначити ступінь клієнт-орієнтованості персоналу та виявити розриви в управлінні організаційною клієнт-орієнтованістю.

За результатами дослідження закладам готельного господарства рекомендується підтримувати досягнутий рівень, здійснювати пошук інноваційних рішень для посилення клієнт-орієнтованості персоналу. Ускладнення умов функціонування закладів готельного господарства в Україні вимагає нових підходів до управління клієнт-орієнтованістю сервісного продукту готелю. У цьому напрямі актуальним стає пошук сучасних механізмів налагодження та підтримки відносин із працівниками закладів готельного господарства на основі поглибленого розуміння їхніх потреб та спрямування зусиль на забезпечення умов та можливостей їх максимального задоволення.

Одержані результати можуть стати підґрунтям для оцінювання організаційної клієнт-орієнтованості готельного бізнесу.

Список літератури:

1. Дмитрюк С.П., Годяев С.Г. Аналіз умов праці та методика оцінки стану охорони праці у сільському господарстві. *Строительство, материаловедение, машиностроение. Серия: Безопасность жизнедеятельности*. 2018. Вып. 105. С. 259–263.
2. Захаренко Д.С. Клієнтоорієнтованість підприємства: сутнісні характеристики. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. № 4. С. 187–194.

3. Ковалевський В.О., Юшкевич О.О. Клієнтоорієнтованість організації як соціально-економічна категорія. *Бізнес Інформ*. 2019. № 6. С. 246–251.
4. Ковальчук С.В. Клієнтоорієнтованість – сучасне спрямування маркетингової концепції. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/4116/1/Konf20161104_IV_P009-010.pdf (дата звернення: 22.06.2020).
5. Папенко Л.М. Підходи до визначення поняття «клієнтоорієнтованість» у контексті управління сервісним підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. Вип. 15(3). С. 67–70.
6. Петриченко П. Клієнтоорієнтований підхід у діяльності підприємств індустрії гостинності. *Економіст*. 2014. № 1. С. 79–82.
7. Рябоконт Н.П. До питання формування клієнтоорієнтованості як ключової компетенції компанії. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_50 (дата звернення: 23.06.2020).
8. Соколов А.В., Рубан К.А. Клієнтоорієнтованість – основна цінність корпоративної культури сучасної організації. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 22. С. 113–115.
9. Халіна В.Ю., Васильєва Т.С. Клієнтоорієнтованість як нова парадигма ведення бізнесу. *Економіка та держава*. 2018. № 9. С. 75–78.
10. Чигрина С.В. Теоретичні засади поняття «лояльність» персоналу як складові забезпечення кадрової безпеки підприємства. *Управління розвитком*. 2014. № 2. С. 113–115.

References:

1. Dmytriuk S.P., Hodiaev S.H. (2018). Analiz umov pratsi ta metodyka otsinky stanu okhorony pratsi u silskomu hospodarstvi [Analysis of working conditions and methods of assessing the state of labor protection in agriculture]. *Stroitelstvo, materialovedenie, mashinostroenie. Seriya: Bezopasnost zhiznedeyatelnosti [Construction, materials science, mechanical engineering. Series: Life Safety]*, 105, pp. 259–263. (in Ukrainian)
2. Zakharenko D.S. (2017). Kliientoorientovanist pidpriemstva: sutnisni kharakterystyky [Customer orientation of the enterprise: essential characteristics]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes [Economy. Management. Business]*, 4, pp. 187–194. (in Ukrainian)
3. Kovalevskiy V.O., Yushkevych O.O. (2019). Kliientoorientovanist orhanizatsii yak sotsialno-ekonomichna katehoriia [Customer orientation of the organization as a socio-economic category]. *Biznes Inform [Business Inform]*, 6, pp. 246–251. (in Ukrainian)
4. Kovalchuk S.V. Kliientoorientovanist – suchasne spriamuvannia marketynhovoï kontseptsii [Customer orientation is a modern direction of the marketing concept]. Available at: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/4116/1/Konf20161104_IV_P009-010.pdf (accessed 22 June 2020). (in Ukrainian)
5. Papenko L.M. (2015). Pidkhody do vyznachennia poniattia «kliientoorientovanist» u konteksti upravlinnia servisnym pidpriemstvom [Approaches to the definition of «customer orientation» in the context of service enterprise management]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya: Ekonomichni nauky [Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences]*, 15(3), pp. 67–70. (in Ukrainian)
6. Petrychenko P. (2014). Kliientoorientovanyi pidkhid u diialnosti pidpriemstv industrii hostynnosti [Customer-oriented approach in the activities of the hospitality industry]. *Ekonomist [Economist]*, no. 1, pp. 79–82. (in Ukrainian)
7. Riabokon N.P. (2015). Do pytannia formuvannia kliientoorientovanosti yak kliuchovoi kompetentsii kompanii [On the issue of customer orientation as a key competence of the company]. *Efektivna ekonomika [Efficient economy]*, no. 11. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_11_50 (accessed 23 June 2020). (in Ukrainian)
8. Sokolov A.V., Ruban K.A. (2017). Kliientoorientovanist – osnovna tsinnist korporatyvnoi kultury suchasnoi orhanizatsii [Customer orientation is the main value of the corporate culture of a modern organization]. *Prychornomorski ekonomichni studii [Black Sea Economic Studies]*, 22, pp. 113–115. (in Ukrainian)
9. Khalina V.Yu., Vasylieva T.S. (2018). Kliientoorientovanist yak nova paradyhma vedennia biznesu [Customer orientation as a new paradigm of doing business]. *Ekonomika ta derzhava [Economy and state]*, no. 9, pp. 75–78. (in Ukrainian)
10. Chyhyryna S.V. (2014). Teoretychni zasady poniattia «loialnist» personalu yak skladovi zabezpechennia kadrovoi bezpeky pidpriemstva [Theoretical principles of the concept of «loyalty» of personnel as components of personnel security of the enterprise]. *Upravlinnia rozvytkom [Development management]*, no. 2, pp. 113–115. (in Ukrainian)

УПРАВЛЕНИЕ КЛИЕНТ-ОРИЕНТИРОВАННОСТЬЮ ПЕРСОНАЛА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА СЕРВИСНОГО ПРОДУКТА ОТЕЛЯ

Статья посвящена развитию научно-практического подхода к оцениванию клиент-ориентированности персонала заведения гостиничного хозяйства. Рассмотрены особенности формирования клиент-ориентированности персонала отеля и выделены ее ключевые факторы: удовлетворенности персонала; внутренней клиент-ориентированности отеля; вовлеченности персонала. Разработан научно-методический подход к оцениванию клиент-ориентированности персонала отеля. По результатам анкетного опроса персонала трех- и четырехзвездочных отелей в столице Украины собраны данные и определены частичные индексы и интегральный индекс клиент-ориентированности персонала. Для интерпретации степени клиент-ориентированности персонала и определения соответствующих управленческих решений разработана шкала идентификации полученных значений предложенных показателей. Даны рекомендации по поддержанию достигнутого уровня, осуществления поиска инновационных решений для усиления клиент-ориентированности персонала.

Ключевые слова: сервисный продукт отеля, управление клиент-ориентированностью персонала, корпоративная культура, оценка клиент-ориентированности персонала, интегральный индекс клиент-ориентированности персонала.

CUSTOMER-ORIENTATION MANAGEMENT AS A QUALITY IMPROVEMENT TOOL HOTEL SERVICE PRODUCT

The article is devoted to the development of a scientific and practical approach to evaluating the customer orientation of personnel of the hotel and the peculiarities of its formation. It has been found that the degree of customer orientation of personnel depends on key factors: personnel satisfaction; internal customer orientation of the hotel; personnel engagement. Organizational, motivational and psychological factors and conditions of job satisfaction of hotel employees are outlined. Reserves for increasing the satisfaction of employees of the hotel facilities for strengthening their customer orientation have been identified. Indicators of the engagement of hotel employees in achieving the goals of customer orientation have been established. The conditions for the formation of internal customer orientation are systematized. The interaction of internal and external customer orientation of the hotel is considered. A scientific and methodological approach to evaluating the customer orientation of hotel personnel has been developed. It is proposed to carry out research in accordance with the stages (identification of the problem and objectives of the study, development of a research plan, interpretation of data and preparation for marketing decisions) including certain substages. According to the results of a questionnaire survey of the personnel of three- and four-star hotels in the capital of Ukraine, the data have been processed, the value of the proposed indicators has been determined. Partial indices of factors of satisfaction, internal customer orientation, engagement and integrated index of customer orientation of personnel for each hotel, for groups of three- and four-star hotels, as well as for the whole sample set of hotels, are determined. A scale of identification of the obtained values of the proposed indicators has been developed to interpret the degree of customer orientation of personnel and to determine the relevant management decisions. Recommendations for maintaining the achieved level, the search for innovative solutions to strengthen customer orientation of personnel, are provided. The obtained results can be the basis for evaluating the organizational customer orientation of the hotel business.

Key words: hotel service product, customer orientation management of personnel, corporate culture, evaluation of customer orientation of personnel, integrated index of customer orientation of personnel.

Кобиліух О.Я.

старший викладач кафедри маркетингу і логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»

Гірна О.Б.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»

Гаєва Л.І.

кандидат хімічних наук, доцент,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Kobyliukh Oksana

National University Lviv Polytechnic

Hirna Olha

National University Lviv Polytechnic

Hayeva Lyubov

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

У статті проаналізовано основні тенденції на ринку транспортної логістики до появи пандемії коронавірусу та в процесі її виникнення. Особливий акцент зроблено на динаміку вантажообігу та перевезення вантажів по Україні за видами транспорту за останні періоди. Окреслено обсяги перевезених вантажів за видами транспорту, причому досліджено основні тенденції у перші два місяці розвитку пандемії. Розкрито сутність ключових елементів рекомендацій ЄС зі сприяння безперешкодному руху вантажів, доступності товарів та послуг у межах TEN-T. Наведено низку викликів для транспортної логістики в умовах COVID-19 з урахуванням характерних особливостей вітчизняного ринку, на основі яких розроблено низку пропозицій стосовно адаптації підприємств транспортної логістики до швидкоплинних умов сучасного ринку.

Ключові слова: транспортна логістика, пандемія COVID-19, аутсорсинг, “збірні вантажі”, мобільні перевізники, IT-технології.

Постановка проблеми. В останній час перспективно та швидкими темпами відбувається розвиток одного із сегментів ринку логістичних послуг – сфери вантажних перевезень та пов’язаної з нею транспортної експедиції. Зростаючі вимоги вантажовласників, високий рівень конкуренції у галузі та взаємини із зовнішнім середовищем вимагають від підприємств транспортної галузі пошуку нових шляхів розвитку, пошуку і використання нових підходів та інструментів до залучення та утримання своїх замовників. Потреба у розвитку ринку транспортно-експедиційних послуг очевидна. Не тільки рівень витрат, але й якість пропонувананих послуг, у тому числі і базових, не відповідає поточним потребам підприємств та завданням розвитку країни.

Серйозні зміни внесла у діяльність транспортно-експедиційних компаній пандемія коронавірусу, порушивши при цьому стандартні відносини між виробниками і споживачами. Закриття кордонів між країнами та введення режиму самоізоляції спричинило значне скорочення виробничих потужностей. Тобто пройшла

істотна зміна ситуації як на місцевих, так і на глобальних ринках. Запровадження карантинних заходів вплинуло на діяльність транспортних компаній, зокрема, крім обмеження руху вантажного транспорту, відбулося скорочення клієнтів цього сегменту ринку. Загалом експерти прогнозують скорочення вантажоперевезень на європейському ринку мінімум на 40% [4]. Окреслені вище тенденції і зумовили тематику цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання формування та ефективності функціонування потенціалу транспортної логістики досліджуються такими вченими, як Б. Анікін, Д. Бауерсокс, А. Гаджинський, О. Глогусь, Є. Голіков, А. Кальченко, Д. Клос, Є. Крикавський, Е. Мате, Л. Міротін, Ю. Неруш, В. Ніколайчук, М. Окландер, Перебийніс В.І., Ю. Пономарьова, О. Семененко, В. Сергеев, І. Смирнов, В. Стаханов, І. Ташбаєв, Д. Тіскє, В. Українцев, Н. Чухрай та ін. [1]. Аналіз результатів їхніх досліджень засвідчує про доцільність дослідження цієї тематики не тільки у розрізі звичних для нас умов, а й у період розвитку пандемії COVID-19.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження визначається як формування елементів розвитку транспортно-експедиційних підприємств в умовах пандемії COVID-19, яка базується на основі поєднання попереднього аналізу ринку транспортних послуг з умовами сьогодення.

Виклад основного матеріалу. Сучасні умови ринку вантажних перевезень характеризуються підвищенням конкуренції, зменшенням прибутку, підвищенням та появою нових вимог до якості послуг, що надаються. Умови ринку стають дедалі жорсткішими для логістичних та транспортно-експедиційних компаній. Особливо це стосується автомобільних вантажоперевізників.

Нині автомобільна транспортна система України нараховує понад 9,1 млн одиниць транспорту, в тому числі до 1,3 млн вантажних автомобілів та до 850 тис. одиниць мототранспорту.

На українському ринку комерційних перевезень нині загалом здійснює діяльність до 56,3 тис. перевізників, у використанні яких – понад 154 тис. одиниць вантажних транспортних засобів.

За даними офіційної статистики, на ринку вантажних перевезень за 2019 р. вантажообіг усіх видів

транспорту становив 338,9 млрд. т км, що проти такого ж періоду 2018 р. становить 102,1% від обсягу вантажообігу (табл. 1). Останніми роками зростання частки імпортованих товарів на ринку України, збільшення обсягів торгівлі через Інтернет перекрили зменшення внутрішніх перевезень вітчизняних товарів і забезпечили рівень вантажних перевезень.

Підприємствами транспорту у 2019 р. перевезено майже 675 млн т вантажів, що становить 108% від обсягу перевезень у 2018 р. Протягом 2019 р. залізничним транспортом перевезено у внутрішньому сполученні й на експорт майже 313 млн т вантажів, що на 2,9% менше, ніж у 2018 р. За даними офіційної статистики, частка вантажних перевезень автомобільним транспортом становить майже 36%. У січні-квітні 2020 р. вантажообіг підприємств транспорту становив 90,6 млрд т км, або 81,8% від обсягу січня-квітня 2019 р. (табл. 2).

Загалом підприємствами транспорту у січні-квітні 2020 р. перевезено 184,8 млн т вантажів, що становить 84,7% від обсягів січня-квітня 2019 р. За період січня-квітня 2020 р. кількість вантажів за рахунок перевезень автомобільним транспортом становить 57,6 млн т км, і це становить 79,8% до відповідного періоду 2019 р.

Таблиця 1

Динаміка вантажообігу та перевезення вантажів по Україні за 2019 р. та січень-квітень 2020 р. за видами транспорту

Вид транспорту	Вантажообіг			Кількість вантажу		
	млн т км		2019 у % до 2018	млн т		2019 у % до 2018
	2019	Січень-квітень 2020		2019	Січень-квітень 2020	
Транспорт загалом, у тому числі:	338885,2	90606,0	102,1	674,5	184,8	108,0
– залізничний	181844,7	56822,8	97,6	312,9	96,8	97,1
– автомобільний	48831,5	13520,1	114,7	242,7	57,6	129,7
– водний	3386,9	840,7	100,7	6,1	1,3	109,2
– трубопровідний	104528,1	19340,2	105,3	112,7	29,1	103,0
– авіаційний	294,0	82,2	86,6	0,1	0,02	92,7

Джерело: власне опрацювання на основі [5]

Таблиця 2

Обсяги перевезених вантажів за видами транспорту за 2020 р.

Вид транспорту	Одиниці виміру	Січень	Січень-лютий	Січень-березень	Січень-квітень
Транспорт загалом, у т. ч.	Млн т	44,0	90,1	140,7	184,8
	у % до відповідного періоду 2019 р.	87,7	89,3	86,9	84,7
– залізничний	Млн т	23,9	47,3	73,9	96,8
	у % до відповідного періоду 2019 р.	97,4	97,4	95,9	92,5
– автомобільний	Млн т	13,2	28,2	43,7	57,6
	у % до відповідного періоду 2019 р.	92,6	90,3	82,1	79,8
– водний	Млн т	0,2	0,5	0,9	1,3
	у % до відповідного періоду 2019 р.	116,8	113,1	87,4	97,1
– трубопровідний	млн т	6,7	14,1	22,2	29,1
	у % до відповідного періоду 2019 р.	59,8	68,4	72,4	72,7
– авіаційний	Млн т	0,01	0,01	0,02	0,02
	у % до відповідного періоду 2019 р.	90,3	88,7	86,4	90,7

Джерело: власне опрацювання на основі [5]

Окремим викликом для транспортної галузі став карантин, який було введено у березні 2020 р. у зв'язку із захворюванням на COVID-19.

В умовах пандемії COVID-19 серед основних тенденцій в Євросоюзі можна виокремити: 1) зниження обсягу внутрішніх та міжнародних перевезень; 2) зменшення кількості автотранспорту на дорогах через режим самоізоляції; 3) відсутність обмежень стосовно руху вантажного транспорту у вихідні дні; 4) зниження ставки на тарифні перевезення всередині Європи [8].

ЄС виробив рекомендації для сприяння безперешкодному руху вантажів, доступності товарів та основних послуг у рамках Транс'європейської опорної транспортної мережі (TEN-T), до якої включена Україна. Рекомендації мають сприяти тим, хто, наражаючи себе на небезпеку, з міста в місто, з країни в країну доставляє потрібні людям речі: продукти, засоби особистого захисту, ліки та будь які інші товари. Так, зокрема, у рекомендаціях зазначається [2]:

1) оформлення водіїв вантажних транспортних засобів для перетину кордонів на автомобільних дорогах транс'європейських дорожніх мереж, включаючи час на будь-які перевірки та обстеження стану здоров'я, має тривати не більше 15 хвилин;

2) під час митного оформлення водії можуть не залишати кабін своїх вантажівок, у тому числі під час заповнення форм і бланків, а отримання, перевірка та повернення паперових документів працівниками національного контролю має здійснюватися з дотриманням мінімальної безпечної відстані;

3) час очікування та надання змоги безперешкодного пересування має бути забезпечено представникам всіх компаній-перевізників: водіям, пілотам, машиністам, а також членам їхніх екіпажів, за умови, що жоден з них не має симптомів захворювання.

Пандемія COVID-19 істотно вплинула на логістичну сферу і в Україні. Через серйозну зупинку морських, автомобільних та авіаційних перевезень суттєві проблеми із транспортуванням відчули багато галузей промисловості.

Виходячи із вище сказаного, виникає нагальна потреба у виокремленні пріоритетних напрямів розвитку транспортно-експедиційних підприємств в умовах пандемії (рис. 1). Детальніше розглянемо основні із них.

Посилення боротьби за клієнта сприяє виникненню цінового демпінгу на ринку вантажоперевезень, оскільки кількість вантажів зменшується, а багато транспорту залишається не залученим у процеси транспортування, при цьому більшість компаній не спроможні витримати тривалий демпінговий процес.

Пандемія COVID-19 сприяє виходу із логістичного ринку слабких гравців, тобто це «ідеальний шторм». Ринок найближчим часом покинуть дрібні і деякі середні гравці, при цьому відбудеться низка банкрутств, поглинань, злиттів. З іншого боку, логістичні компанії, позиції яких є стійкими на ринку, матимуть можливість розширити свою частку ринку.

Для посилення своїх конкурентних позицій на ринку транспортні логістичні компанії почнуть

об'єднуватися в communities для спільного користування послугами одна одної, іншими словами, колаборуватися, що дозволить розробляти унікальні пропозиції для клієнтів.

Зростання курсу валют та пандемія спричинили відмову від оновлення автопарку у 90% логістичних компаній [6]. Це відповідно спричинило зростання попиту на послуги, пов'язані із ремонтом та технічним обслуговуванням автопарків.

В останній час динамічно розвивається тенденція збільшення попиту на послугу «збірні вантажі». Спостерігається тренд до зменшення обсягів партій вантажів, які перевозяться, на противагу чому відбувається збільшення кількості відправлень «збірних вантажів». Саме розвиток аутсорсингу буде поштовхом для гравців ринку «заповнювати» транспортні засоби та групувати партії замовлення на взаємовигідних умовах.

Питання оптимізації і діджиталізації в логістиці стоїть давно, але мало хто наважувався на реальні та докорінні зміни. Пандемія COVID-19 змусила більшість логістичних компаній активно впроваджувати у діяльність новітні IT-технології. Доцільно зауважити, що відбувається активне використання IT-платформ у логістичних компаніях з метою обміну тарифами і ставками [6].

Новим трендом в транспортній логістиці на найближче майбутнє стане замовлення перевезень із мобільного пристрою, тобто поява окремої галузі «мобільні перевізники». Це зумовлено тим, що власники вантажу дедалі частіше орієнтуються на повний спектр послуг із режимом доступу зі свого мобільного пристрою. Клієнт отримує можливість замовити перевезення на цифровій логістичній платформі, натискаючи на кнопку в мобільному додатку, зокрема, відправка посилок за номером телефону: функція доступна для всіх користувачів мобільного додатка логістичного оператора.

У зв'язку із закриттям кордонів через пандемію змінилися напрями розвитку вантажних перевезень, а саме відбулося зменшення вантажних потоків з країн Азії, Китаю, що відповідно привело до розвитку виробництва всередині країни та розвитку внутрішніх продуктів. Цей тренд сприятиме розвитку внутрішньої логістики та вихід її на новий рівень якості.

Не тільки можливості збереження бюджету, а й істотній економії часу сприятиме активне впровадження у сферу транспортної логістики процесів аутсорсингу, тобто відбувається актуалізація передач не профільних процесів та послуг на аутсорсинг.

Одним із головних трендів сучасності стає безконтактна кур'єрська доставка. Кінцевому споживачу пропонується найширший асортимент товарів із безконтактною доставкою додому. З метою уникнення громадських місць в умовах пандемії, покупці готові переплачувати 5–10% від вартості за товари зі швидкою доставкою (1–3 дні) [4].

Продовженням ідеї безконтактної кур'єрської доставки вантажів є розвиток доставки посилок за допо-

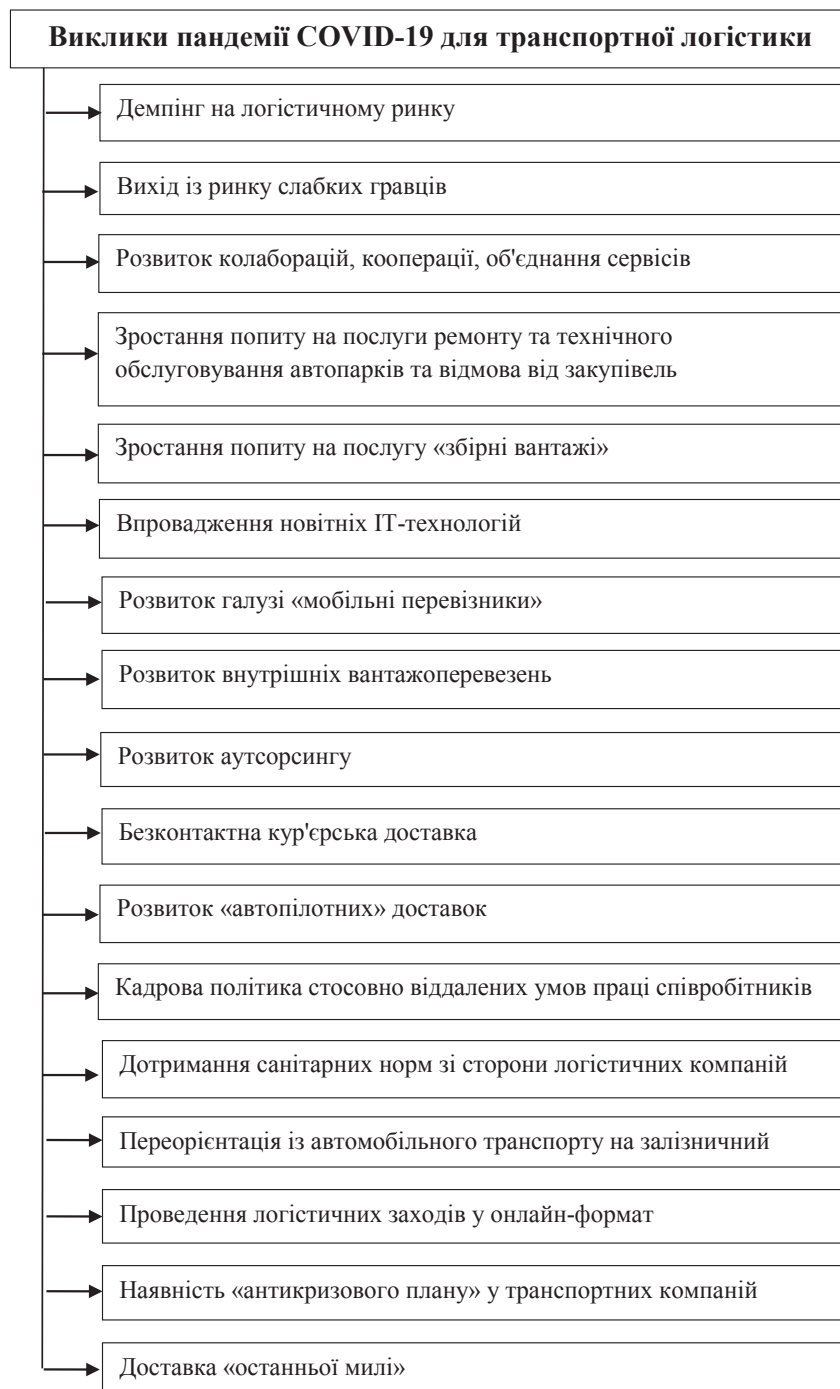


Рис. 1. Виклики пандемії COVID-19 для транспортної логістики

Джерело: власне опрацювання на основі [6, 7]

могою «дронів» або «автопілотної» доставки. Широкої популярності вона набула в Китаї в умовах пандемії.

Відбуваються істотні зміни у кадровій політиці багатьох логістичних компаній, вони переводять своїх працівників на віддалену форму праці, що вимагає оптимізації та автоматизації всіх бізнес-процесів у логістичній компанії.

З метою безпеки транспортно-експедиційні компанії будуть змушені дотримуватися санітарних норм, проводити дезінфекцію обладнання, транспортних

засобів, адже ці умови їм диктуватиме користувач їхніх послуг.

Незважаючи на те, що кордони відкриті для міжнародних вантажних відправлень, строгі перевірки, карантин, заміна водіїв і інші заходи можуть уповільнювати швидкість доставки автомобільним транспортом, що відкриває нові перспективи для залізничних перевезень, тобто несподіваним трендом стала переорієнтація підприємств із автотранспорту на залізничний. При цьому скасування пасажирських перевезень

дозволило звільнити розклад для курсування вантажних потягів.

Безсумнівним трендом стає перехід усіх світових логістичних заходів у онлайн-формат. Тренд на проведення більшості заходів у логістичній сфері в онлайн-форматі збережеться, тому що цей формат проведення зустрічей, переговорів, вебінарів, конференцій показав високу ефективність. Згідно із дослідженнями, більше 60% запланованих заходів у 2020 р. без онлайн-формату приречені на фіаско.

Для транспортних компаній обов'язковою стає наявність «антикризового плану». Досвід кризи в період пандемії змушує керівництво логістичних компаній мати в запасі «план В – пакет антикризових заходів» із фінансовим підґрунтям.

Особливо важливою умовою за цих обставин стає доставка «останньої милі». Кризу порівняно легко перенесуть компанії, які здійснюють автомобільні доставки, й оператори, що працюють на «останній милі». Подолати кризу найлегше буде компаніям без

основних засобів, тобто експедиторам. Додаткове фінансове навантаження (транспортне обладнання, яке закуповується в основному в лізинг) зараз може тільки погіршити ситуацію.

Висновки. Поліпшення сервісу, збільшення швидкості поставки, професіоналізація логістичних послуг стають необхідними чинниками, які допоможуть подолати стагнацію бізнесу. Подолати спад на ринку транспортних перевезень та залишитися конкурентоспроможними зможуть лише ті компанії, що спроможуться вибудувати політику зменшення постійних і змінних витрат із найменшими втратами для бізнесу.

Таким чином, окреслені вище тенденції функціонування транспортно-експедиційних підприємств в умовах пандемії дозволять більшості із них пристосуватися до змінних умов зовнішнього середовища, зберігши при цьому високі конкурентні позиції на ринку, зменшивши рівні логістичних витрат та підвищивши якість обслуговування клієнтів через надання різного спектру необхідних послуг.

Список літератури:

1. Стельмашук А.М. Оцінка ефективності транспортно-логістичного потенціалу сільських територій / *Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки»*, 2015. Вип. 26. № 1. С. 42–50.
2. ЄС виробив рекомендації для сприяння безперешкодному руху вантажів, доступності товарів та послуг у рамках TEN-T, – Наталія Форсюк. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/yes-virobiv-rekomendaciyi-dlya-spriyannya-bezpereshkodnomu-ruhu-vantazhiv-dostupnosti-tovariv-ta-poslug-u-ramkah-ten-t-nataliya-forsyuk> (дата звернення: 29.06.2020).
3. Перспективи розвитку автомобільних перевезень в світі URL: <https://www.interfreight.biz/ua/pro-kompaniyu/zhittya-kompaniji/344-perspektivi-rozvitku-avtomobilnikh-perevezen-v-sviti.html> (дата звернення: 03.05.2020).
4. План порятунку: чи може Україна налагодити ефективну логістику. URL: <https://mind.ua/publications/20179078-plan-poryatunku-chi-mozhe-ukrayina-nalagoditi-efektivnu-logistiku> (дата звернення: 21.05.2020).
5. Статистичні дані по галузі автомобільного транспорту. URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-po-galuzi-avtomobilnogo-transportu.html> (дата звернення: 09.05.2020).
6. Стратегія розвитку транспортної галузі України в умовах карантину: залізниця, порти та автотранспорт. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/720-strategiya-rozvitku-transportnoyi-galuzi-ukrayini-v-umovah-karantinu-zaliznitsya-porti-ta-avtotransport> (дата звернення: 28.05.2020).
7. Український транспорт і коронавірус: як впливає карантин на ключову галузь економіки. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30498066.html> (дата звернення: 20.06.2020).
8. Швидше за все повезе, ось тільки на чому? Аналіз ринку вантажоперевезень в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/skoree-vsego-povezet-vot-tolko-na-chem-analiz-rynka-gruzoperevozok-v-ukraine> (дата звернення: 28.05.2020).

References:

1. Stelmashchuk A. (2015) *Otsinka efektyvnosti transportno-lohistychnoho potentsialu sil's'kykh terytorij* [Estimation of efficiency of rural territories transport and logistic potential]. Sustainable economic development, vol. 26(1), pp. 42–50. (in Ukrainian)
2. YeS vyrobiv rekomendatsii dlia spriyannia bezpereshkodnomu rukhu vantazhiv, dostupnosti tovariv ta posluh u ramkakh TEN-T, – Nataliia Forsiuk [The EU develops recommendations to ensure freight moving across the EU, continuous flow of goods and services within the TEN-T framework]. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/news/yes-virobiv-rekomendaciyi-dlya-spriyannya-bezpereshkodnomu-ruhu-vantazhiv-dostupnosti-tovariv-ta-poslug-u-ramkah-ten-t-nataliya-forsyuk> (accessed 30.06.2020).
3. *Perspektyvy rozvytku avtomobil'nykh perevezen' v sviti* [Prospects for the development of road transport in the world]. Available at: <https://www.interfreight.biz/ua/pro-kompaniyu/zhittya-kompaniji/344-perspektivi-rozvitku-avtomobilnikh-perevezen-v-sviti.html> (accessed 03.05.2020).
4. *Plan poriatunku: chy mozhe Ukraina nalahodyty efektyvnu lohistyku* [Rescue plan: can Ukraine establish efficient logistics]. Available at: <https://www.interfreight.biz/ua/pro-kompaniyu/zhittya-kompaniji/344-perspektivi-rozvitku-avtomobilnikh-perevezen-v-sviti.html> (accessed 03.05.2020).
5. *Statystychni dani po haluzi avtomobil'noho transportu* [Road Transport Statistics]. Available at: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-po-galuzi-avtomobilnogo-transportu> (accessed 09.05.2020).

6. *Strategiia rozvytku transportnoi haluzi Ukrainy v umovakh karantynu: zaliznytsia, porty ta avtotransport* [Strategy of Ukrainian transport industry in the conditions of quarantine: railway, ports and road transport]. Available at: <https://agropolit.com/spetsproekty/720-strategiya-rozvitku-transportnoyi-galuzi-ukrayini-v-umovah-karantynu-zaliznitsya-porti-ta-avtotransport> (accessed 28.05.2020).

7. *Ukrains'kyj transport i koronavirus: iak vplyvaie karantyn na kliuchovu haluz' ekonomiky* [Ukrainian transport and coronavirus: how quarantine affects a key sector of the economy]. Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/30498066.html> (accessed 20.05.2020).

8. *Shvydshe za vse poveze, os' til'ky na chomu? Analiz rynku vantazhoperevezen' v Ukraini* [Surely ride, but on what? Analysis of the freight market in Ukraine]. Available at: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/skoree-vsego-povezet-vot-tolko-na-chem-analiz-rynka-gruzoperevozok-v-ukraine> (accessed 28.05.2020).

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

В статье проанализированы основные тенденции на рынке транспортной логистики до появления пандемии коронавируса и в процессе ее возникновения. Особый акцент сделан на динамику грузооборота и перевозки грузов по Украине по видам транспорта за последние периоды. Определены объемы перевозимых грузов по видам транспорта, причем исследованы основные тенденции в первые два месяца развития пандемии. Раскрыта сущность ключевых элементов рекомендаций ЕС по содействию беспрепятственному движению грузов, доступности товаров и услуг в рамках ТЕН-Т. Представлен ряд вызовов для транспортной логистики в условиях COVID-19 с учетом характерных особенностей отечественного рынка, на основе которых разработано ряд предложений по адаптации предприятий транспортной логистики в скоротечных условиях современного рынка.

Ключевые слова: транспортная логистика, пандемия COVID-19, аутсорсинг, “сборные грузы”, мобильные перевозчики, IT-технологии.

KEY ASPECTS OF TRANSPORT LOGISTICS DURING THE PANDEMIC COVID-19

The priority position of transport logistics in the modern economy is revealed, namely the importance in forecasting not only delivery costs, but also in planning transport costs in general to fulfill the order of transport services consumers. Analysis and design of transport logistics activity of the enterprise involves taking into account such optimal requirements as type of transportation, type of transport, type and brand of rolling stock, operation of load carrying capacity vehicles, schemes of inventory, creation of infrastructure objects that necessary for service of a material flow, their rational spatial location, development of the transport network and routing of material flow. A comparative analysis of the main trends in the transport logistics market before the coronavirus COVID-19 pandemic and on the basis of studies of the dynamics of inventory turnover and freightage in terms of each mode of transport (rail, water, road, pipeline, aviation) and freight traffic in Ukraine in 2020. It is emphasized that the instability of the economic situation in the country has contributed to falling demand for transport services and the projected decline in the provision of transport services, which has forced most companies to reduce cost optimization and reduce staff. Some of them, especially unstable enterprises, closed their fleets and tried to «get out of the game» with minimal costs. It should also be noted a significant decrease in the volume of container traffic (including multimodal transport) during this period. The article focuses on the analysis of the challenges posed by the coronavirus COVID-19 pandemic: dumping in the logistics market; market exit of weak players; development of collaborations; growing demand for fleet repair and maintenance services, refusal to purchase; increase demand for the service «groupage cargo»; implementation of the latest IT-technologies; development of ant logistics; increasing the scale of domestic freight shipping; development of outsourcing; contactless delivery; development of self-drive vehicle; changing attitudes regarding remote working practices; compliance with sanitary norms by logistics companies; reorientation from road to rail transport; translation of logistics activities into online; ability of an «anti-crisis plan» in transport companies; last mile delivery.

Key words: transport logistics, pandemic COVID-19, outsourcing, “groupage cargoes”, ant logistics, IT-technologies.

Кравченко М.В.кандидат економічних наук, доцент,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет**Ізболдіна О.О.**кандидат сільськогосподарських наук, доцент,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет**Карамушка О.М.**кандидат економічних наук, доцент,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет**Kravchenko Mykola, Izboldina Olena, Karamushka Oleksandr**

Dnipro State Agrarian and Economic University

**ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ
ТА БЕЗПЕКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОГО СЕКТОРУ**

Розвиток інтегрованих процесів у сільськогосподарському виробництві ґрунтується на паритеті окремих спеціалізованих галузей з виробництва сировини, зберігання, переробки та продажу готової продукції споживачам, які працюють у суспільному поділі праці. Це поетапна організаційна інтеграція. Здатність підприємства конкурувати з іншими виробниками в межах певного ринкового простору визначає основу його конкурентоспроможності. У цій статті досліджено теоретичні основи створення конкурентної переваги в аграрному секторі. Розроблений методологічний підхід для контролю конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. Організаційно-економічні заходи щодо підвищення конкурентної переваги господарств аграрного сектору є виправданими. Управління конкурентоспроможністю на предмет економічних відносин передбачає всебічний аналіз впливу системи на внутрішні та зовнішні чинники та використання сучасних науково обґрунтованих методів оцінювання.

Ключові слова: конкурентоспроможність, методичні підходи, аграрний сектор, переваги, аграрні підприємства, інтегровані системи.

Постановка проблеми. Виробництво якісної органічної продукції та ефективність роботи підприємства особливо важливі у зв'язку з поширенням інтеграційних процесів. В останні роки вітчизняні аграрні підприємства працюють у нестабільному конкурентному середовищі, а для забезпечення стабільної конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта із стратегічної позиції було прийнято науково доцільний підхід до управління конкурентоспроможністю. Враховуючи сьогоденні ринкові відносини, які характеризуються посиленою конкуренцією, обмеженою фінансовою безпекою виробників, невизначеністю та мінливістю політичних, економічних та соціальних факторів, основним завданням сільськогосподарських підприємств є ефективність управлінських рішень.

У цьому контексті дослідження щодо формування та розвитку конкурентоспроможності підприємств у аграрному секторі є особливо актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання методології та практики вибору, що дають змогу підприємствам стати більш конкурентоспроможними в аграрному секторі, розглядаються в роботах вітчизняних та міжнародних економічних наукових дослідників: Г. Азоева, В. Андрійчука, А. Атамаса, Л. Березіної,

І. Вініченка, О. Гончаренко, П. Макаренка, М. Маліка, А. Маршала, Л. Мельника, Л. Михайлової та ін. Однак системний підхід до розуміння конкурентоспроможності як складної економічної категорії, співвідношення конкурентоспроможності та конкурентної переваги підприємства й організаційно-економічного досягнення конкурентоспроможності на ринку сільськогосподарської продукції до кінця не розглянуто.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо формування і підвищення конкурентних переваг підприємств аграрного сектору.

Постановка завдання:

– уточнити понятійний апарат проблеми дослідження, зокрема трактування сутності категорії «конкурентоспроможність» підприємства;

– удосконалити методичні підходи щодо управління конкурентоспроможністю агропромислових підприємств;

– розробити організаційно-економічні заходи щодо підвищення конкурентних переваг підприємств агропромислового комплексу.

Об'єкт дослідження – процес управління та забезпечення конкурентних переваг підприємств аграрного сектору.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів забезпечення конкурентоспроможності підприємств аграрного сектору.

Виклад основного матеріалу. Органічна продукція займає важливе місце серед усіх харчових продуктів, а з погляду їх важливості ринок органічних продуктів займає провідне місце у системі вітчизняного продовольчого ринку. В Україні органічна продукція традиційно належить до пріоритетної групи харчових продуктів. Рівень забезпеченості населення органічною продукцією є одним з основних показників якості життя людей та стану продовольчої безпеки країни. Тому мета організації процесу управління конкурентоспроможністю компаній у галузі сільського господарства обґрунтована такими положеннями:

- організація обробки – це відкрита система, яка повністю залежить від стану зовнішнього середовища;
- у контексті активної конкуренції між виробниками органічної продукції стратегічне коригування корпоративних цілей дає змогу потенційним замовникам реагувати на фактори невизначеності та ризику зовнішнього середовища;
- ефективна реакція підприємства на вплив зовнішнього середовища неможлива без його пристосованості до цього середовища.

Зважаючи на недостатність вивчення цього питання, ми вважаємо, що важливо виділити характеристики конкурентної переваги, характерні лише для підприємств агропромислового сектору України [1, с. 7–10].

Здатність суб'єкта господарювання конкурувати з іншими виробниками в межах певного ринкового простору визначає основу його конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність виробника показує його пристосованість до зовнішніх змін із стратегічної позиції. Деякі автори розуміють конкурентоспроможність суб'єкта як низку взаємопов'язаних економічних характеристик, які впливають на ринкові вигоди та яких можна досягти. Інші дослідники визначають цільову конкурентоспроможність як здатність максимізувати наявний потенціал для забезпечення позиції на прибутковому ринку [2, с. 13–21].

Наявність у структурі сучасних ринків декількох внутрішньогалузевих сегментів означає, що виробники зосереджуються на кількох ринках або намагаються охопити більшість із них. У цьому разі загальна конкурентна позиція компанії виступає сукупністю позицій у різних внутрішньогалузевих сегментах. Фактична конкурентоспроможність підприємства, досягнута за допомогою наявних переваг, є «відправною точкою» для створення нових видів або вибору майбутніх конкурентних стратегій, що розвивають наявні переваги (рис. 1).

За наявною інформацією, підприємство переживає цикл конкурентного розвитку на ринку під час зміни ринкових позицій. Цей процес забезпечує стратегію побудови конкурентної переваги для сільськогосподарських підприємств.

Оскільки кінцевою метою конкурентного розвитку цього суб'єкта є створення та розвиток видів конкурентної переваги, є чітка кореляція між останнім та типом впроваджених стратегій (табл. 1).

Як система самоорганізації, ринок органічної продукції складається з безлічі взаємозалежних структурних елементів, які поділяються на підсистеми залежно від виду продукту, його призначення та регіональних обмежень ринку. Ринок органічної продукції характеризується високим ступенем технологічної диверсифікації виробництва, що дає змогу виробляти різні види продукції. Однак підміна товарів (товарна субституція) між основними видами продукції дуже обмежена, і ми можемо дуже умовно говорити про попит, пропозицію та ціну споживачів на ринку.

У результаті аналізу структурних елементів ринку органічної готової продукції узагальнено основні групи факторів, що визначають загальний напрям розвитку зовнішнього ринкового середовища. Особливості внутрішнього потенціалу сільськогосподарських підприємств безпосередньо впливають на процес формування конкурентної переваги: використання природних та біологічних факторів у виробничому процесі; можлива недоцільність для виробництва деяких видів продовольства; земля є не тільки предметом праці, але й предметом і основним засобом виробництва; замість того, щоб

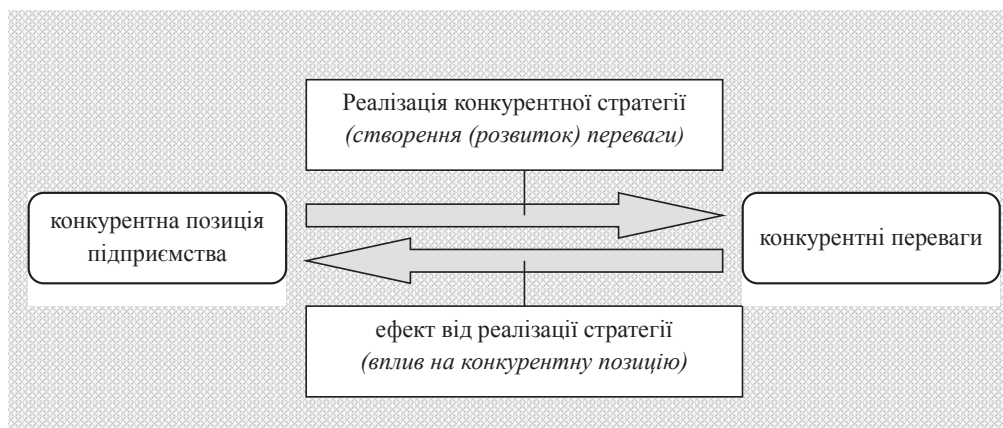


Рис. 1. Циклічність процесу стратегічного формування конкурентних переваг підприємств аграрного сектору

Трансформація типів конкурентних переваг залежно від типу конкурентної позиції суб'єкта та характеру зміни привабливості зовнішнього середовища

Тип конкурентної позиції	Типи конкурентних переваг	Загальний напрям розвитку суб'єкта конкуренції		
		негативний	нейтральний	позитивний
Спеціалізований лідер	сконцентрована диференціація	диференціація, поєднання типів	сконцентрована диференціація	сконцентрована диференціація
Універсальний лідер	низькі витрати	низькі витрати, сконцентрована диференціація, поєднання типів	низькі витрати	низькі витрати
Спеціалізований послідовник	сконцентрована диференціація, сфокусоване поєднання типів	сконцентрована диференціація	сконцентрована диференціація, поєднання типів	низькі витрати, поєднання типів, сконцентрована диференціація
Універсальний послідовник	низькі витрати, поєднання типів	сконцентрована диференціація, сфокусоване поєднання типів, низькі витрати	низькі витрати, диференціація, поєднання типів	низькі витрати
Спеціалізований аутсайдер	сконцентрована диференціація, відсутність переваг	відсутність переваг	сконцентрована диференціація	сконцентрована диференціація, низькі витрати, поєднання типів
Універсальний аутсайдер	низькі витрати, відсутність переваг	сконцентрована диференціація, поєднання типів	низькі витрати, диференціація, поєднання типів	низькі витрати, диференціація, поєднання типів

бути окремо в регіональних межах підприємства, вони формують кластери на основі найкращого поєднання з іншими; різні типи власності, управління, розміри компанії; позиціонування виробництва на конкретних місцевих виробничих майданчиках та окремих зонах сировини; сезонність виробництва через невідповідність робочого часу та виробничих годин; задоволення попиту жителів на продовольство; спеціалізація на виробництві конкретних видів продукції [3, с. 59–65].

Конкурентоспроможність та методи оцінки індивідуальних інтересів відрізняються тим, що вони дають змогу оцінити загальні або часткові інтереси. Кожен метод має свої сильні та слабкі сторони, які впливають на їхній практичний потенціал застосування під час оцінки їхньої конкурентоспроможності та індивідуальних переваг.

Тому слід зазначити, що, незважаючи на значні наукові зусилля для оцінки конкурентоспроможності підприємств, немає універсального методу. Кожен із сучасних методів має недоліки, що знижують практичну цінність результатів досліджень. Недосконалість конкретного методу оцінки впливає на різні підходи до вивчення конкурентних переваг та обмеженого потенціалу їх застосування. Цей факт можна пояснити фокусуванням дослідника на конкретних аспектах галузі дослідження та особливостями вибору об'єкта та обсягу дослідження, підбору інструментів.

Тому процес дослідження конкурентної переваги сільськогосподарських підприємств повинен не тільки ґрунтуватися на характеристиках та особливостях конкурентної категорії, а й повністю відповідати специфіці галузі. У цьому разі виробник повинен контролювати та виконувати такі завдання, як: оцінка не

тільки фактичного рівня конкурентоспроможності, але й її потенційного рівня; відображення результатів аналізу компонентів конкурентних факторів; дослідження конкурентної переваги на предметному та товарному рівні; підбір методів та інструментів оцінювання відповідно до характеристик дослідження [4, с. 34–39].

Конкретні аналітичні огляди методів оцінки конкурентоспроможності та індивідуальних конкурентних переваг, а також конкретні обмеження методів також підтверджують практичну цінність кожного з цих методів. Тому вивчення конкурентоспроможності має базуватися на використанні декількох додаткових наборів методів, що відображають усі необхідні аспекти її формування та в майбутній перспективі формування інтегрованої оцінки конкурентоспроможності й індивідуальних конкурентних переваг.

У зв'язку з цими питаннями важливо враховувати конкурентну перевагу сільськогосподарських підприємств на місцевому ринку. Характер розвитку конкурентної переваги аграріїв визначається динамікою факторів зовнішнього середовища.

Управління конкурентоспроможністю на предмет економічних відносин передбачає всебічний аналіз впливу системи на внутрішні та зовнішні чинники та використання сучасних науково обґрунтованих методів оцінювання. Специфічні вимоги діяльності аграрних підприємств вимагають розроблення відповідних методів для вирішення особливостей галузевих механізмів конкуренції.

У першій фазі запропонованої методики потенційний рівень конкуренції підприємства визначається шляхом отримання рівня привабливості із зовнішнього середовища та внутрішньої конкурентоспроможності суб'єкта.

Функціонування сільськогосподарського підприємства як відкритої системи до впливу зовнішніх умов передбачає перевірку її привабливості для діяльності її конкурентів. Досліджуючи зовнішнє середовище, важливо зосередитися на визначенні галузевих та географічних умов, які формують вплив факторів на діяльність підприємства. [5, с. 368]. По-перше, вплив факторів може бути обмежений як галузями, так і окремими внутрішньогалузевими сегментами. Інший тип передбачає наявність місцевих територій, обмежених територіальними бар'єрами. Вираз цих типів обмежень взаємопов'язаний і сприяє формуванню ринкових структур із різним якісним та кількісним складом факторів.

Наступним кроком є оцінка кожного елемента за набором критеріїв та обчислення узагальнюючих показників зовнішнього та внутрішнього середовища. Критерії оцінювання – це показники характеру та ймовірності того чи іншого чинника. Ступінь фактичної взаємодії між виробником та зовнішнім середовищем характеризується відношенням фактичного виробництва до потенційного виробництва або співвідношенням ресурсів споживання та наявних ресурсів (товарів) учасників галузевого обміну.

Ще один підхід запропонований у дослідженнях конкуренції між виробниками органічної продукції. У цьому разі виробник і конкурент є елементами однієї підсистеми і пов'язані між собою конкурентними відносинами. Критерії оцінювання характеризують якість внутрішнього розвитку цієї підсистеми. Огляд зовнішнього середовища сільськогосподарських підприємств може визначити групу факторів: постачальників сировини, кінцевих споживачів органічної продукції, торгових посередників (проміжних споживачів) та факторів ринкової конкуренції (конкурентів). Критерій оцінювання відображає ступінь та напрям впливу цих факторів навколишнього середовища з урахуванням існуючих характеристик галузі.

Наступний (другий) етап вивчає здатність агропромислових підприємств ефективно конкурувати з іншими господарствами за обмежені ресурси та можливості у зовнішньому середовищі з урахуванням якісних характеристик факторів внутрішнього середовища, таких як: виробництво; менеджмент; маркетинг; управління трудовими ресурсами; фінансовий стан. Під час визначення критеріїв оцінки факторів у цих групах використовувалися принципи узагальнення під час остаточної оцінки різних аспектів об'єкта. Насправді фактори та показники, які описують діяльність підприємства, сильно залежать один від одного. Це відбувається тому, що між функціональними сферами суб'єкта господарювання існують зв'язки.

Наступним (третім) етапом запропонованого методу є визначення конкурентоспроможності підприємства на ринку та визначення того, як створюється конкурентна перевага. Цей етап закладає основу для подальших стратегічних та тактичних кроків виробників з організації процесів управління їхньою конкурентною перевагою.

Висновки. Враховуючи сучасний стан сільськогосподарського виробництва, дуже важливим напрямом його розвитку є становлення унікального напрямку ефективної інтеграції, що найкращим чином відповідає національним інтересам, наявним ресурсам, географічному положенню та потенціалу. Основними завданнями інтегрованої структури підприємства є досягнення економічної конкурентної переваги за рахунок синергетичного ефекту, підвищення продуктивності праці, диверсифікації, раціональної спеціалізації виробництва, зменшення накладних витрат та посилення рівня управління. Розвиток інтегрованого процесу в сільськогосподарському виробництві – це поетапне систематичне об'єднання на основі паритету окремих спеціальних галузей із виробництва, зберігання, переробки та продажу сировини споживачам, які працюють у суспільному розподілі праці.

Список літератури:

1. Акмаєв А.І. Удосконалення оцінки конкурентоспроможності підприємства в умовах глобалізації. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. Вип. 99. С. 7–10.
2. Александрова О.В. Економічна стійкість сільськогосподарського виробництва як основний чинник його конкурентоспроможності. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2012. № 2. Т. 3. С. 13–21.
3. Алексеенко Н.В. Устойчивое развитие предприятия как фактор экономического роста. *Економіка і організація управління : зб. наук. пр.* 2008. № 3. С. 59–65.
4. Бугай В.З., Омельченко В.М. Аналіз та оцінка фінансової стійкості підприємства. *Держава та регіони*. 2008. № 1. С. 34–39.
5. Мельник С.І. Основні напрямки формування конкурентних переваг аграрних підприємств України в ринкових умовах : монографія. Луганск : Ноулідж, 2010. 368 с.

References:

1. Akmaiev A.I. (2007) Udoskonalennia otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva v umovakh hlobalizatsii [Improving the assessment of the competitiveness of the enterprise in the context of globalization]. *Kultura narodov Prychernomor'ia*, vol. 99, pp. 7–10.
2. Aleksandrova O.V. (2012) Ekonomichna stiikist silskohospodarskoho vyrobnytstva yak osnovnyi chynnyk yoho konkurentospromozhnosti [Economic stability of agricultural production as a major factor in its competitiveness]. *Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu*, no. 2, t. 3, pp. 13–21.

3. Alekseenko N.V. (2008) Ustoichyvoe razvitye predpriyatiya kak faktor ekonomicheskogo rosta [Sustainable development of the enterprise as a factor of economic growth]. *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia: zb. nauk. pr.*, no. 3. pp. 59–65.
4. Buhai V.Z., Omelchenko V.M. (2008) Analiz ta otsinka finansovoi stikosti pidpriemstva [Analysis and assessment of the financial stability of the enterprise]. *Derzhava ta rehiony*, no. 1, pp. 34–39.
5. Melnyk S.I. (2010) *Osnovni napriamky formuvannia konkurentnykh perevah ahrarnykh pidpriemstv Ukrainy v rynkovykh umovakh: monohrafiia* [The main directions of formation of competitive advantages of agrarian enterprises of Ukraine in market conditions: monograph]. Luhansk: Noulidzh. (in Ukrainian)

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНЦИИ И БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АГРАРНОГО СЕКТОРА

Развитие интегрированных процессов в сельскохозяйственном производстве основывается на паритете отдельных специализированных отраслей по производству сырья, хранению, переработке и продаже готовой продукции потребителям, работающим в общественном разделении труда. Это поэтапная организационная интеграция. Способность предприятия конкурировать с другими производителями в пределах определенного рыночного пространства определяет основу его конкурентоспособности. В этой статье исследованы теоретические основы создания конкурентного преимущества в аграрном секторе. Разработан методологический подход для контроля конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий. Организационно-экономические мероприятия по повышению конкурентного преимущества хозяйств аграрного сектора оправданы. Управление конкурентоспособностью на предмет экономических отношений предполагает всесторонний анализ влияния системы на внутренние и внешние факторы и использование современных научно обоснованных методов оценки.

Ключевые слова: конкурентоспособность, методические подходы, аграрный сектор, преимущества, аграрные предприятия, интегрированные системы.

THE BASIC PRINCIPLES OF FORMATION OF COMPETITION AND SECURITY ON ENTERPRISES OF THE AGRICULTURAL SECTOR

The development of integrated processes in agricultural production is based on the parity of certain specialized industries for the production of raw materials, storage, processing and sale of finished products to consumers working in the social division of labor, on a single integrated basis of production. This is a phased organizational integration. As a system of self-organization, the market of organic products consists of many interdependent structural elements, which are divided into subsystems depending on the type of product, its purpose and regional market constraints. The market of organic products is characterized by a high degree of technological diversification of production, which allows to produce different types of products. However, the substitution of goods (commodity substitution) between the main types of products is very limited, and we can very tentatively talk about the demand, supply and price of consumers in the market. The ability of an enterprise to compete with other manufacturers within a certain market space determines the basis of its competitiveness. Specific analytical reviews of methods for assessing competitiveness and individual competitive advantage, as well as specific limitations of the methods also confirm the practical value of each of these methods. Therefore, the study of competitiveness should be based on the use of several additional sets of methods that reflect all the necessary aspects of its formation and in the future the formation of an integrated assessment of competitiveness and individual competitive advantage. This article examines the theoretical foundations of creating a competitive advantage in the agricultural sector. A methodological approach to control the competitiveness of agricultural enterprises has been developed. Organizational and economic measures to increase the competitive advantage of farms in the agricultural sector are justified. Competitiveness management in terms of economic relations involves a comprehensive analysis of the impact of the system on internal and external factors and the use of modern scientifically sound evaluation methods.

Key words: the competitiveness, methodical approaches, agrarian sector, advantages, agrarian enterprises, integrated systems.

Куделя В.І.

кандидат економічних наук, доцент,
Український державний університет залізничного транспорту

Гриценко Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,
Український державний університет залізничного транспорту

KudelyaVictoria, GritsenkoNatalia

Ukrainian State University of Railway Transport

УПРАВЛІННЯ АДАПТАЦІЄЮ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність статті полягає у розкритті проблеми адаптації персоналу на вітчизняних підприємствах та її впливу на ефективність подальшої роботи персоналу. У сучасних умовах є необхідним дослідити різні підходи до управління адаптацією персоналу, а також новітні шляхи пошуку для здійснення успішного процесу дистанційного прийому на роботу й адаптації персоналу. Виходячи з актуальності цієї проблеми, було доведено, що для дієвої системи управління адаптацією необхідно забезпечити низку організаційних чинників, які допоможуть виявити ступінь адаптованості, що відображається у рівні ефективності діяльності працівника. У статті зроблено акцент на ключові процедури, які необхідно впровадити кадровій службі для здійснення успішного процесу дистанційного прийому на роботу й адаптації в умовах сьогодення. Головним критерієм цього дослідження є запропонована удосконалена система адаптації працівників на підприємстві, яка, на відміну від наявної, враховує адаптацію під час дистанційного влаштування на роботу та індивідуальну програму для кожної посади.

Ключові слова: адаптація, персонал, процес, підприємство, програма адаптації, дистанційна адаптація.

Постановка проблеми. У сучасних економічних умовах України, враховуючи світовий карантин, зовнішнє середовище підприємств характеризується невизначеністю, змінною динамічністю і непередбачуваністю. Причому така ситуація характерна і для внутрішнього середовища підприємств. Саме у сьогоденних складних умовах дуже актуально гнучко реагувати й адаптуватися до змін із метою відвертання кризової ситуації і продовження функціонування підприємства.

В Україні, як і в інших державах, відбулося суттєве зменшення кількості вакансій з одночасним зростанням кількості безробітних. Це підвищило конкуренцію за робочі місця (у нашій державі на одну вакансію претендує приблизно 10 безробітних). За даними державної служби зайнятості, станом на 13 травня 2020 року кількість безробітних, зареєстрованих в державній службі зайнятості, становить 486,8 тис. осіб, що на 181 тисячу, або на 59%, більше, ніж станом на цю ж дату минулого року (станом на 13 травня 2019 року кількість безробітних становила 305,4 тисячі) [1].

Однак не кожна організація може дозволити собі повністю відмовитися від своїх планів найму. Адже необхідно продовжувати роботу і думати про розвиток. І для деяких сфер бізнесу прийом працівників не припиняється. У період дії карантину продовжують працювати підприємства, які забезпечують життєді-

яльність країни: продуктові та господарські магазини, комунальні служби, лікарні, аптеки, транспортні підприємства, пошта, фінансові та інші установи.

Цим організаціям україн необхідно в період підйому свого сегменту ринку максимально запрацювати, а для цього прийняти додатковий персонал і провести його адаптацію. Важливість цього процесу мають розуміти як менеджери з персоналу, так і керівництво підприємства. Таким чином, постає необхідність у дослідженні ефективності діяльності служби управління персоналом підприємства та визначення заходів з адаптації персоналу в умовах сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема адаптації персоналу на підприємствах та її вплив на ефективність роботи персоналу в різних аспектах розглядається в багатьох наукових публікаціях.

Питанням управління персоналом присвячені роботи таких учених: М.Д. Виноградського, С.В. Беляєвої, А.М. Виноградської, О.М. Шканової [2], Л.В. Балабанової [3], щодо удосконалення управління персоналом – О.В. Крушельницької, Д.П. Мельничук [4]. Проблемам адаптації персоналу також приділяється значна увага. Ці питання висвітлюються в наукових працях і публікаціях таких учених: Ю. Конотопцевої [5], О.С. Демкович [6], Н.С. Куріної, Н.Д. Дарченко [7], Д.В. Василичева, В.А. Мирошніченко [8] та інших авторів.

На основі аналізу останніх публікацій можна стверджувати, що єдиного підходу до управління процесом адаптації персоналу на підприємствах немає. На кожному окремому підприємстві цей процес фахівцями з управління персоналом організовується по-різному. Таким чином, на нашу думку, формування процедури адаптації персоналу на підприємствах України потребує удосконалення, особливо в сучасних умовах.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження наявних підходів до управління адаптацією працівників та пошук нових шляхів і заходів щодо вдосконалення системи управління на підприємстві для здійснення успішного процесу дистанційного прийому на роботу й адаптації персоналу.

Виклад основного матеріалу. Адаптація персоналу на підприємстві є необхідною ланкою кадрового менеджменту. Впровадження системи управління адаптацією на підприємствах являє собою досить складне завдання, але від неї залежить вирішення таких важливих завдань для підприємства, як зменшення стартових витрат, зменшення плинності кадрів; більш швидке досягнення робочих показників, прийнятних для організації-роботодавця; входження працівника в робочий колектив, у його неформальну структуру і відчуття себе членом команди; зниження тривожності і невпевненості, які долаються новим працівником.

Успішна адаптація працівників залежить від урахування низки організаційних чинників, насамперед таких, як:

- якісний рівень роботи із професійної орієнтації потенційних працівників,
- об'єктивна оцінка ділових якостей працівника,
- престижність та привабливість професії працівника на підприємстві,
- сприятливі умови організації праці, що дають можливість реалізувати кваліфікаційний потенціал працівника,
- досконала система впровадження інновацій,
- сприятливий соціально-психологічний клімат у колективі підприємства та в його підрозділах,
- досконалий механізм управління персоналом,
- гнучка й ефективна система мотивації [6, с. 48].

Як правило, процес адаптації супроводжується підвищенням успішності застосування співробітниками знань і навичок, більшою орієнтацією в специфіці роботи, освоєнням норм праці, обов'язків, обсягів роботи, сприйняттям організаційної культури, звичаїв, правил, орієнтацією в соціальному просторі, відчуттям комфорту. Ступінь адаптованості відображається у рівні ефективності діяльності працівника, який характеризується високою продуктивністю і якістю виконаної роботи, оптимальними енергетичними витратами, успішною взаємодією з колегами, можливістю своєчасно усувати перешкоди в різних організаційно-виробничих ситуаціях, самостійно працювати і приймати рішення в оптимальних часових межах [7, с. 352].

Процес адаптації нових працівників на підприємствах є прямим і дуже важливим заходом продо-

вження процесу наймання. Під час пошуку нового працівника підприємство вже витрачає чималі кошти. Тому воно зацікавлене в тому, щоб новий співробітник, по-перше, не звільнився через кілька тижнів або місяців, по-друге, якомога швидше почав приносити підприємству певний дохід. Часто тривалість адаптації відповідає тривалості випробувального терміну, який встановлюється відповідно до чинного законодавства та внутрішніх документів підприємства [8, с. 47].

Але, враховуючи світовий карантин, уже зараз необхідно освоювати нові технології прийому на роботу. Ми пропонуємо звернути увагу на деякі ключові процедури, які необхідно впровадити кадровій службі для здійснення успішного процесу дистанційного прийому на роботу й адаптації в умовах сьогодення.

Управління процесом адаптації здійснюється співробітниками відділу пошуку, підбору та адаптації персоналу, керівниками структурних підрозділів і наставниками.

Процес адаптації персоналу на підприємстві включає в себе такі аспекти:

- психофізіологічний;
- соціально-психологічний;
- професійний;
- організаційний [3, с. 256].

Також зазначимо, що процес адаптації персоналу у більшості розвинених підприємств здійснюється відповідно до програми адаптації, яка являє собою документ, що розрахований на період випробувального терміну і передбачає низку заходів, спрямованих на оволодіння системою спеціалізованих професійних знань і умінь, необхідних для цієї посади, а також ефективне їх застосування на практиці.

На нашу думку, з метою підвищення ефективності процесу адаптації персоналу необхідно зменшити кількість процедур під час прийому на роботу до мінімально можливого рівня. Велика кількість процедур може уповільнити прийом нових працівників, а також ускладнить освоєння ними нових необхідних навичок і знань, пов'язаних із виконанням посадових обов'язків. Необхідно враховувати, що якщо програма адаптації буде заважати співробітникові навчатися виконувати свою роботу, то вона ще і викличе занепокоєння, яке породить невпевненість в собі, у результаті чого працівник звільниться.

Важливо збалансувати особисту мотивацію співробітника з вирішенням завдання підприємства щодо його швидкої адаптації. А вимоги програми адаптації необхідно пов'язати з повчальною поведінкою наставників і цілями професійного розвитку самого новачка. Необхідно оптимізувати кількість процедур, щоб процес адаптації на робочому місці спрямував нового працівника на шлях взаємного довгострокового задоволення очікувань і активізував внутрішню потребу цього працівника до швидкого оволодіння усіма потрібними навичками.

Нами пропонується удосконалена система адаптації працівників на підприємстві, яка, на відміну від наявної, враховує адаптацію під час дистанційного

влаштування на роботу та індивідуальну програму для кожної посади.

Під час організації дистанційного прийому на роботу й адаптації персоналу пропонується використовувати відповідні онлайн-інструменти, у тому числі спеціально розроблене програмне забезпечення. Також ефективним буде використання внутрішніх комунікаційних платформ і засобів конференц-зв'язку. Це дасть змогу переконатися, що важливі моменти освоєння робочих навичок відбуваються хоч і дистанційно, але ефективно, допоможе в тому, щоб вони відбувалися максимально зосереджено, активно й продуктивно.

Дуже важливо використовувати зручні технологічні рішення для оптимізації процесу, щоб можна було швидко організувати такі зустрічі і в них могли брати участь потрібні фахівці, щоб вони ділилися корисними знаннями і в результаті з'являлися необхідні навички.

Коли процес прийому й адаптації проводиться дистанційно, то для кадрової служби ще більш важливо спрацювати так, щоб не збільшити відсоток тих, хто звільнився через проблеми адаптації. Одним зі способів вирішення цієї проблеми є важливість виділення часу для персонального спілкування лінійного керівника з їхніми безпосередніми підлеглими під час процедури їх адаптації. Це має визначальне значення для успіху.

Кадровій службі необхідно нагадувати лінійним керівникам під час кожного нового найму персоналу про основні деталі успішної адаптації новачків. Обмін знаннями і вміннями між начальником і новим підлеглим повинен здійснюватися відкрито й ефективно, що буде сприяти підвищенню ефективності роботи всього підприємства.

Індивідуальна програма адаптації включає більш детальне ознайомлення з діяльністю структурного підрозділу підприємства, детальне ознайомлення з посадою

і специфікою праці, отримання конкретних навичок, які є специфічними для цієї посади (наприклад, програмні продукти, ведення внутрішньої документації та ін.). Наставник або безпосередній керівник доповнюють цей список, включаючи спеціальні документи, що стосуються свого підрозділу. Ця частина адаптації фіксується в індивідуальному плані роботи на випробувальний термін із детальним описом поточної праці, вимогами до якості виконуваної роботи та очікуваних результатів.

Однак відсутність відповідної системи адаптації персоналу на підприємстві в умовах карантинних обмежень призведе до збільшення плинності кадрів, що потягне за собою виникнення серйозних проблем, які позначатимуться на прибутку і функціонуванні всього підприємства.

Висновки. Отже, у нинішніх умовах, з урахуванням загальносвітових економічних проблем, що виникли у зв'язку з COVID-19 і посиленням конкурентних стосунків, адаптивність персоналу є властивістю, що визначає життєздатність будь-якої організаційної структури.

Впровадження удосконаленої системи адаптації працівників на підприємстві, яка враховує дистанційний прийом на роботу й адаптацію персоналу, дасть змогу швидко й ефективно запровадити працівника на нову посаду, розкрити його можливості. А індивідуальна програма адаптації сформує у співробітника лояльність до підприємства та мотивує на довгострокову співпрацю, що дасть змогу досягати стратегічних цілей підприємства.

Однак складність та багатовекторність адаптації працівника в середовищі нових виробничих умов потребує уваги з боку адміністрації, постійного контролю, аналітичного моніторингу, створення та розроблення адаптаційних програм з урахуванням як суб'єктивних, так і об'єктивних чинників впливу.

Список літератури:

1. Офіційний сайт «Державний центр зайнятості» URL: <https://www.dcz.gov.ua/novyna/nelegky-poshuk-komu-vdayetsya-znayty-robotu-na-karantyni> (дата звернення: 26.06.2020).
2. Управління персоналом: навчальний посібник для ВНЗ / М.Д. Виноградський та ін. Київ: ЦУЛ, 2006. 500 с.
3. Балабанова Л. В., Сардак О.В. Управління персоналом: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2011. 468 с.
4. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2005. 308 с.
5. Конотопцева Ю. Адаптація персоналу державної служби. Науковий вісник. 2014. Вип. 14. С. 100–107.
6. Демкович О.С. Сутність та основні чинники адаптації персоналу підприємств у ринкових умовах господарювання. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». № 727. С. 46–48.
7. Куріна Н.С., Дарченко Н.С. Інноваційна модель концепції професійної адаптації персоналу. Бізнес Інформ. 2013. № 8. С. 348–353. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_8_61 (дата звернення: 20.06.2020).
8. Василичев Д.В., Мирошніченко В.А. Організація процесу адаптації персоналу на підприємстві. Економіка і організація управління. 2014. Вип. 3–4. С. 44–50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2014_3-4_8 (дата звернення: 26.06.2020).

References:

1. Ofitsiynysayt «Derzhavnyy tsentr zaynyatosti» [Official site of the State Employment Center]. Elektronnyy resurs [Electronic resource]. Available at: <https://www.dcz.gov.ua/novyna/nelegky-poshuk-komu-vdayetsya-znayty-robotu-na-karantyni> (accessed 26 June 2020).
2. Vynohrads'kyi M.D. ta in. (2006) *Upravlinnya personalom: navchal'nyy posibnyk dlya VNZ* [Personnel management: a textbook for universities]. Kyiv: TSUL, pp. 500.

3. Balabanova L.V., Sardak O.V. (2011) *Upravlinnya personalom: pidruchnyk* [Personnel management: a textbook]. Kyiv: Tsentr navchal'noyi literatury, pp. 468.
4. Krushel'nyts'ka O.V., Mel'nychuk D. P. (2005) *Upravlinnya personalom: navchal'nyy posibnyk* [Personnel management: textbook]. Kyiv: Kondor, pp. 308.
5. Konotoptseva Yu. (2014) Adaptatsiya personalu derzhavnoyi sluzhby [Adaptation of civil service personnel]. *Naukovyy visnyk* [Scientific Bulletin], vol. 14, pp. 100–107.
6. Demkovych O.S. *Sutnist' ta osnovni chynnyky adaptatsiyi personalu pidpryyemstv u rynkovykh umovakh hospodaryuvannya* [The essence and main factors of adaptation of personnel of enterprises in market conditions]. *Visnyk Nats. un-tu "L'vivs'ka politekhnika"* [Bulletin of the National Lviv Polytechnic University], no. 727, pp. 46–48.
7. Kurina N.S., Darchenko N.S. (2013) *Innovatsiyna model' kontseptsiyi profesynoyi adaptatsiyi personal* [Innovative model of the concept of professional adaptation of staff]. *Biznes Inform* [Business Inform], no. 8, pp. 348–353. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_8_61 (accessed 20 June 2020).
8. Vasylychev D.V., Myroshnychenko V.A. (2014) *Orhanizatsiya protsesu adaptatsiyi personalu na pidpryyemstvi* [Organization of the process of personnel adaptation at the enterprise]. *Ekonomika i orhanizatsiya upravlinnya* [Economics and organization of management], vol. 3–4, pp. 44–50. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2014_3-4_8 (accessed 26 June 2020).

УПРАВЛЕНИЕ АДАПТАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность статьи заключается в раскрытии проблемы адаптации персонала на отечественных предприятиях и ее влияния на эффективность дальнейшей работы персонала. В современных условиях исследованы различные подходы к управлению адаптацией персонала, а также новейшие пути поиска для осуществления успешного процесса дистанционного приема на работу и адаптации персонала. Исходя из актуальности проблемы, было доказано, что для эффективной системы управления адаптацией необходимо обеспечить ряд организационных факторов, которые помогут выявить степень адаптированности, что отражается на уровне эффективности деятельности работника. В статье сделан акцент на ключевые процедуры, которые необходимо внедрить кадровой службе для осуществления успешного процесса дистанционного приема на работу и адаптации в условиях современности. Главным критерием исследования является предложенная усовершенствованная система адаптации работников на предприятии, которая, в отличие от существующей, учитывает адаптацию при дистанционном устройстве на работу и индивидуальную программу для каждой должности.

Ключевые слова: адаптация, персонал, процесс, предприятие, программа адаптации, полная адаптация.

PERSONNEL ADAPTATION MANAGEMENT MODERN ENTERPRISE

The relevance of this article is to reveal the problem of adaptation of staff in domestic enterprises and its impact on the effectiveness of further work of staff. In modern conditions, it is necessary to explore different approaches to the management of staff adaptation, as well as the latest ways to find a successful process of remote recruitment and adaptation of staff. Based on the urgency of this problem, it was proved that for an effective system of adaptation management it is necessary to provide a number of organizational factors that will help identify the degree of adaptability, which is reflected in the level of efficiency of the employee. Given the global situation with quarantine, it is necessary to develop new technologies, not only for the working staff, but also for the fact that only going to work at this company, ie when hiring. The current world situation requires careful treatment of employment and further adaptation of employees. Remote hiring plays a very important role, as professional recruitment will depend on this process. Based on this, the article emphasizes the key procedures that need to be implemented by the personnel service to implement a successful process of remote employment and adaptation in today's conditions. The main criterion of this study is the proposed improved system of adaptation of employees in the enterprise, which in contrast to the existing takes into account the adaptation of remote employment and individual program for each position. When organizing remote recruitment and adaptation of staff, it is recommended to use appropriate online tools, including specially designed software. The individual adaptation program includes a more detailed acquaintance with the activities of the structural unit of the enterprise, a detailed acquaintance with the position and the specifics of work. An improved system of adaptation will allow as a condition to adapt more quickly to specific working conditions, identify weaknesses and strengths of professionals and provide an opportunity to quickly join the team. As for the individual program of adaptation of the employee, it will provide an opportunity to form in the employee a positive attitude to the company, maximize its potential and motivate for long-term cooperation, which will achieve the strategic goals of the company.

Key words: adaptation, personnel, process, enterprise, adaptation program, remote adaptation.

Лесюк А. С.

здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії,
Полтавська державна аграрна академія

Lesyuk Alyona

Poltava State Agrarian Academy

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ КОМПЛЕКСНОЇ ОЦІНКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто теоретичні та методичні аспекти комплексної оцінки фінансового стану підприємства. Обґрунтована методика комплексної оцінки фінансового стану підприємства, яка включає: 1) показники ділової активності підприємства; 2) показники рентабельності та окупності підприємства; 3) відносні показники оцінювання ліквідності та платоспроможності підприємства; 4) показники оцінки дебіторської заборгованості; 5) відносні показники оцінки фінансової стійкості підприємства; 6) показники оцінки кредиторської заборгованості; 7) показники рейтингової оцінки фінансового стану підприємства. Запропоновано авторські поняття “платоспроможність”, “довгострокова платоспроможність”, “поточна платоспроможність”, “ліквідність”, “абсолютна ліквідність”, “фінансова стійкість”. Визначено зовнішні та внутрішні чинники, які впливають на збільшення або зменшення ліквідності та платоспроможності підприємства.

Ключові слова: фінансовий стан, активи, пасиви, рентабельність, окупність, ліквідність, платоспроможність, дебіторська заборгованість, фінансова стійкість, кредиторська заборгованість.

Постановка проблеми. Необхідність вивчення та застосування комплексної оцінки фінансового стану підприємства зумовлена перевагами її використання, як для поточної оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства, так і для її прогнозування. Своєчасне виявлення сильних й слабких сторін підприємства. Попередити розвиток негативних кризових явищ на підприємстві, а також розробити та впровадити комплекс заходів щодо покращення фінансового стану в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та методичні засади оцінки та прогнозування фінансового стану підприємств відображені в наукових працях А.М. Поддєрьогін [1], В.М. Налеп [2], Ахметов Р.Г. [3], Тютюнник Ю.М. [4], Черниш С.С. [6] та інших. Разом з тим, у науковців відсутня єдина точка зору з окремих теоретичних питань й методології дослідження застосування комплексної оцінки фінансового стану підприємства. Це потребує подальшого обґрунтування теоретичних та методичних аспектів комплексної оцінки фінансового стану підприємств в Україні.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розкрити сутність категорій “комплексна оцінка фінансового стану”. Розробка системи показників для комплексної оцінки фінансового стану підприємства.

Виклад основного матеріалу. Під комплексною оцінкою фінансового стану слід розуміти дослідження системи показників, які характеризують об’єкт, фінансово-господарську діяльність підприємства: теперішній стан, умов роботи та майбутніх перспектив [7, с. 89].

Комплексну оцінку фінансового стану можна об’єктивно здійснити не через один показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально й усебічно характеризують господарське становище підприємства. Саме тому показники оцінки фінансового стану мають бути такими, щоб кожний користувач зміг зробити вибір, виходячи з власних інтересів [1, с. 346; 2, с. 395].

Комплексну оцінку фінансового стану підприємства слід здійснювати, використовуючи показники: ділової активності, рентабельності та окупності, ліквідності та платоспроможності, дебіторської заборгованості, фінансової стійкості, кредиторської заборгованості, рейтингової оцінки фінансового стану.

При проведенні оцінки ділової активності основними джерелами інформації є фінансова звітність та дані бухгалтерського обліку, техніко-технологічні характеристики виробничого процесу. А також інформація про співпрацю з постачальниками сировини і матеріалів та покупцями готової продукції.

Рівень й динаміка показників оцінки ділової активності дає можливість визначити, наскільки ефективно підприємство використовує вкладені в нього кошти та визначити, за рахунок яких видів активів підприємство може підвищити ефективність фінансово-господарської діяльності.

Розрахунок коефіцієнтів обертання активів і пасивів, які характеризують ділову активність підприємства, наведена в табл. 1.

Показники рентабельності найбільш повно характеризують результати діяльності, тому що їх величина

Показники ділової активності підприємства

Показники	Формула для розрахунку	Умовні позначення
Коефіцієнт обертання активів (КОа)	$КОа = \frac{ЧД}{СВА}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), грн; СВА – середньорічна вартість активів, грн
Тривалість одного обороту активів (ТОа), днів	$ТОа = \frac{360}{КОа}$	КОа – коефіцієнт обертання активів
Коефіцієнт обертання оборотних активів (КОоа)	$КОоа = \frac{ЧД}{СВОА}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), грн; СВОА – середньорічна вартість оборотних активів, грн
Тривалість одного обороту оборотних активів (ТОоа), днів	$ТОоа = \frac{360}{КОоа}$	КОоа – коефіцієнт обертання оборотних активів
Коефіцієнт обертання запасів (КОз)	$КОз = \frac{С}{СВЗ}$	С – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), грн; СВЗ – середньорічна вартість запасів, грн
Тривалість одного обороту запасів (ТОз), днів	$ТОз = \frac{360}{КОз}$	КОз – коефіцієнт обертання запасів
Коефіцієнт обертання поточної дебіторської заборгованості (КОпдз)	$КОпдз = \frac{ЧД}{СПДЗ}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), грн; СПДЗ – середньорічна величина поточної дебіторської заборгованості, грн
Тривалість одного обороту поточної дебіторської заборгованості (ТОпдз), днів	$ТОпдз = \frac{360}{КОпдз}$	КОпдз – коефіцієнт обертання поточної дебіторської заборгованості
Коефіцієнт обертання власного капіталу (КОВк)	$КОВк = \frac{ЧД}{СВВК}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), грн; СВВК – середньорічна вартість власного капіталу, грн
Тривалість одного обороту власного капіталу (ТОВк), днів	$ТОВк = \frac{360}{КОВк}$	КОВк – коефіцієнт обертання власного капіталу
Коефіцієнт обертання поточної кредиторської заборгованості (КОкз)	$КОкз = \frac{С}{СПКЗ}$	С – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), грн; СПКЗ – середньорічна величина поточної кредиторської заборгованості, грн
Тривалість одного обороту поточної кредиторської заборгованості (ТОкз), днів	$ТОкз = \frac{360}{КОкз}$	К – коефіцієнт обертання поточної кредиторської заборгованості
Тривалість операційного циклу (ТОЦ), днів	$ТОЦ = \frac{ТОз}{ТОпдз}$	ТОз – тривалість одного обороту запасів, днів; ТОпдз – тривалість одного обороту поточної дебіторської заборгованості, днів
Тривалість фінансового циклу (ТФЦ), днів	$ТФЦ = \frac{ТОЦ}{ТОпкз}$	ТОЦ – тривалість операційного циклу, днів; ТОпкз – тривалість одного обороту поточної кредиторської заборгованості, днів

Джерело: узагальнено автором за даними [1, с. 359–360; 2, с. 396; 3, с. 225–227]

відображає співвідношення ефекту з вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. Їх використовують не тільки для оцінки ефективності діяльності підприємства, але і як інструмент в інвестиційній політиці та ціноутворенні.

Від того, наскільки правильно обчислені показники прибутковості, наскільки реально вони відображають її сутнісні характеристики, залежать результати ретроспективної і перспективної оцінки ефективності діяльності підприємства. В даний час для цієї мети використовуються численні показники рентабельності.

У табл. 2 наведено показники рентабельності та окупності.

Одним з основних індикаторів, що характеризують фінансову стійкість, є платоспроможність.

Під платоспроможністю підприємства слід розуміти його здатність своєчасно (у визначений термін) та в повному обсязі розрахуватись наявними платіжними засобами за свої боргові зобов'язання [8, с. 31; 9, с. 36].

Слід розрізняти поточну та довгострокову платоспроможність [10, с. 384].

Під довгостроковою платоспроможністю підприємства слід розуміти його здатність своєчасно та в повному обсязі розрахуватись за своїми довгостроковими борговими зобов'язаннями [10, с. 384].

Здатність підприємства своєчасно та в повному обсязі розрахуватись за своїми короткостроковими зобов'язаннями – поточна платоспроможність [10, с. 384].

Під ліквідністю підприємства слід розуміти його здатність розрахуватись за свої поточні зобов'язання

Показники рентабельності та окупності підприємства

Показники	Формула для розрахунку	Умовні позначення
Показники рентабельності та окупності витрат (витратні показники)		
Рентабельність (збитковість) виробничих витрат (Рвт), %	$P_{вт} = \frac{ВП}{С}$	ВП – валовий прибуток (збиток), грн; С – собівартість реалізованої продукції, грн
Рентабельність (збитковість) операційних витрат (Ров), %	$P_{ов} = \frac{\PhiРОД}{ОП}$	ФРОД – фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток), грн; ОП – операційні витрати, грн
Загальна рентабельність (збитковість) витрат господарської діяльності (ЗРвг), %	$ЗРвг = \frac{\PhiРО}{ВГД}$	ФРО – фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток), грн; ВГД – витрати господарської діяльності, грн
Чиста рентабельність (збитковість) витрат господарської діяльності (ЧРвгд), %	$ЧРвгд = \frac{ЧФР}{ВГД}$	ЧФР – чистий фінансовий результат: прибуток (збиток), грн; ВГД – витрати господарської діяльності, грн
Коефіцієнт окупності виробничих витрат (Ковв)	$K_{овв} = \frac{ЧФР}{С}$	ЧФР – чистий дохід від реалізації продукції, грн; С – собівартість реалізованої продукції, грн
Коефіцієнт окупності операційних витрат (Коов)	$K_{оов} = \frac{ОД}{ОВ}$	ОД – операційний дохід, грн; ОВ – операційні витрати, грн
Коефіцієнт окупності адміністративних витрат (Коав)	$K_{оав} = \frac{ЧД}{АВ}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції, грн; АВ – адміністративні витрати, грн
Коефіцієнт окупності витрат на збут (Ковз)	$K_{овз} = \frac{ЧД}{ВЗ}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції, грн; ВЗ – витрати на збут, грн
Показники рентабельності реалізованої продукції (дохідні показники)		
Рентабельність (збитковість) продажу (Рп), %	$P_n = \frac{В}{ЧД}$	В – валовий: прибуток (збиток), грн; ЧД – чистий дохід від реалізації продукції, грн
Рентабельність (збитковість) доходу від операційної діяльності (Рдод), %	$P_{дод} = \frac{\PhiРОД}{ОД}$	ФРОД – фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток), грн; ОД – операційний дохід, грн
Показники рентабельності та окупності капіталу (активів) (ресурсні показники)		
Загальна рентабельність (збитковість) сукупного капіталу (ЗРск), %	$ЗРск = \frac{\PhiРО}{СВК}$	ФРО – фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток), грн; СВК – середньорічна вартість капіталу, грн
Чиста рентабельність (збитковість) сукупного капіталу (ЧРск), %	$ЧРск = \frac{ЧФР}{СВК}$	ЧФР – чистий фінансовий результат: прибуток (збиток),
грн; СВК – середньорічна вартість капіталу, грн		
Загальна рентабельність (збитковість) власного капіталу (ЗРвк), %	$ЗРвк = \frac{\PhiРО}{СВВК}$	ФРО – фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток), грн; СВВК – середньорічна вартість власного капіталу, грн
Чиста рентабельність (збитковість) власного капіталу (ЧРвк), %	$ЧРвк = \frac{ЧФР}{СВВК}$	ЧФР – чистий фінансовий результат: прибуток (збиток), грн; СВВК – середньорічна вартість власного капіталу, грн
Загальна рентабельність (збитковість) основних засобів і запасів (ЗРозз), %	$ЗРозз = \frac{\PhiРО}{СВОЗЗ}$	ФРО – фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток), грн; СВОЗЗ – середньорічна вартість основних засобів і запасів, грн
Чиста рентабельність (збитковість) основних засобів і запасів (ЧРозз), %	$ЧРозз = \frac{ЧФР}{СВОЗЗ}$	ЧФР – чистий фінансовий результат: прибуток (збиток), грн; СВОЗЗ – середньорічна вартість основних засобів і запасів, грн
Коефіцієнт окупності сукупного капіталу (Коск)	$K_{оск} = \frac{ЧД}{СВК}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції, грн; СВК – середньорічна вартість капіталу, грн
Коефіцієнт окупності власного капіталу (Ковк)	$K_{овк} = \frac{ЧД}{СВВК}$	ЧД – чистий дохід від реалізації продукції, грн; СВВК – середньорічна вартість власного капіталу, грн
Період окупності сукупного капіталу (Поск), років	$P_{оск} = \frac{СВК}{ЧП}$	СВК – середньорічна вартість капіталу, грн; ЧП – чистий прибуток, грн
Період окупності власного капіталу (Повк), років	$P_{овк} = \frac{СВВК}{ЧП}$	СВВК – середньорічна вартість власного капіталу, грн; ЧП – чистий прибуток, грн

Джерело: узагальнено автором за даними [1, с. 357; 2, с. 397; 3, с. 231–233]

перед контрагентами і державою шляхом перетворення активів у грошові кошти [8, с. 31; 9, с. 36].

Абсолютна ліквідність означає здатність активів перетворюватися в грошові кошти. Рівень ліквідності активів формується тривалістю періоду, необхідного для перетворення у грошові кошти [10, с. 384].

Чим вищий ступінь виконання поточних зобов'язань перед контрагентами і державою, тим вищий рівень ліквідності підприємства [10, с. 384].

Основні відмінності між ліквідністю підприємства та його платоспроможністю полягають у наступному: ліквідність підприємства визначається розміром та складом поточних активів, а платоспроможність наявністю поточних активів у певній (грошовій, високоліквідній) формі. Ліквідність підприємства припускає співвідношення всіх поточних активів та їх груп з поточними зобов'язаннями, а платоспроможність – високоліквідних активів із найбільш терміновими зобов'язаннями. Платоспроможність більш динамічна, ніж ліквідність. Платоспроможність характеризує поточний стан підприємства, а ліквідність не тільки поточний, але й перспективний. Ліквідність підприємства визначається рухом фінансових потоків, а платоспроможність – рухом грошових потоків [11, с. 13–14].

Розрахунок показників для оцінки ліквідності та платоспроможності підприємства представлено в табл. 3.

Зовнішні та внутрішні чинники впливають на збільшення або зменшення ліквідності та платоспроможності підприємства (рис. 1) [10, с. 385].

Дебіторська заборгованість відображає суму боргу підприємства з боку різних юридичних і фізичних осіб, які мають прямі взаємовідносини з підприємством.

У табл. 4 наведено відносні показники дебіторської заборгованості.

Під фінансовою стійкістю підприємства слід розуміти його здатність, за рахунок власних оборотних коштів, забезпечувати (покривати) запаси та своєчасно розраховуватися за свої зобов'язання і не допускати невиправданої дебіторської заборгованості [12, с. 116–117].

Фінансова стійкість підприємства залежить від оптимальної структури джерел капіталу (співвідношення власного і позикового капіталу), оптимальної структури активів (необоротні та оборотні активи), а також врівноваженості активів і пасивів. Тому, необхідно оцінити структуру джерел підприємства та оцінити ступінь фінансової стійкості й фінансового ризику.

З метою зменшення величини ризику діяльності сільськогосподарських підприємств та підвищення їх фінансової стійкості необхідно раціонально поєднувати ступінь спеціалізації та диверсифікації, а сільськогосподарським товаровиробникам доцільно організовувати виробництво такої продукції, робіт, послуг оплата яких при їх реалізації буде обов'язково проводитись лише грошовими коштами [5, с. 207].

Фінансову стійкість підприємства слід розрахувати за допомогою відносних показників, що наведені в табл. 5.

Важливим напрямом оцінки кредиторської заборгованості є оцінювання її за системою відносних показників (табл. 6).

Одним із найважливіших елементів оцінки кредиторської спроможності підприємства є проведення комплексного (рейтингового) оцінювання фінансового стану, на підставі результатів якого визначається його кредитний клас.

Розрахунок системи фінансових показників наведено в табл. 7.

Всі показники фінансового стану підприємства перебувають у взаємозв'язку та взаємозумовленості. При проведенні комплексної оцінки фінансового стану

Таблиця 3

Відносні показники оцінювання ліквідності та платоспроможності підприємства

Показники	Формула для розрахунку	Умовні позначення
Основні показники		
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Кал)	$K_{ал} = \frac{ГЕ + ПФІ}{ПЗЗ}$	ГЕ – гроші та їх еквіваленти, грн; ПФІ – поточні фінансові інвестиції, грн; ПЗЗ – поточні зобов'язання і забезпечення, грн
Коефіцієнт швидкої ліквідності (Кшл)	$K_{шл} = \frac{ГЕ + ПФІ + ДЗ + ЮА}{ПЗЗ}$	ГЕ – гроші та їх еквіваленти, грн; ПФІ – поточні фінансові інвестиції, грн; ДЗ – дебіторська заборгованість, грн; ЮА – інші оборотні активи, грн; ПЗЗ – поточні зобов'язання і забезпечення, грн
Коефіцієнт загальної ліквідності (Кзл)	$K_{зл} = \frac{ОА}{ПЗЗ}$	ОА – оборотні активи, грн; ПЗЗ – поточні зобов'язання і забезпечення, грн
Допоміжні показники		
Коефіцієнт платоспроможності	$K_n = \frac{ГЕ}{ПЗЗ}$	ГЕ – гроші та їх еквіваленти, грн; ПЗЗ – поточні зобов'язання і забезпечення, грн
Коефіцієнт критичної ліквідності (Ккл)	$K_{кл} = \frac{ОА}{ПК}$	ОА – оборотні активи, грн; ПК – позиковий капітал, грн
Коефіцієнт покриття запасів (Кпз)	$K_{пз} = \frac{НДП}{З + ПБА}$	НДП – нормальні джерела покриття, грн; З – запаси, грн; ПБА – поточні біологічні активи, грн

Джерело: узагальнено автором за даними [1, с. 350–352; 2, с. 396; 3, с. 217–221]



Рис. 1. Зовнішні та внутрішні чинники впливу на ліквідність та платоспроможність підприємства

Джерело: авторська розробка

Таблиця 4

Показники оцінки дебіторської заборгованості

Показники	Формула для розрахунку	Умовні позначення
Коефіцієнт обертання дебіторської заборгованості (КОЗ)	$КОЗ = \frac{ЧД}{ДЗсв}$	ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, грн; ДЗсв – середньорічна величина дебіторської заборгованості, грн
Тривалість одного обороту дебіторської заборгованості, днів (ТОДЗ)	$ТОДЗ = \frac{360}{Кодз}$	Кодз – коефіцієнт обертання дебіторської заборгованості
Частка дебіторської заборгованості в майні (ЧДЗм), %	$ЧДЗм = \frac{ДЗсв}{ВМс} \times 100$	ДЗсв – середньорічна величина дебіторської заборгованості, грн; ВМс – середньорічна вартість майна, грн
Частка дебіторської заборгованості в оборотних активах (ЧДЗoa), %	$ЧДЗoa = \frac{ДЗсв}{ВМоa} \times 100$	ДЗсв – середньорічна величина дебіторської заборгованості, грн; ВМоa – середньорічна вартість оборотних активів, грн
Коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості (Кджз)	$Кджз = \frac{ДЗсв}{КЗсв}$	ДЗсв – середньорічна величина дебіторської заборгованості, грн; КЗсв – середньорічна величина кредиторської заборгованості, грн
Відношення дебіторської заборгованості до чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (ДЗЧД), %	$ДЗЧД = \frac{ДЗсв}{ЧД}$	ДЗсв – середньорічна величина дебіторської заборгованості, грн; ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, грн

Джерело: узагальнено автором за даними [3, с. 228–230; 4, с. 152–156]

Відносні показники оцінки фінансової стійкості підприємства

Показники	Формула для розрахунку	Умовні позначення
Показники структури джерел формування капіталу		
Коефіцієнт фінансової автономії (Кфа)	$K_{фа} = \frac{ВК}{ВБ}$	ВК – власний капітал, грн; ВБ – валюта балансу, грн
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу (Ккпк)	$K_{кпк} = \frac{ПК}{ВБ}$	ПК – позиковий капітал, грн; ВБ – валюта балансу, грн
Коефіцієнт фінансового ризику (Кфр)	$K_{фр} = \frac{ПК}{ВК}$	ПК – позиковий капітал, грн; ВК – власний капітал, грн
Коефіцієнт фінансової стабільності (Кфс)	$K_{фс} = \frac{ВК}{ПК}$	ВК – власний капітал, грн; ПК – позиковий капітал, грн
Коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів (Кдзпк)	$K_{дзпк} = \frac{ДЗЗ}{ВК + ДЗЗ}$	ДЗЗ – довгострокові зобов'язання і забезпечення, грн; ВК – власний капітал, грн;
Коефіцієнт довгострокових зобов'язань і забезпечень (Кдзз)	$K_{дзз} = \frac{ДЗЗ}{ПК}$	ДЗЗ – довгострокові зобов'язання і забезпечення, грн; ПК – позиковий капітал, грн
Коефіцієнт поточних зобов'язань і забезпечень (Кпзз)	$K_{пзз} = \frac{ПЗЗ}{ПК}$	ПЗЗ – поточні зобов'язання і забезпечення, грн; ПК – позиковий капітал, грн
Показники стану оборотних активів		
Коефіцієнт маневреності власного капіталу (Кмвк)	$K_{мвк} = \frac{ВОК}{ВК}$	ВОК – власні оборотні кошти, грн; ВК – власний капітал, грн
Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними оборотними коштами (Кзоавок)	$K_{зоавок} = \frac{ВОК}{ОА}$	ВОК – власні оборотні кошти, грн; ОА – оборотні активи, грн
Коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами (Кззвок)	$K_{ззвок} = \frac{ВОК}{З + ПБА}$	ВОК – власні оборотні кошти, грн; З – запаси, грн; ПБА – поточні біологічні активи, грн
Коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів (Кмвок)	$K_{мвок} = \frac{ГЕ}{ВОК}$	ГЕ – гроші та їх еквіваленти, грн; ВОК – власні оборотні кошти, грн
Показники стану основного капіталу		
Коефіцієнт майна виробничого призначення (Кмвп)	$K_{мвп} = \frac{ОЗ + ІН + З + БА}{ВБ}$	ОЗ – основні засоби, грн; ІН – інвестиційна нерухомість, грн; З – запаси, грн; БА – біологічні активи, грн; ВБ – валюта балансу, грн
Коефіцієнт реальної вартості основних засобів (Крвоз)	$K_{рвоз} = \frac{ОЗ}{ВБ}$	ОЗ – основні засоби, грн; ВБ – валюта балансу, грн
Коефіцієнт нагромадження амортизації (Кна)	$K_{на} = \frac{ЗОЗ + НА}{ПВОЗ + НА}$	ЗОЗ – знос основних засобів, грн; НА – нематеріальні активи, грн; ПВОЗ – первісна вартість основних засобів, грн; НА – нематеріальні активи, грн
Коефіцієнт співвідношення оборотних і необоротних активів (Кона)	$K_{она} = \frac{ОА}{НА}$	ОА – оборотні активи, грн; НА – необоротні активи, грн

Джерело: [1, с. 355–356; 2, с. 397; 4, с. 357–359]

підприємства, важливо не тільки систематично розрахувати усі показники, порівнювати їх у динаміці, а й здійснювати їх порівняння з нормативними значеннями. Фактичні показники порівнюють з нормативними для того, щоб зробити об'єктивні висновки, на основі яких будуть прийняті відповідні рішення з метою пошуку резервів підвищення ефективності господарсько-фінансової діяльності підприємства.

Висновки. Запропонована методика комплексної оцінки фінансового стану підприємств включає: показ-

ники ділової активності підприємства; показники рентабельності та окупності підприємства; відносні показники оцінювання ліквідності та платоспроможності підприємства; показники оцінки дебіторської заборгованості; відносні показники оцінки фінансової стійкості підприємства; показники оцінки кредиторської заборгованості; показники рейтингової оцінки фінансового стану підприємства. Групи фінансових показників взаємозалежні та всебічно характеризують фінансовий стан підприємства.

Таблиця 6

Показники оцінки кредиторської заборгованості

Показники	Формула для розрахунку	Умовні позначення
Коефіцієнт обертання кредиторської заборгованості (Кокз)	$Кокз = \frac{СРПсг}{КЗсв}$	СРПсг – собівартість реалізованої продукції, грн; КЗсв – середньорічна величина кредиторської заборгованості, грн
Тривалість одного обороту кредиторської заборгованості (ТОКЗ), днів	$ТОКЗ = \frac{360}{Кокз}$	Кокз – коефіцієнт обертання кредиторської заборгованості
Частка кредиторської заборгованості в капіталі (ЧКЗм), %	$ЧКЗм = \frac{КЗсв}{ВКс} \times 100$	КЗсв – середньорічна величина кредиторської заборгованості, грн; ВКс – середньорічна вартість капіталу, грн
Частка кредиторської заборгованості в зобов'язаннях і забезпеченнях (ЧКЗзз), %	$ЧКЗзз = \frac{КЗсв}{ЗЗсв} \times 100$	КЗсв – середньорічна величина кредиторської заборгованості, грн; ЗЗсв – середньорічна величина зобов'язань і забезпечень, грн
Частка кредиторської заборгованості в поточних зобов'язаннях і забезпеченнях (ЧКЗпзз), %	$ЧКЗпзз = \frac{КЗсв}{ПЗЗсв} \times 100$	КЗсв – середньорічна величина кредиторської заборгованості, грн; ПЗЗсв – середньорічна величина поточних зобов'язань і забезпечень, грн
Відношення кредиторської заборгованості до оборотних активів (КЗОА), %	$КЗОА = \frac{КЗсв}{ВАОс}$	КЗсв – середньорічна величина кредиторської заборгованості, грн; ВАОс – середньорічна вартість оборотних активів, грн
Припадає кредиторської заборгованості на 1 грн дебіторської заборгованості (КЗДЗ), грн	$КЗДЗ = \frac{КЗсв}{ДЗсв}$	КЗсв – середньорічна величина кредиторської заборгованості, грн; ДЗсв – середньорічна величина дебіторської заборгованості, грн
Відношення кредиторської заборгованості до чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (КЗЧД), %	$КЗЧД = \frac{КЗсв \times 100}{ЧД}$	КЗсв – середньорічна величина кредиторської заборгованості, грн; ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, грн
Коефіцієнт співвідношення періодів погашення дебіторської та кредиторської заборгованості (Кпдкз)	$Кпдкз = \frac{ТОДЗ}{ТОКЗ}$	ТОДЗ – тривалість одного обороту дебіторської заборгованості, днів; ТОКЗ – тривалість одного обороту кредиторської заборгованості, днів

Джерело: [4, с. 208–209]

Таблиця 7

Показники рейтингової оцінки фінансового стану підприємства

Показники	Формула для розрахунку	Умовні позначення
Показники ліквідності		
Коефіцієнт поточної ліквідності (Кпл)	$Кпл = \frac{ОА}{ПК}$	ОА – оборотні активи, грн; ПК – позиковий капітал, грн
Коефіцієнт швидкої ліквідності (Кшл)	$Кшл = \frac{ГЕ + ПФІ + ДЗ + ЮА}{ПЗЗ}$	ГЕ – гроші та їх еквіваленти, грн; ПФІ – поточні фінансові інвестиції, грн; ДЗ – дебіторська заборгованість, грн; ЮА – інші оборотні активи, грн; ПЗЗ – поточні зобов'язання і забезпечення, грн
Показники ділової активності (оборотності)		
Період оборотності дебіторської заборгованості, днів (ПОДЗ)	$ПОДЗ = \frac{ДЗсв \times 360}{ЧД}$	ДЗсв – середньорічна величина дебіторської заборгованості, грн; ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, грн
Період оборотності запасів (ПОЗ), днів	$ПОЗ = \frac{ВЗс \times 360}{ОВ}$	ВЗс – середньорічна вартість запасів, грн; ОВ – операційні витрати, грн
Період оборотності активів (ПОА), днів	$ПОА = \frac{ВАОс \times 360}{ЧД}$	ВАОс – середньорічна вартість активів, грн; ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, грн
Показники фінансової незалежності		
Коефіцієнт фінансової незалежності (Кфн), %	$Кфн = \frac{ЗЗ \times 100}{П}$	ЗЗ – зобов'язання і забезпечення, грн; П – пасиви, грн
Частка оборотних активів, сформованих за рахунок власних коштів (Чак), %	$Чак = \frac{ВОК \times 100}{ОА}$	ВОК – власні оборотні кошти, грн; ОА – оборотні активи, грн
Показники рентабельності		
Рентабельність продажу (РП), %	$РП = \frac{ФРО \times 100}{ЧД}$	ФРО – фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток), грн; ЧД – чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, грн
Рентабельність активів (РА), %	$РА = \frac{ФРО \times 100}{ВМс}$	ФРО – фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток), грн; ВМс – середньорічна вартість майна, грн
Рентабельність власного капіталу (РВК), %	$РВК = \frac{ФРО \times 100}{ВВКс}$	ФРО – фінансовий результат до оподаткування: прибуток (збиток), грн; ВВКс – середньорічна вартість власного капіталу, грн

Джерело: узагальнено автором за даними [4, с. 473]

Список літератури:

1. Фінанси підприємств : підручник / А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 7-ме вид., без змін. Київ : КНЕУ, 2008. 552 с.
2. Нелеп В. М. Планування на аграрному підприємстві : підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : КНЕУ, 2004. 495 с.
3. Экономика предприятий агропромышленного комплекса : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. Р. Г. Ахметова. Москва : Издательство Юрайт, 2014. 431 с.
4. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : Знання, 2012. 815 с.
5. Томілін О. О. Диверсифікація аграрних підприємств як дієва стратегічна орієнтація в агропромисловій сфері. Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія : Економічні науки / редколегія: Калетнік Г. М. та ін. Вінниця : ВНАУ, 2012. Вип. 3(69). С. 205 – 211.
6. Черниш С. С. Проблеми застосування методик аналізу фінансового стану на вітчизняних підприємствах. *Інноваційна економіка*. 2012. № 5. С. 142–146.
7. Лесюк А. С. Комплексна оцінка фінансового стану сільськогосподарських підприємств в Україні. *Інформаційні технології в культурі, мистецтві, освіті, науці, економіці та бізнесі* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / М-во освіти і науки України; М-во культури України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2017. Ч. 2. С. 89 – 91.
8. Лесюк А. С. Оцінка відносних показників ліквідності та платоспроможності сільськогосподарських підприємств України. *Концепції економічного розвитку країни* : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування. Тернопіль, 2016. С. 31–33.
9. Лесюк А. С. Ліквідність та платоспроможність сільськогосподарських підприємств та чинники її формування. *Актуальні проблеми розвитку фінансів та фінансової науки: ідеї та їх впровадження* : матеріали Десятої Всеукраїнської (із зарубіжною участю) наукової конференції студентів та молодих вчених (м. Покровськ, 23-24 трав.); під заг. ред. к. е. н. В. М. Антоненко. Покровськ : ДВНЗ “ДонНТУ”, 2017. С. 36 – 38.
10. Лесюк А. С. Теоретичні аспекти ліквідності та платоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи* : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 27 листоп. 2019 р. Львів : Львівський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”, 2019. С. 383–386.
11. Власова Н. О., Пічугіна Т. С., Смірнова П. В. Оцінка ліквідності та платоспроможності підприємств роздрібної торгівлі : монографія. Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків : ХДУХТ, 2010. 222 с.
12. Лесюк А. С. Оцінка фінансової стійкості сільськогосподарських підприємств України. *Підприємництво в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (м. Полтава, 28 листоп. 2016 р). Полтава, 2016. С. 116–121.

References:

1. Poddierohin, A. M., Bilyk, M. D., & Buriak, L. D. (2008). *Finansy pidpriemstv [Enterprise finance]*. (7th ed). Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
2. Nelep, V. M. (2004). *Planuvannia na ahrarnomu pidpriemstvi [Planning at an agricultural enterprise]*. (2nd ed). Kyiv: KNEU. (in Ukrainian)
3. Ahmetov, R. G. (Ed). (2014). *Jekonomika predpriyatij agropromyshlennogo kompleksa [Economics of agricultural enterprises]*. Moskva: Izdatel'stvo Jurajt. (in Russian)
4. Tiutiunnyk, Yu. M. (2012). *Finansovyi analiz [Financial analysis]*. Kyiv: Znannia. (in Ukrainian)
5. Tomilin, O. O. (2012). Dyversyfikatsiia ahrarnykh pidpriemstv yak diieva stratehichna orientatsiia v ahrpromyslovi sferi [Diversification of agricultural enterprises as an effective strategic orientation in the agro-industrial sphere]. *Zbirnyk naukovykh prats Vinnytskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Seriia: Ekonomichni nauky*, 3(69), 205–211. (in Ukrainian)
6. Chernysh, S. S. (2012). Problemy zastosuvannia metodyk analizu finansovoho stanu na vitchyznianskykh pidpriemstvakh [Problems of application of methods of the analysis of a financial condition at the domestic enterprises]. *Innovatsiina ekonomika*, 5, 142–146. (in Ukrainian)
7. Lesyuk, A. S. (2017). Kompleksna otsinka finansovoho stanu silskohospodarskykh pidpriemstv v Ukraini [Comprehensive assessment of the financial condition of agricultural enterprises in Ukraine]. *Informatsiini tekhnolohii v kulturi, mystetstvi, osviti, nautsi, ekonomitsi ta biznesi*, pp. 89–91. Kyiv: Vydavnychy tsentr KNUKiM. (in Ukrainian)
8. Lesyuk, A. S. (2016). Otsinka vidnosnykh pokaznykiv likvidnosti ta platospromozhnosti silskohospodarskykh pidpriemstv Ukrainy [Estimation of relative indicators of liquidity and solvency of agricultural enterprises of Ukraine]. *Kontseptsii ekonomichnoho rozvytku krainy*, pp. 31–33. Ternopil. (in Ukrainian)
9. Lesyuk, A. S. (2017). Likvidnist ta platospromozhnist silskohospodarskykh pidpriemstv ta chynnyky yii formuvannia [Liquidity and solvency of agricultural enterprises and factors of its formation]. In V. M. Antonenko (Ed). *Aktualni problemy rozvytku finansiv ta finansovoi nauky: idei ta yikh vprovadzhenia*, pp. 36–38. Pokrovsk: DVNZ “DonNTU”. (in Ukrainian)
10. Lesyuk, A. S. (2019). Teoretychni aspekty likvidnosti ta platospromozhnosti silskohospodarskykh pidpriemstv [Theoretical aspects of liquidity and solvency of agricultural enterprises]. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia v umovakh systemnoi kryzy*, pp. 383–386. Lviv: Lvivskyi instytut PrAT “VNZ “MAUP”. (in Ukrainian)
11. Vlasova, N. O., Pichuhina, T. S., & Smirnova, P. V. (2010) *Otsinka likvidnosti ta platospromozhnosti pidpriemstv rozdribnoi torhivli [Assessment of liquidity and solvency of retail enterprises]*. Kharkiv: KhDUKhT. (in Ukrainian)
12. Lesyuk, A. S. (2016). Otsinka finansovoi stikosti silskohospodarskykh pidpriemstv Ukrainy [Assessment of financial stability of agricultural enterprises of Ukraine]. *Pidpriemnytstvo v Ukraini: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku*, pp. 116–121. Poltava. (in Ukrainian)

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены теоретические и методические аспекты комплексной оценки финансового состояния предприятия. Обоснована методика комплексной оценки финансового состояния предприятия, которая включает: 1) показатели деловой активности предприятия; 2) показатели рентабельности и окупаемости предприятия; 3) относительные показатели оценки ликвидности и платежеспособности предприятия; 4) показатели оценки дебиторской задолженности; 5) относительные показатели оценки финансовой устойчивости предприятия; 6) показатели оценки кредиторской задолженности; 7) показатели рейтинговой оценки финансового состояния предприятия. Предложено авторские понятия “платежеспособность”, “долгосрочная платежеспособность”, “текущая платежеспособность”, “ликвидность”, “абсолютная ликвидность”, “финансовая устойчивость”. Определены внешние и внутренние факторы, влияющие на увеличение или уменьшение ликвидности и платежеспособности предприятия.

Ключевые слова: финансовое состояние, активы, пассивы, рентабельность, окупаемость, ликвидность, платежеспособность, дебиторская задолженность, финансовая устойчивость, кредиторская задолженность.

THE COMPREHENSIVE EVALUATION INDICATOR SYSTEM OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE ENTERPRISE

The article discusses the theoretical and methodological aspects of a comprehensive assessment of the financial condition of enterprises. The author's definition of the categories “solvency”, “long-term solvency”, “current solvency”, “liquidity”, “absolute liquidity”, “financial stability” is given. The methodology for a comprehensive assessment of the financial condition of enterprises, which includes: 1) indicators of business activity of the enterprise; 2) indicators of profitability and payback of the enterprise; 3) relative indicators for assessing the liquidity and solvency of the enterprise; 4) indicators of a comprehensive assessment of receivables; 5) relative indicators for assessing the financial stability of enterprises; 6) indicators of a comprehensive assessment of accounts payable; 7) indicators of a comprehensive (rating) assessment of the financial condition of the enterprise. External (legislative and regulatory framework, tax system, structure of the national economy, level of real incomes of the population, capacity of the domestic market, development of the agricultural market infrastructure, inflation, stability of the financial and foreign exchange markets, lending to agricultural enterprises, the impact of pricing on industrial and agricultural products, are determined) the impact on the oligopoly and monopoly markets, the influence of the shadow economy on the national economy) and internal factors (organization of production and marketing, degree of use of human resources, level of provision of advanced machinery and technologies, level of innovation activity, seasonality of the use of available resources and income from the sale of agricultural products, financial strategy for the development of an agricultural enterprise, composition and structure of current and noncurrent assets, value of property rights (intangible assets), liquidity of stocks and finished goods products, the level of short-term liabilities, the level of receivables and payables, the level of work in progress and deferred expenses, the level of exceeding permissible financial risks, the level of contractual discipline, the level of insurance and seasonal stocks), which affect the increase or decrease in liquidity and solvency of enterprises.

Key words: financial condition, assets, liabilities, profitability, payback, liquidity, solvency, accounts receivable, financial stability, accounts payable.

Пістунів І.М.

доктор технічних наук, професор,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Малахова М.Д.

аспірантка кафедри економіки та економічної кібернетики,
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Pistunov Igor, Malahova Maria

National Technical University «Dnipro Polytechnic»

ВИЗНАЧЕННЯ МІРИ РИЗИКОВАНOSTІ КЛІЄНТА

У статті розроблено методику визначення міри можливого збитку, який може надати виробничому підприємству новий клієнт. Із цією метою пропонується використати статистику попередніх замовлень, побудувати модель рівня збитку, що його може надати клієнт, якщо відмовиться від замовлення, та порівняння можливого збитку з обсягом обігових коштів підприємства. Статистичні дослідження дадуть змогу розбити всіх клієнтів, що завдали збитку підприємства, на групи. Таке розбиття, тобто кластеризація, дасть змогу створити роздільні функції. Тепер під час укладення договору з новим клієнтом можна одразу визначити, до якого класу можливих збитків його можливо віднести. Порівняння можливого обсягу збитків із поточним рівнем обігових коштів дасть змогу керівництву підприємства прийняти рішення щодо можливості укладення договорів на виконання замовлення.

Ключові слова: статистика завдання збитків клієнтами, кластеризація, обігові кошти, економіко-математична модель, роздільні функції.

Постановка проблеми. У сучасних економічних умовах України економічна чи політична ситуація змушує підприємства скорочувати або й навіть згортати виробництво, а якщо взяти аграрні фірми, то до інших проблем в них додається ще ситуація з недоотриманням прибутку внаслідок неврожаю. У зв'язку із цим виникають проблеми у виробничих підприємств, що укладають договори на виготовлення та встановлення обладнання, бо досить значна кількість замовників їхньої продукції відмовляється від продовження контракту. Така відмова завдає збитків підприємству, адже вже витрачені кошти на розроблення конструкції, проектування місця розташування готового виробу, закупівлю необхідних матеріалів та комплектуючих.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основний напрям досліджень вітчизняних авторів спрямований на менеджмент стосунків із клієнтами. Для цього даються словесні поради, як із ним себе поводити, як контролювати їхню діяльність, щоб не допустити зриву виконання фінансових зобов'язань по контракту. Так, у роботі [1] рекомендується: «Оцінювання ризику клієнта здійснюється за відповідними критеріями, зокрема за типом клієнта, географічним розташуванням держави реєстрації клієнта або установи, через яку він здійснює передачу (отримання) активів, і видом товарів, послуг». При цьому жодних методик розрахунку рівня ризику не подано.

А.В. Лисаков та Д.А. Новіков у статті «Договірні відносини в управлінні проектами» [1] досліджують оптимізаційні моделі відносин у керівництві проек-

тами. Зауважується, що в управлінні проектами необхідно переглянути відносини із зовнішнім оточенням діяльності підприємства для досягнення кінцевих результатів оптимізації. Загальними завданнями управління є планування, вибір контрагентів, визначення параметрів договірних та оперативного управління.

Результати встановлення і вирішення цих завдань свідчать про те, що математичне моделювання являє собою ефективний інструмент аналізу та синтезу механізмів управління у договірних відносинах. Напрямом роботи є інтеграція результатів моделювання у сучасні програмні середовища для оптимізації управління договорами.

Отже, пошук рішення для зміни роботи з клієнтом під час управління проектами є важливою частиною роботи підприємства, оптимізація якої є необхідною у роботі підприємства з клієнтами.

Джон Форман у книзі «Багато цифр» наголошує, що необхідно використовувати дані своїх клієнтів, щоб краще їх знати [2]. Треба розробляти клієнтські бази та знаходити найкращі рішення для фірми. Один зі способів цього досягти – використати кластеризацію для сегментування ринку клієнтів, зібрати різні параметри і розділити їх на групи. Робота з групами допомагає визначити, що у її членів однакове, а що відрізняє їх один від одного. Ці знання допоможуть виконати оптимізацію рішень.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є розроблення надійної методики, яка б дала змогу мінімізувати ризики під час визначення цінності нових

замовлень через фактори, які можуть бути зібрані на початковому етапі роботи з клієнтом.

Виклад основного матеріалу. Для реалізації поставлених завдань було розроблено методику визначення міри можливого збитку, який може надати виробничому підприємству новий клієнт.

Для цього пропонується дотримуватися такого алгоритму:

1. Використати статистику попередніх замовлень, в яких клієнт відмовився від продовження контракту і не оплатив витрати підприємства, яке виконувало замовлення на виготовлення та встановлення конструкції.

2. Побудувати таблиці рівня збитку, що його може надати клієнт, якщо відмовиться від замовлення, що полягає у складенні таблиці, яка, крім рівня збитку, містить у собі характеристики фірми-замовника, такі як відстань до клієнта, вік керівника фірми-замовника, сума контракту, дата укладання договору про виготовлення конструкції, валюта балансу замовника.

3. Використати алгоритм кластеризації шляхом розбиття всіх клієнтів, які завдали збитки на класи, знайти середній рівень збитку для кожного класу.

4. Розрахувати коефіцієнти лінійних роздільних функцій.

5. Укладати договір із новим клієнтом шляхом підстановки в роздільні функції даних клієнта. Роздільна функція, яка прийме найбільше значення, й означає, до якого класу віднесено нового клієнта.

6. Порівняти можливий обсяг збитків із поточним рівнем обігових коштів, що дасть змогу керівництву підприємства прийняти рішення щодо можливості укладання договорів на виконання замовлення.

Запропонований алгоритм було використано для аналізу та прогнозування збитковості клієнтів ТОВ «МТК Україна», основна діяльність якого – виготовлення ангараів із гофрованого металу та їх монтаж на території клієнтів, серед яких більшість становлять агрофірми.

У табл. 1 наведено фрагмент даних відмов за чотири роки діяльності фірми за такими характеристиками:

– Дата договору (або попередня згода) та дата відмови.

– Господарська діяльність замовника.

– Площа фірми замовника.

– Область, в якій планувалося будівництво.

– Відстань до замовника.

– Кількість працівників.

– Вік замовника.

– Статутний капітал.

– Рік заснування.

– Розмір ангара.

– Етап, на якому було припинене будівництво.

– Збитки, до яких призвела відмова.

Загалом було зібрано 27 подібних випадків.

Для групування даних із табл. 1 було використано кластерний аналіз, який призначений для об'єднання деяких об'єктів в групи (кластери) так, щоб в один клас потрапляли максимально схожі об'єкти, а об'єкти різних класів максимально відрізнялися один від одного. Усі кластерні алгоритми потребують оцінки відстаней між кластерами або об'єктами. Для даного розрахунку було прийнято евклідовий метод відстаней [4].

Проведений у програмі Excel кореляційний аналіз впливу економічних чинників на збитки показав, що найбільш впливовими є такі: x_1 – площа землі замовника, x_2 – відстань до замовника, x_3 – вік особи, що приймає рішення, x_4 – рік заснування фірми-замовника, x_5 – висота ангара, x_6 – довжина ангара.

Наступним етапом було розбиття на кластери всіх даних відмов. Треба було зрозуміти, чи формують замовники, які відмовилися від будівництва, кластери, які можуть бути осмислені. Спочатку для цього використовувалася ієрархічна класифікація пакету STATISTICA. Згідно із цим алгоритмом, кожний елемент об'єднується, і формуються кластери. Кожен вузол діаграми являє собою об'єднання двох або більше кластерів, положення вузлів на вертикальній осі визначає відстань, на якій були об'єднані відповідні кластери.

Таблиця 1

Характеристика відмов

ПН замовника	Дата відмови	Господарська діяльність замовника	Площа (га)	Область будівництва	Відстань до замовника, км	Вік контактної людини	К-ть працівників	Статутний капітал	Рік заснування	Розмір ангара	Етап роботи	Збитки (грн)
1	15.02.19/ 20.08.19	Зернові та технічні культури	4800	Кіровоградська обл., Оникієве	299	60	62	7400	1936	20/70	Метал	1000200
2	10.11.18/ 16.07.19	Оптова торгівля продуктами харчування	100	Дніпропетровська обл., Чумаки	39,9	48	8	9375	1997	20/50	Договір	4800
3	27.05.19/ 24.06.19	Зернові культури	3000	Дніпропетровська обл., Васильківка	112	53	154	340000	2004	18/50	Договір	5600

Таблиця 2

Відстані між кластерами

Cluster Number	Distances below diagonal Squared distances above diagonal					
	No. 1	No. 2	No. 3	No. 4	No. 5	No. 6
No. 1	0,000000	4,874973	5,040394	4,959037	12,57932	6,050414
No. 2	2,207934	0,000000	1,112081	0,919211	5,29785	1,691196
No. 3	2,245082	1,054552	0,000000	0,900388	3,60699	1,015714
No. 4	2,226890	0,958755	0,948888	0,000000	5,19455	0,859874
No. 5	3,546734	2,301707	1,899208	2,279155	0,000000	2,908145
No. 6	2,459759	1,300460	1,007826	0,927294	1,70533	0,000000

Для перевірки припущення, що дані формують шість кластерів, розіб'ємо дані методом K -середніх на шість кластерів і перевіримо значимість відмінностей між отриманими групами [5]. Метод K -середніх обчислюється, починаючи з k випадково вибраних спостережень, які стають центрами груп, після чого об'єктний склад кластерів змінюється з метою мінімізації змінності всередині кластерів і максимізації змінності між кластерами.

Кожне наступне спостереження ($K + 1$) відноситься до тієї групи, міра подібності із центром тяжкості якого є мінімальною. Після зміни складу кластера обчислюється новий центр ваги, найчастіше як вектор середніх по кожному параметру [6].

За результатами кластеризації було утворено чотири групи замовників, що відмовилися від продовження контракту: до першого кластера відносяться замовники, які мають середню за площею землю, до другого кластера можна віднести найзбитковіших замовників, до третього кластера належать замовники, які мають найбільші за площею землі, до четвертого кластера віднесено будівництво найменших за розмірами ангарів.

Був проведений дисперсійний аналіз для визначення значущості відмінності між отриманими кластерами. Значимість для довірчої ймовірності $p < 0,05$ підтверджує значну відмінність між кластерами. Тому всі фактори були вибрані правильно та приймаються.

Отже, на підставі кластеризації простір компонентів складається з чотирьох областей, кожна з яких містить точки, що відповідають об'єктам з одного класу. Тепер необхідно розробити алгоритм, який би дав змогу віднести нового клієнта до певного кластера. Завдання розпізнавання нового клієнта може розглядатися як побудова меж областей рішень, які поділяють кластери.

Нехай ці межі визначаються роздільними Y -функціями [7]. Вони допомагають визначити, чи належить об'єкт кластеру. Тобто необхідно виконати умови так званої компактності, коли кожний вектор ознак кластерів, що належать одному класу, утворює в просторі опису локально обмежену область. Якщо кластери, які відповідають різним кластерам, рознесені досить далеко один від одного, то можна скористатися простими схемами розпізнавання. Наприклад, класифікація об'єкта за відстанню від центра ваги кластерів або за середньою відстанню до всіх елементів вибірки відповідних їм центрів.

На формування збитків підприємства впливає шість різних факторів. Необхідно побудувати регресії для отримання коефіцієнтів роздільних функцій аналогічно методиці, описаній у [8]. На основі отриманих кластерів було побудовано роздільні функції за допомогою додаткової змінної Y_i , яка під час розрахунків лінійної регресії приймала значення 1000 для одного кластера та 0 для інших. Розрахунок проводився за допомогою програми Excel. Загалом регресія проводилася чотири рази для чотирьох кластерів. Для мінімізації ризиків раптових відмов на основі лінійної регресії були складені рівняння лінійних роздільних функцій методом регресійного аналізу [9], що мають вигляд:

$$Y_1 = -0,12 + 0,19x_1 + 0,12x_2 + 0,05x_3 - 0,51x_4 + 0,16x_5 - 0,24x_6,$$

$$Y_2 = -0,10 + 0,24x_1 + 0,32x_2 + 0,15x_3 - 0,53x_4 + 0,23x_5 - 0,30x_6,$$

$$Y_3 = -0,04 + 0,24x_1 + 0,26x_2 + 0,09x_3 - 0,52x_4 + 0,24x_5 - 0,28x_6,$$

$$Y_4 = 0,06 + 0,13x_1 + 0,26x_2 + 0,19x_3 - 0,55x_4 + 0,09x_5 - 0,27x_6.$$

Варто відзначити, що регресійний аналіз проводився для нормованих даних.

Таким чином, отримано функції залежності збитку від кожного кластера відмов замовників залежно від факторів $x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6$. Коефіцієнт апроксимації R^2 для кожної регресії є прийнятним [9], а стандартна помилка є порівняно малою. Ці функції є роздільними у визначеності кластера і можуть бути використані для майбутніх вхідних даних. Таким чином, можна виявити замовлення, які будуть відноситися до кластерів із різними рівнями ризику: найзбитковіші замовлення великих ангарів великими підприємствами, заснованих у 2000-ні роки, найзбитковіші замовлення середніх за розмірами підприємств, найменші за збитками замовлення великих за розмірами підприємств та найменші за збитками замовлення найменших ангарів середніми за розмірами підприємств.

Наприклад, для розрахунку були взяті такі дані замовника, який щойно звернувся до фірми з метою побудувати ангар розміром 18/50 (табл. 3).

Таблиця 3

Вхідні дані

	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6
Замовник 1	5000	443	60	2003	18	50

Спочатку треба дізнатися, до якої ризикової групи входить клієнт, щоб визначити, чи доцільно для фірми

приймати замовлення. Підставимо ці дані в роздільні функції й отримаємо такі результати значень розподільних функцій: $Y_1 - 0,05$; $Y_2 - 0,48$; $Y_3 - 0,42$; $Y_4 - 0,43$.

Зі значень Y_i знаходимо максимальне, до якого входять ці клієнти. У нашому разі замовник входить до другого кластера, до якого входять найзбитковіші замовлення середніх за розмірами підприємств, отже, до найбільш ризикової групи.

Середній збиток, який може отримати фірма під час раптової відмови цього замовлення, дорівнює 564 306 грн. Порівняємо ці дані з обіговими коштами фірми на даний момент, які становлять 854 тис грн. Різниця становитиме 289 694 грн.

Отже, на цей момент замовлення не рекомендується приймати, бо, по-перше, замовник потрапляє в найбільш ризикову групу з кластерів, а по-друге, обігові кошти перевищують середній збиток тільки

у 1,5 рази, і за політикою фірми такого запасу коштів замало, оскільки ставить фірму у ризикове становище у найскладніший період для роботи підприємства.

Розроблену програму було запроваджено в бізнес-діяльність фірми «ТОВ «МТК Україна».

Висновки. Таким чином, кластеризація даних дає змогу спочатку виділити, до якої групи ризику належить клієнт, а потім на основі обігових коштів, які дають змогу зрозуміти, чи може фірма дозволити у цей момент ризиковий проєкт, прийняти або відхилити замовлення. Якщо клієнт потрапляє до більш ризикової групи і фірма не має додаткових обігових коштів на ризикове замовлення, то від цього клієнта рекомендується відмовитися. І, навпаки, якщо клієнт потрапляє до менш ризикової групи, фірма може прийняти замовлення. В умовах декількох клієнтів, які приходять одночасно, ця модель є найбільш ефективною для швидкого прийняття рішень.

Список літератури:

1. Класифікація клієнтів. Оцінка ризиків. URL: https://pidruchniki.com/87222/finansii/klasifikatsiya_rizikiv_kliyentiv_upravlinnya_rizikami (дата звернення: 19.12.2019).
2. Лысаков А.В., Новиков Д.А. Договорные отношения в управлении проектами. Москва : ИПУ РАН, 2004. 100 с.
3. Форман Д. Кластеризации для сегментирования рынка клиентов. URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-research/segment/k-means_cluster_analysis.htm (дата звернення: 19.12.2019).
4. Пістунів І.М., Антонюк О.П., Турчанінова І.Ю. Кластерний аналіз в економіці : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Національний гірничий університет, 2008. 84 с.
5. Кластерний аналіз. URL: <http://sosninep.blogspot.com/2013/11/statistica-2.html?m=1> (дата звернення: 19.01.2020).
6. Кластерний аналіз у пакеті STATISTICA. URL: <http://statsoft.ru/solutions/ExamplesBase/branches/detail.php> (дата звернення: 10.11.2019).
7. Фукунага К.М. Нечеткие множества. Москва : Наука, 1979. 368 с.
8. Пістунів І.М., Цуркан І.І. Формування портфеля замовлень машинобудівного підприємства з метою зменшення ризику упущеної вигоди. *Технологический аудит и резервы производства*. 2015. № 4/5(24). С. 72–75.
9. Пістунів І.М. Економічна кібернетика : навчальний посібник. Дніпро : Нац. гірн. ун-т, 2014. 215 с.

References:

1. Klyasifikatsiya klyientiv. Otsinka ryzykiv [Customer classification. Risk assessment]. Available at: https://pidruchniki.com/87222/finansii/klasifikatsiya_rizikiv_kliyentiv_upravlinnya_rizikami (accessed 19.12.2019). (in Ukrainian)
2. Lysakov A.V., Novikov D.A. (2004) Dogovornyye otnosheniya v upravlenii proyektami [Contractual relations in project management]. Moscow: IPU RAS, 100 p. (in Russian)
3. Foreman D. Klasterizatsii dlya segmentirovaniya rynka klyientov [Clustering for customer market segmentation]. Available at: http://www.marketing.spb.ru/lib-research/segment/k-means_cluster_analysis.htm (accessed 19.12.2019). (in Russian)
4. Pistunov I.M., Antonyuk O.P., Turchaninova I.Y. (2008) Klasteryny analiz v ekonomitsi [Cluster Analysis in Economics]. Dnipropetrovsk: National Mining University. (in Ukrainian)
5. Klasteryny analiz [Cluster analysis]. Available at: <http://sosninep.blogspot.com/2013/11/statistica-2.html?m=1> (accessed 19.01.2020). (in Ukrainian)
6. Klasteryny analiz v paketi STATISTICA [Cluster analysis in the STATISTICA package]. Available at: <http://statsoft.ru/solutions/ExamplesBase/branches/detail.php> (accessed 10.11.2019). (in Ukrainian)
7. Fukunaga K. (1979) Nechetkiye mnozhestva [Fuzzy sets]. Moscow: Science. The Main Edition of Physical and Mathematical Literature. (in Russian)
8. Pistunov I.M., Tzurkan I.I. (2015) Formuvannya portfelyu zamovlen' mashynobudivnoho pidpryyemstva z metoyu zmnshennya ryzyku upushchenoyi vyhody [Formation of an order book of a machine-building enterprise in order to reduce the risk of lost profit]. *Technological audit and production reserves*, no. 4/5(24), pp. 72–75. (in Ukrainian)
9. Pistunov I.M. (2014) Ekonomichna kibernetika: navchalnyi posibnyk [Economic Cybernetics: textbook tool]. Dnypropetrovsk, Nat. mines Univ. (in Ukrainian)

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕРЫ РИСКОВАННОСТИ КЛИЕНТА

В статье разработана методика определения степени возможного ущерба, который может нанести производственному предприятию новый клиент. С этой целью предлагается использовать статистику предварительных заказов, построить модель уровня ущерба, который может нанести клиент, если откажется от заказа, и сравнить возможный ущерб с объемом оборотных средств предприятия. Статистические исследования позволят разбить всех клиентов, которые нанесли ущерб предприятию, на группы. Такое разбиение, то есть кластеризация, позволит создать раздельные функции. Теперь при заключении договора с новым клиентом можно сразу определить, к какому классу возможных убытков его можно отнести. Сравнение возможного объема убытков с текущим уровнем оборотных средств позволит руководству предприятия принять решение о возможности заключения договоров на выполнение заказа.

Ключевые слова: статистика нанесения ущерба клиентами, кластеризация, оборотные средства, экономико-математическая модель, раздельные функции.

DETERMINATION OF THE CUSTOMER RISK MEASURE

The authors of the article identified the problem of manufacturing enterprises in that a significant number of customers of their products refuses to extend the contract. This refusal is detrimental to the enterprise, since the funds have already been spent on designing the design, designing the location of the finished product, purchasing the necessary materials and components. Therefore, a method was developed to determine the extent of the potential loss that could give a manufacturing company a new client. For this purpose it is proposed to use statistics of pre-orders in which the client refused to extend the contract and did not pay the costs of the company that executed the orders for the manufacture and installation of the structure. Building a model of the level of damage that can be provided by the client, if he refuses the order, consists of stacking tables, which in addition to the level of damage includes the characteristics of the client company, such as the distance to the client, the age of the head of the client firm, the amount of the contract, date conclusion of the contract on production of a design, currency of balance of the customer. The table allows you to use a clustering algorithm that was implemented using Statistica software. The breakdown of all customers who have suffered damage to classes makes it possible to find the average level of damage for each class. According to the results of clustering, the coefficients of linear separation functions were calculated. Now, when concluding a contract with a new client, you can immediately determine which class of possible losses can be attributed. For this purpose, the client data is substituted into all separate functions. The split feature that takes the most value and indicates which class the new client is assigned to. Comparison of the possible volume of losses with the current level of working capital will allow the management of the enterprise to decide on the possibility of concluding contracts for the execution of the order. In order to automate the calculations, an interpreted Python object-oriented programming language was used and its standard library, Tkinter, to create a user interface. The developed program was introduced into the business activities of the company "MTK Ukraine".

Key words: statistics of customer loss task, clustering, working capital, economic-mathematical model, separate functions.

Побережна З.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та бізнес-технологій,
Національний авіаційний університет

Poberezhna Zarina

National Aviation University

КОНТРОЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ АВІАПІДПРИЄМСТВ НА КОНКУРЕНТНИХ РИНКАХ

У статті автором запропоновано визначати ефективність бізнес-моделі авіапідприємства на основі порівняння грошових надходжень та видатків за основними видами діяльності. У результаті такого співставлення автором виділено п'ять типів стану авіапідприємства, що характеризують ефективність або неефективність його бізнес-моделі. Доведено, що різні операційні бізнес-одиниці однієї бізнес-моделі можуть знаходитися на різних стадіях зрілості, що впливає на ефективність прийнятих рішень, також описано контролінгові інструменти, які автор вважає доцільним використовувати в процесі розроблення і реалізації бізнес-моделі. Сформовано процесно-орієнтовану модель контролінгу ефективності функціонування авіапідприємства з метою забезпечення конкурентоспроможності його бізнес-моделі на конкурентних ринках.

Ключові слова: контролінг, моніторинг, бізнес-модель, бізнес-процес, інструменти контролінгу, авіапідприємства, конкурентні ринки.

Постановка проблеми. Сьогодні проблема розвитку та вдосконалення контролінгу в системі розроблення та реалізації конкурентоспроможної бізнес-моделі авіапідприємства набуває особливої актуальності серед вітчизняних та зарубіжних спеціалістів. Це викликано передусім тим, що контролінг є надзвичайно затребуваним як власниками, так і менеджерами підприємств, які зорієнтовані на довгостроковий успіх, адже він дає можливість здійснювати як інформаційну, так аналітичну підтримку управління в умовах складного та динамічного зовнішнього середовища. Також особливий інтерес зумовлений спроможністю чітко налагодженої системи контролінгу бізнес-моделі своєчасно визначати «вузькі місця» окремих її бізнес-процесів, аналізувати причини їх виникнення та розробляти заходи щодо їх нормалізації, тим самим зводячи до мінімуму негативні наслідки та втрати всієї бізнес-моделі у цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні засади здійснення контролінгу у бізнес-структурах розглянуто у працях О.А. Ананькіної, С.В. Данілочкіна, Н.Г. Данілочкіної [4], Ю.Г. Одегова, Т.В. Ніконової [5], С.Г. Фалько [6] та ін. Контролінгу в процесі створення бізнес-моделей присвячено наукові роботи таких дослідників, як: Дж. Річар [2], В.В. Берднікова [7], О.Ю. Гавеля [8], Е. Демінг [1], Р.Р. Лувенег, Р.П. Ньюмен, П.С. Пенді [3] та ін. Проте поряд із великою кількістю наукових доробок у сфері контролінгу та контролінгу бізнес-моделей підприємства мало дослідженим

виявилось питання контролінгу формування та реалізації конкурентоспроможної бізнес-моделі авіапідприємств на конкурентних ринках.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження полягає у визначенні місця, ролі та інструментів контролінгу в системі формування та реалізації конкурентоспроможної бізнес-моделі авіапідприємств на конкурентних ринках.

Виклад основного матеріалу. Перші згадки про теоретичні основи контролінгу зустрічалися у німецькій науковій літературі, проте перше поняття контролінгу в тому вигляді, в якому воно існує й сьогодні, стало використовуватися у США з кінця XIX ст. В Україні поняттям «контролінг» почали користуватися лише на початку 1990-х років.

Дослідивши підходи до сутнісного наповнення поняття «контролінг» сучасними та зарубіжними науковцями, нами встановлено, що одні фахівці під контролінгом розуміє систему управління, другі вважають його сукупністю методів та інструментів управлінської діяльності, треті ж розуміють під контролінгом спосіб мислення менеджерів. Проте, на нашу думку, найбільш ґрунтовним та актуальним визначенням є трактування контролінгу як сучасної ціннісно-орієнтованої концепції управління, головною метою якої є координація систем планування, контролю та інформаційного забезпечення з метою максимізації вартості підприємства, оскільки стратегічним інтересом власника авіапідприємства є зростання його вартості, а доходи, витрати,

чистий прибуток – лише інструменти для вирішення цього завдання.

Таким чином, система контролінгу ефективності реалізації бізнес-моделі авіапідприємства може бути визначена на основі аналізу співвідношення грошових надходжень та видатків за основними видами господарської діяльності авіапідприємства (операційної, інвестиційної та фінансової). Якщо за операційною діяльністю чистий грошовий потік у авіапідприємства має стійке негативне значення, і це не пов'язано з поточною реструктуризацією існуючого бізнесу, що позитивно оцінюється станом фінансового ринку, то такий стан структури грошових потоків ідентифікує бізнес-модель як ринково неконкурентоспроможну та неефективну.

Видатки грошових потоків за основною та фінансовою діяльністю можуть компенсуватися позитивним надходженням грошових коштів від інвестиційної діяльності, тобто за рахунок реалізації операційних активів. За такої ситуації можна зробити висновок, що авіапідприємство в межах існуючої бізнес-моделі знаходиться в стані як мінімум кризи ліквідності, яка в будь-який момент часу може перерости у кризу неплатоспроможності, що приховує ризики фатальних наслідків втрати бізнесу для його власників. Така ситуація потребує впровадження невідкладних заходів антикризового менеджменту.

Однак дуже часто бізнес-проекти, які реалізуються на авіапідприємстві у вигляді триваючої операційної діяльності, зустрічають негативну оцінку учасників фінансового ринку: вони хоча і відрізняються достатньою поточною ефективністю, проте не можуть бути визнані раціональними в довгостроковій перспективі. У цьому разі виявляються такі відношення за чистими грошовими потоками:

- за операційною діяльністю надходження перевищують видатки;
- за інвестиційною діяльністю видатки є переважними;
- за фінансовою діяльністю також формується негативний чистий грошовий потік.

У разі існування описаної вище ситуації вищому керівництву авіапідприємства та його власникам потрібно кардинально переглядати бізнес-модель, трансформуючи набір та співвідношення як триваючих (операційних) видів діяльності, так і реалізовуваних проєктів, інакше розвиток бізнесу буде обмежений лише можливостями його самофінансування. Це не забезпечує, як правило, можливості динамічного розвитку бізнесу та погіршує умови фінансування бізнес-діяльності, призводячи до зростання вартості капіталу.

Уважаємо, що ідеальним для авіапідприємств виявляється стан, за якого має місце профіцит грошових потоків як за операційною, так і за фінансовою діяльністю. Це забезпечує можливість пришвидшеного нарощування активів в інвестиційній сфері та підтримки раціональної структури капіталу за рахунок її оптимізації за допомогою залучення дешевших позикових ресурсів на фінансовому ринку. Такий стан

засвідчує високу якість сформованої бізнес-моделі авіапідприємства, її збалансованість за існуючими та проєктними видами діяльності та в підсумку високу конкурентоспроможність.

За результатами проведеного дослідження сформовано можливі варіанти станів, які характеризують бізнес-модель авіапідприємства за параметром співвідношення грошових потоків, що представлено на рис. 1.

Можна стверджувати, що для забезпечення стратегічної конкурентоспроможності доцільним є створення моделі, коли бізнес-структура авіапідприємства складатиметься з операційних бізнес-одиниць, що перебувають на різних стадіях зрілості, а також з ефективних проєктних рішень. Це забезпечуватиме раціональну диверсифікацію та синергізм у межах сформованої бізнес-моделі розвитку авіапідприємства.

У результаті загальна вартість такого авіапідприємства виявляється значно вищою від вартості окремих її частин (структурних одиниць та проєктів).

Практична діяльність щодо створення конкурентної бізнес-моделі авіапідприємства, на нашу думку, передбачає необхідність здійснення контролінгу становища авіапідприємства на конкурентному ринку та оцінку сценаріїв розвитку і стану, власне, зовнішнього та внутрішнього економічного середовища. Обґрунтований вибір стратегічних пріоритетів розвитку бізнесу дає можливість визначати перспективні проєкти як у межах діючих операційних бізнес-одиниць, в яких авіапідприємство вже має необхідні компетенції, так і в нові проєкти у перспективних із погляду проєктної ефективності сферах.

Контролінг як метод забезпечення довгострокової конкурентоспроможності бізнесу в умовах постійних змін стану зовнішнього та внутрішнього економічного середовища, на нашу думку, призначений дати відповідь на дуже важливе питання: що потрібно робити для реалізації стратегічних орієнтирів та бачення розвитку існуючої бізнес-моделі? У цьому аспекті вироблено досить широкий спектр завдань та цілей контролінгу, які в парадигмі ціннісно-орієнтованого бізнесу переважно зводяться до створення раціональної системи планування та контролю з метою досягнення стратегічних орієнтирів за умови мінімізації інвестиційних витрат та конкурентних ризиків, що в кінцевому підсумку забезпечуватиме стратегічну ефективність та ринкову конкурентоспроможність бізнесу.

Відсутність ефективного контролінгу на авіапідприємствах призводить до невчасних реакцій на ринкові зміни, оскільки основним підходом до контролю за таких умов є лише управління за відхиленнями. Ця управлінська методика ефективна на рівні оперативного менеджменту за наявності поточних бюджетів, основаних на інформаційній базі управлінської бухгалтерської звітності, проте абсолютно не прийнятна в чистому вигляді в системі стратегічного управління, де більше значення набувають чинники конкуренції та творча інтуїція. Отже, використання традиційних для оперативного управління контролінгових методів та підходів у страте-



Рис. 1. Альтернативні варіанти станів, які характеризують бізнес-модель авіапідприємства за параметром контролінгової оцінки співвідношення грошових потоків

Джерело: розроблено автором

гічному управлінні призводить до значних прорахунків у виборі програм розвитку бізнес-моделі і, як наслідок, до зниження довгострокової конкурентоспроможності авіапідприємств на конкурентних ринках, що скорочує ринкову капіталізацію бізнесу.

Практика показує, що на великих авіапідприємствах головним завданням конкурентного розвитку є створення та підвищення ринкової вартості окремих бізнес-одиниць, сформованих за географічним або продуктовим принципом. Кожна з бізнес-одиниць розвивається в межах індивідуально сформованої бізнес-моделі, яка залежить від етапу життєвого циклу. Цілі та завдання розвитку бізнес-моделі у межах окремих бізнес-одиниць авіапідприємства істотно відрізняються залежно від стадії їх зрілості, що значною мірою впливатиме на контролінгові механізми аналізу та оцінки їхньої конкурентоспроможності.

Відповідно до цього, можна сформулювати завдання та критерії контролінгу результатів розвитку бізнес-моделі і дій їх управління на різних стадіях зростання:

1) на стадії створення – відповідність стратегічним цілям розвитку бізнес-моделі, встановленим проєктним регламентам за термінами та обсягами інвестиційних ресурсів, а також моніторинг якості окремих проєктних етапів;

2) на стадії зростання – відповідність строкам виходу бізнес-моделі авіапідприємства рівня операцій-

ної беззбитковості та досягнення запланованих значень операційної рентабельності господарської діяльності;

3) на стадії формування конкурентних переваг – забезпечення конкурентоспроможності бізнес-процесів та формування стійких переваг сформованої бізнес-моделі на конкурентному ринку;

4) на стадії зрілості – підтримка конкурентоспроможності сформованої бізнес-моделі;

5) на стадії старіння – виведення активів із бізнесу або їх реструктуризація з метою створення умов для розвитку якісно нової бізнес-моделі авіапідприємства.

При цьому головними критеріями контролінгу ефективності розвитку бізнес-моделі на відповідних стадіях життєвого циклу певних бізнес-одиниць авіапідприємства вважаємо такі:

– на стадіях створення і зростання – виконання інвестиційних бюджетів за обсягами та строками;

– на стадії формування переваг – реалізація заходів, пов'язаних з оптимізацією ланцюга створення вартості;

– на стадії зрілості – максимізація доданої вартості;

– на стадії старіння – підтримка задовільного рівня операційної рентабельності та поступова реструктуризація активів із найменшими втратами.

Уважаємо, що створення перспективної бізнес-моделі є безперервним процесом, який формується на вищому управлінському рівні авіапідприємства голов-

ним (стратегічним) контролером або директором зі стратегічного розвитку. Цей процес доцільно здійснювати з використанням відомої методики PDSA (Plan-Do-Study-Act, або План – Робота – Навчання – Дія), запропонованої Е. Демінгом [1].

Уважаємо, що модель управління ефективністю діяльності авіапідприємства, яка являє собою сукупність процесів визначення стратегічних орієнтирів, розроблення та контролінгу реалізації планів дій та системи винагород, розподілу ресурсів і координації діяльності, може розглядатися як альтернативний варіант створення і реалізації процесно-орієнтованої бізнес-моделі авіапідприємства (рис. 2).

За даними рис. 2 вважаємо, що як головні аналітичні інструменти контролінгу ефективності функціонування бізнес-моделі авіапідприємства доцільно використовувати такі:

- на рівні авіапідприємства у цілому й окремих стратегічних бізнес-одиниць – карти збалансованих показників;
- на рівні бізнес-процесів усередині сформованої бізнес-моделі авіапідприємства й окремих стратегічних бізнес-одиниць – гнучкі бюджети;
- для робочого місця – панелі управління, орієнтовані на робочі дії.

Запропонована модель зорієнтована на превентивні дії на різних рівнях організації управління авіапідприємством на основі моніторингу стану економічного середовища й уточнення критичних чинників успіху, коригування складу і цільових значень ключових показ-

ників ефективності. Її застосування забезпечує прискорену адаптацію бізнес-моделі і бізнес-процесів до мінливих умов ведення, пріоритетів розвитку і бачення бізнесу, що відповідає цілям гнучкого управління.

Альтернативним підходом до створення системи контролінгу конкурентоспроможної бізнес-моделі вважаємо дотримання вимоги реалізації попереджувального бізнесу, який заснований на трьох основних блоках [2]:

- на «інформаційній шині», тобто системі інформаційної комунікації діяльності підприємства як сукупності структурних підрозділів, процесів і робочих місць;
- на методології та технології обробки та зберігання інформації з метою оцінки стану економічного середовища і вимірювання результатів діяльності;
- на управлінні бізнес-процесами, що забезпечує необхідні поступальні дії в напрямі позитивних змін, орієнтованих на поточну ефективність і стратегічну конкурентоспроможність.

Кожен із блоків, своєю чергою, складається із сукупності різних продуктів. Найбільш важливими з них є [2]:

- керована подіями архітектура (event driven architecture – EDA) – система, що підтримує інформування контролерів у масштабі реального часу і орієнтована на події, що реагують на будь-які зміни економічного середовища;
- сервісно-орієнтована архітектура (service-oriented architecture – SOA) – програмна архітектура, яка працює одночасно з декількома інформаційними джерелами і додатками. Її мета полягає у досягненні вільного обміну між агентами;

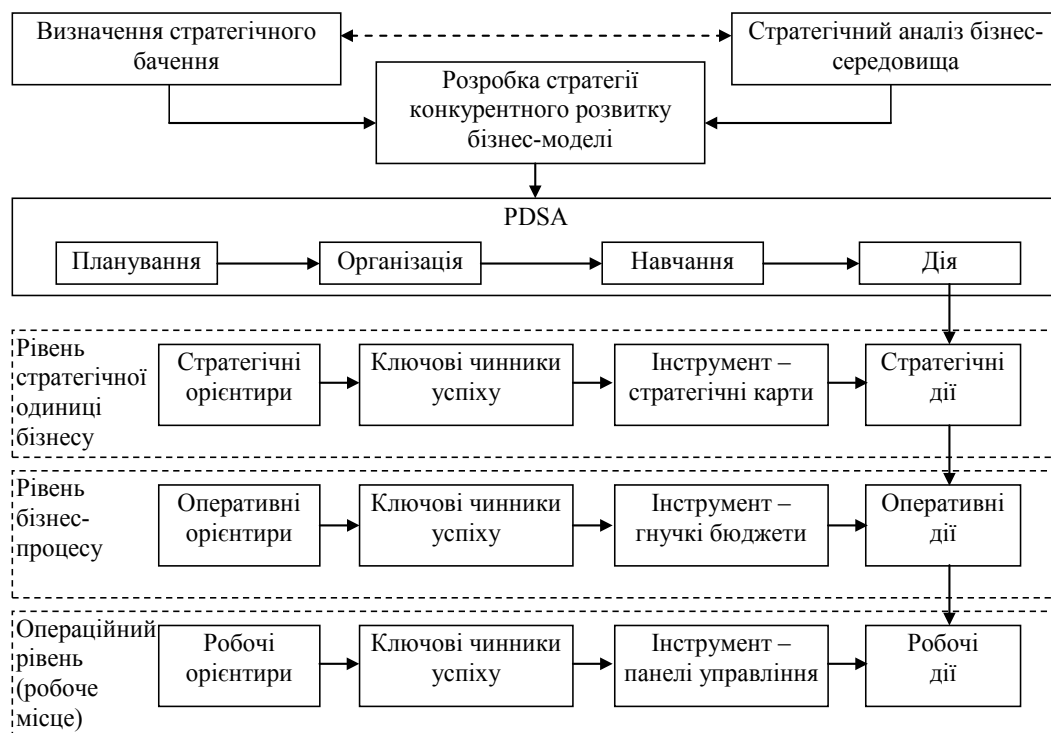


Рис. 2. Контролінгові інструменти розроблення і реалізації бізнес-моделі формування конкурентоспроможності авіапідприємства за методикою PDSA

Джерело: розроблено автором

Процесно-орієнтована модель контролінгу ефективності функціонування авіапідприємства

Елементи	Дії	Результати
Визначення проблеми	Визначення вимог. Встановлення цілей	Ідентифікація «вузького місця» або «широкого плану». Визначення бачення мети/вимірювання. Уточнення масштабів і споживчих переваг
Вимірювання	Обґрунтування причин проблеми. Вимірювання проблеми. Уточнення основних кроків з її усунення і пов'язаних із ними витрат	Вимірювання поточних результатів щодо вимог. Збір даних про ефективність процесу
Аналіз	Вироблення причинно-зумовленої гіпотези. Виявлення джерел проблеми. Підтвердження гіпотези.	Виявлення і вивчення «кращих» практик. Оцінка проектування процесу на основі критеріїв: – внесок у створення доданої вартості; – оцінка «вузьких місць»/«розривів»; – оцінка альтернативних варіантів. Уточнення вимог до процесу
Удосконалення	Вироблення альтернативних варіантів ліквідації проблеми. Практична реалізація рішення/вимір результативності	Проектування нового (удосконалення чинного) процесу: – усунення припущень і невизначеності; – використання творчого підходу; – розроблення карти процесу
Контроль	Уведення стандартних вимірювань для підтримки показників на заданому рівні. Коригування станів	Уведення змін і регулярних процедур оновлення інформації для забезпечення ключових індикаторів на цільовому рівні. Внесення поточних і попереджувальних коригувань у карту процесу

– управління бізнес-процесами (business process management – BPM) – координація завдань, операцій та активів, які формують бізнес-процеси шляхом визначення методів роботи підприємства. Мета – забезпечення гнучкої адаптованості бізнес-процесів відповідно до зміни зовнішнього середовища;

– моніторинг бізнес-активності (business activity monitoring – BAM) – забезпечення доступу до ключових індикаторів у режимі реального часу для поліпшення швидкості й ефективності бізнес-процесів. Мета – скорочення часу прийняття рішень і підвищення їхньої якості;

– обробка складних подій (complex event processing – CEP) – інноваційна технологія, яка в реальному часі інтегрує інформацію з різних баз даних, додатків і систем для виявлення закономірностей і тенденцій на основі посилення слабких сигналів.

Заслугує на увагу застосування в контролінгу поетапної процесної моделі створення ефективної організації, орієнтованої на стратегічний успіх [3]. Вона включає у себе такі елементи: визначення, вимір, аналіз, удосконалення, контроль (табл. 1).

Контролінг ефективності дає змогу визначати «вузькі місця» в бізнесі, забезпечувати консенсус інтересів різних груп стейкхолдерів, включаючи трудові колективи, і підвищувати соціальну відповідальність перед суспільством. Періодичний моніторинг чинників створення вартості та їх змін у майбутньому, що проводиться інструментами контролінгу, дає змогу своєчасно вносити зміни в реалізовані бізнес-моделі авіапідприємств, попереджуючи можливість «міграції цінності».

Висновки. На основі проведеного дослідження встановлено, що ефективність бізнес-моделі формується за класичними видами діяльності підприємства (операційна, фінансова та інвестиційна) та залежить від стадії

зрілості його бізнес-одиниць та ефективності проєктних рішень. Автором представлено альтернативні варіанти станів, які характеризують бізнес-моделі авіапідприємства за параметром співвідношення грошових потоків у процесі контролінгової оцінки, та запропоновано перелік стратегічних дій та напрямів розвитку (коригування) бізнес-моделі авіапідприємства.

Виходячи того, що різні операційні бізнес-одиниці однієї бізнес-моделі можуть знаходитися на різних стадіях зрілості, головними критеріями контролінгу ефективності розвитку бізнес-моделі на відповідних стадіях життєвого циклу певних бізнес-одиниць авіапідприємства запропоновано вважати такі: на стадіях створення і зростання – виконання інвестиційних бюджетів за обсягами та строками; на стадії формування переваг – реалізація заходів, пов'язаних з оптимізацією ланцюга створення вартості; на стадії зрілості – максимізація доданої вартості; на стадії старіння – підтримка задовільного рівня операційної рентабельності та поступова реструктуризація активів із найменшими втратами.

Установлено, що PDSA – це цикл удосконалення бізнес-процесів, який включає у себе повторювані етапи «Плануй, роби, вчися і дій». Основними продуктивними діями в зазначеній моделі PDSA з погляду використання контролінгових підходів вважаємо спостереження (моніторинг) і вплив. Безсумнівно, що перше вимагає використання відповідного інструментарію (індикаторів), а друге – ефективних алгоритмів прийняття управлінського рішення, хоча часто в умовах швидких змін заздалегідь розроблений алгоритм контролінгу може виявитися неефективним. Це лягло в основу розроблення контролінгових інструментів формування та реалізації конкурентоспроможної бізнес-моделі авіапідприємства за методикою PDSA, що зорієнтована на превентивні дії на різних рівнях орга-

нізації управління авіапідприємством на основі моніторингу стану економічного середовища й уточнення критичних чинників успіху.

Представлена авторська процесно-орієнтована модель контролінгу ефективності функціонування

авіапідприємств дає змогу визначати «вузькі місця» в бізнесі, забезпечувати консенсус інтересів різних груп стейкхолдерів, трудових колективів і підвищувати соціальну відповідальність підприємства перед суспільством.

Список літератури:

1. Деминг Э. Выход из кризиса / пер. с англ. Г. Чебрикова. Тверь : Альба, 1994. 498 с.
2. Richar J. Audit and Analysis of Business Interprises. ed. Translated from France. Moscow : UNITY, 1997.
3. Пенди П.С., Ньюмен Р.П., Лувенега Р.Р. Курс на Шесть Сигм. Как другие ведущие компании мира совершенствуют свое мастерство. Москва : Лори, 2002. 400 с.
4. Ананькина Е.А., Данилочкин С.В., Данилочкина Н.Г. Контроллинг как инструмент управления предприятием. Москва : ЮНИТИ, 2002. 279 с.
5. Одегов Ю.Г., Никонова Т.В. Аудит и контроллинг персонала : учебное пособие ; 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Экзамен, 2004. 544 с.
6. Фалько С.Г. Контроллинг для руководителей и специалистов. Москва : Финансы и статистика, 2008. 272 с.
7. Бердников В.В. Контроллинг бизнес-систем: проблемы, модели, развитие и опыт. *Аудит и финансовый анализ*. 2012. № 3. С. 304–313.
8. Бердников В.В., Гавель О.Ю. Контроллинг и аудит в процессе создания конкурентоспособных бизнес-моделей. *Аудит и финансовый анализ*. 2011. № 4. С. 236–247.

References:

1. Deming E. (1994). Vyihod iz krizisa [Way out of the crisis]. Per. s angl. G. Chebrikov. Tver: Alba, 498 p. (in Russian)
2. Richar J. (1997). Audit and Analysis of Business Interprises, ed. Translated from France. Moscow: UNITY.
3. Pendi P.S., Nyumen R.P., Luvenega R.R. (2002). Kurs na Shest Sigm. Kak i drugie vedushchie kompanii mira sovershenstvuyut svoe maysterstvo [Heading for Six Sigma. Like other leading companies in the world are improving their ministry]. Moskva : Lori, 400 p. (in Russian)
4. Anankina E.A., Danilochkin S.V., Danilochkina N.G. (2002). Kontroling kak instrument upravleniya predpriyatiem [Controlling as an enterprise management tool]. Moscow: UNITI, 279 p. (in Russian)
5. Odegov Y.G., Nikonova T.V. (2004). Audit i kontroling personala [Audit and controlling of personnel]. Moscow: Ekzamen, 544 p. (in Russian)
6. Falko S.G. (2008). Kontroling dlya rukovoditeley i specialistov [Controlling for managers and professionals]. Moscow: Finance and Statistic, 272 p. (in Russian)
7. Berdnikov V.V. (2012). Kontroling biznes-system: problemi, modeli, razvitie i opyt [Controlling business systems: problems, models, development and experience]. Audit and financial analysis, no. 3, pp. 304–313. (in Russian)
8. Berdnikov V.V., Gavel O.Y. (2011). Audit i kontroling v procese sozdaniya konkurentosposobnikh biznes-modeley [Controlling and auditing in the process of creating competitive business models]. Audit and financial analysis, no. 4, pp. 236–247. (in Russian)

КОНТРОЛИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ АВИАПРЕДПРИЯТИЯ НА КОНКУРЕНТНЫХ РЫНКАХ

В статье автором предложено определять эффективность бизнес-модели авиапредприятия на основе сравнения денежных поступлений и расходов по основным видам деятельности. В результате такого сопоставления выделено пять типов состояния авиапредприятия, характеризующих эффективность или неэффективность его бизнес-модели. Доказано, что различные операционные бизнес-единицы одной бизнес-модели могут находиться на разных стадиях зрелости, что влияет на эффективность принимаемых решений, также описаны контроллинговые инструменты, которые автор считает целесообразным использовать в процессе разработки и реализации бизнес-модели. Сформирована процессно-ориентированная модель контроллинга эффективности функционирования авиапредприятия с целью обеспечения конкурентоспособности его бизнес-модели на конкурентных рынках.

Ключевые слова: контроллинг, мониторинг, бизнес-модель, бизнес-процесс, инструменты контроллинга, авиапредприятия, конкурентные рынки.

CONTROLLING AS A TOOL FOR THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF A COMPETITIVE BUSINESS MODEL OF AVIATION ENTERPRISES IN COMPETITIVE MARKETS

The relevance of the research topic is due to the special attention of managers, executives and owners of modern aviation enterprise to the introduction of a business model controlling system in aviation enterprises. An effective and highly effective controlling system makes it possible to identify «bottlenecks» of individual business processes, analyze the causes of their occurrence and develop measures to normalize them, thereby minimizing the negative consequences and losses of the system as a whole. In the article, the author proposes to determine the effectiveness of the business model of the aviation enterprise based on a comparison of cash inflows and outflows by main activities, which are formed according to the classical scheme: from operating, investment and financial activities. As a result of this comparison, the author identified five types of state of the aviation enterprise, which characterize the efficiency or inefficiency of its business model: persistently depressed, depressed, stagnant, unstable and efficient. Based on this, the author has developed a list of strategic (corrective) actions for each type of business model. The author proves that different operating business units of the same business model can be at different stages of maturity, which affects the effectiveness of decisions. Thus, the author formulates the tasks and criteria for controlling the results of the business model at different stages of the individual business units. The author's strategic vision and strategic analysis of the business environment are the basis for developing a strategy for competitive development of the business model. The article describes the controlling tools that the author considers appropriate to use in the development and implementation of a business model for the formation of the competitiveness of the aviation enterprise according to the PDSA method. Based on the above developments, the author has formed a process-oriented model of controlling the efficiency of the aviation enterprise in order to ensure the competitiveness of its business model in competitive markets.

Key words: controlling, monitoring, business model, business process, controlling tools, aviation enterprise, competitive markets.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

Білик Вікторія Вікторівна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри педагогічних наук, освітнього і соціокультурного менеджменту, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Бойченко Катерина Степанівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри бізнес-економіки та підприємництва, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Вещепура Наталія Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних відносин, Київський національний університет культури і мистецтв

Галюк Ірина Богданівна – кандидат економічних наук, доцент, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Гасва Любов Іванівна – кандидат хімічних наук, доцент, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Гірна Ольга Богданівна – кандидат економічних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

Григорчук Тарас Васильович – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри шоу-бізнесу, Київський національний університет культури і мистецтв

Гриценко Наталя Валеріївна – кандидат економічних наук, доцент, Український державний університет залізничного транспорту

Грицьков Євгеній Володимирович – кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва та бізнес адміністрування, Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Детгярєва Ольга Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, Одеський національний економічний університет

Дехтяр Надія Анатоліївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Джгуташвілі Наталія Миколаївна – аспірантка кафедри маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі; викладач, Київський державний коледж туризму та готельного господарства

Довганик Надія Михайлівна – кандидат історичних наук, доцент кафедри політичних технологій, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Заяць Олена Іванівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет»

Іваненко Валентина Василівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин, Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Іжболдіна Олена Олександрівна – кандидат сільськогосподарських наук, доцент, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Карамушка Олександр Миколайович – кандидат економічних наук, доцент, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Кісь Галина Романівна – кандидат економічних наук, доцент, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Кобилюх Оксана Ярославівна – старший викладач кафедри маркетингу і логістики, Національний університет «Львівська політехніка»

Кондратенко Наталія Дмитрівна – доцент кафедри міжнародного бізнесу і економічної теорії, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Король Марина Михайлівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, заступник декана факультету міжнародних економічних відносин з наукової роботи, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Кравченко Микола Володимирович – кандидат економічних наук, доцент, Дніпровський державний аграрно-економічний університет

Куделя Вікторія Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, Український державний університет залізничного транспорту

Лісовська Лідія Степанівна – кандидат економічних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

Лесюк Альона Станіславівна – здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії, Полтавська державна аграрна академія

Легостаєва Олена Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародного бізнесу та економічної теорії, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Максимова Олена Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент, Криворізький національний університет

Максимов Сергій Володимирович – кандидат економічних наук, доцент, Криворізький національний університет

Малахова Марія Дмитрівна – аспірантка кафедри економіки та економічної кібернетики, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Павлова Рімма Кимівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин, Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського

Пістунів Ігор Миколайович – доктор технічних наук, професор, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Побережна Заріна Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та бізнес-технологій, Національний авіаційний університет

Полякова Юлія Володимирівна – доктор економічних наук, доцент, Львівський торговельно-економічний університет

Присяжнюк Анна Юріївна – кандидат економічних наук, доцент, Київський національний торговельно-економічний університет

Степанов Андрій Валерійович – старший викладач, Львівський торговельно-економічний університет

Чалюк Юлія Олексіївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри соціології, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Чіп Людмила Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії, Полтавська державна аграрна академія

Шайда Оксана Євдокимівна – кандидат економічних наук, доцент, Національний університет «Львівська політехніка»

Юсифова Кямаля Халил – диссертант кафедри «Маркетинг и туризм», Кооперативный университет

НОТАТКИ

Науковий журнал

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В.І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Економіка і управління

**Том 31 (70). № 4, 2020
Частина 1**

Коректура • *О. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *В. Удовиченко*

Адреса редакції:

Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського
м. Київ, вул. Івана Кудрі, 33

Телефон редакції: +38 (095) 430 01 12

Електронна пошта: editor@econ.vernadskyjournals.in.ua

Сторінка журналу: www.econ.vernadskyjournals.in.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 19,14. Ум. друк. арк. 20,23.

Підписано до друку 27.08.2020. Замов. № 0820/222. Наклад 150 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»

03150, м. Київ, вул. Велика Васильківська, 74, оф. 7

Телефони: +38 (048) 709 38 69, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.