

ISSN 2522-1256 (Print)

ISSN 2522-1264 (Online)

ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ

Збірник наукових праць

ВИПУСК 26

ЛЬВІВ

ВИДАВНИЦТВО ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

2020

Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Куцик П. О., Апопій В. В., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2020. – Вип. 26. – 118 с.

**Збірник наукових праць
Випуск 26**

Збірник наукових праць «Торгівля, комерція, підприємництво» перейменовано у збірник наукових праць «Підприємництво і торгівля».

Згідно з наказом МОН України № 1643 (Додаток 4) від 28.12.2019 збірник включено до Переліку наукових фахових видань України категорії «Б».

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого ЗМІ від 07.06.2016 р. Серія КВ № 22163-12063 ПР.

Друкується за ухвалою Вченої ради Львівського торговельно-економічного університету. Протокол засідання Ради № 11 від 02 липня 2020 року.

Редакційна колегія:

Куцик Петро Олексійович, д.е.н., проф. (головний редактор);

Апопій Віктор Володимирович, д.е.н., проф. (заступник головного редактора);

Семак Богдан Богданович, д.е.н., проф. (заступник головного редактора);

Мельник Ірина Миколаївна, д.е.н., доц. (відповідальний секретар);

Ааронсон Е. Вільям, Ph.D, As.Pr. (США);

Балабан Петро Юрійович, к.е.н., проф.;

Васильців Тарас Григорович, д.е.н., проф.;

Виноградова Олена Володимирівна, д.е.н., проф.;

Господаровіч Анджей, Dr.hab., As.Pr. (Республіка Польща);

Дайновський Юрій Анатолійович, д.е.н., проф.;

Єлейко Василь Іванович, д.е.н., проф.;

Копилюк Оксана Іванівна, д.е.н., проф.;

Лебедева Світлана Миколаївна, д.е.н., проф. (Республіка Білорусь);

Лігоненко Лариса Олександрівна, д.е.н., проф.;

Мізіук Богдан Михайлович, д.е.н., проф.;

Міщук Ігор Пилипович, д.е.н., проф.;

Мокій Анатолій Іванович, д.е.н., проф.;

Редченко Костянтин Іванович, д.е.н., проф.;

Трут Ольга Олексіївна, д.е.н., доц.;

Черкасова Світлана Василівна, д.е.н., проф.;

Шавга Лариса Афанасіївна, д.е.н., проф. (Республіка Молдова);

Шевчук Віктор Олексійович, д.е.н., проф.

Відповідальний за випуск – д.е.н., проф. Семак Б. Б.

Видання індексується у наукометричних базах:

Ulrich's Periodicals, Index Copernicus, Google Scholar, World Cat

DOI: 10.36477/2522-1256

DOI: 10.36477/2522-1256-2020-26

Електронна сторінка видання: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi>



ЗМІСТ

Kalaytan T. V., Buskiuniene O., Ignataviciute D. ROZWÓJ ANALIZY DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ W WARUNKACH DIGITALIZACJI GOSPODARKI.....	5
Білецька Н. В., Транченко Л. В., Яворська В. В., Транченко О. М., Мазур Г. О. РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ.....	10
Гурман О. М. ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ЛІДЕРСТВА В МАЛОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ УКРАЇНИ.....	18
Дайновський Ю. А., Гліненко Л. К., Вовчанська О. М. КОМУНІКАТИВНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЕКОІННОВАЦІЙ.....	25
Зайченко В. В. ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ.....	31
Калайтан Т. В. ФАКТОРНІЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ДОХОДНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	37
Ліпич Л. Г. ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ В ТЕХНОЛОГІЧНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	45
Лунак Р. Л., Сакаль М. М., Тарасенко Д. Л. ЗМІСТОВО-ТИПОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНКУРЕНЦІЇ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	51
Мислюк В. С. ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	60
Ніколайчук Л. Г., Бобуська-Дьєрдь Х. В. ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ ТЕХНІЧНИХ ПАРАМЕТРІВ ТА ОЗНАКИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ.....	68
Ощипок І. М. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ КУРИЛЬНИХ ПРИСТРОЇВ ТА КАЛЬЯНУ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	76
Ситник О. Ю., Смутчак З. В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ: СКЛАДНИКИ І НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ.....	82
Титарчук І. М. АНАЛІЗ БЮДЖЕТНИХ ПРОГРАМ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....	87
Ткач О. Л. ОСОБЛИВОСТІ ВИБІРКОВОГО МЕТОДУ В АУДИТІ	98
Чуй І. Р., Власюк Н. І. СИСТЕМА МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДОХОДНО-ПРИБУТКОВИХ ПОДАТКІВ.....	103
Шалева О. І. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ТИПІЗАЦІЇ, СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНІВ.....	109

CONTENTS

Kalaitan T. V., Buckiuniene O. K., Ignataviciute D. ADVANCEMENT OF BUSINESS ANALYSIS IN THE ECONOMY DIGITALIZATION CONDITIONS.....	5
Biletska N. V., Tranchenko L. V., Yavorska V. V., Tranchenko O. M., Mazur G. O. DEVELOPMENT OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY IN UKRAINE.....	10
Hurman O. M. GENDER ASPECTS OF LEADERSHIP IN SMALL ENTREPRENEURSHIP OF UKRAINE.....	18
Daynovskyy Yu. A., Hlinenko L. K., Vovchanska O. M. COMMUNICATION AND MARKETING ASPECTS OF ECO-INNOVATIONS.....	25
Zaychenko V. V. INSTRUMENTS OF THE STATE POLICY OF TECHNOLOGY TRANSFER REVITALIZATION AND INTELLECTUAL PROPERTY MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	31
Kalaitan T. V. FACTOR ANALYSIS IN THE MANAGEMENT OF HOTEL BUSINESS ENTERPRISES PROFITABILITY.....	37
Lipych L. H. INSTITUTIONAL ENVIRONMENT IN TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE.....	45
Lupak R. L., Sakal M. M., Tarasenko D. L. CONTENT AND TYPOLOGICAL CHARACTERISTICS OF COMPETITION THROUGH THE PRISM OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE.....	51
Mysyliuk V. S. THE EVALUATION OF INNOVATIVENESS OF UKRAINIAN ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF STUDY OF THE STATE AND PROBLEMS OF CORPORATE ENTREPRENEURSHIP.....	60
Nikolaichuk L. G., Bobuska-Dierd Kh. V. QUALITY REQUIREMENTS FOR TECHNICAL PARAMETERS AND SIGNS OF IDENTIFICATION OF INDIVIDUAL VEHICLES.....	68
Oshchypok I. M. MODERN APPROACHES TO THE USE OF ELECTRONIC SMOKING DEVICES AND HOOKAHS IN THE RESTAURANT BUSINESS.....	76
Sytnyk O. Y., Smutchak Z. V. COMPETITIVENESS OF PERSONNEL: COMPONENTS AND DIRECTIONS FOR INCREASING.....	82
Tytarchuk I. M. ANALYSIS OF BUDGET PROGRAMS IN THE AGRICULTURAL SECTOR.....	87
Tkach O. L. PECULIARITIES OF AUDIT SAMPLING.....	98
Chuy I. R., Vlasyuk N. I. SYSTEM OF METHODOLOGICAL SUPPORT FOR EVALUATION OF INCOME&PROFIT TAXES EFFECTIVENESS.....	103
Shaleva O. I. MODERN APPROACHES TO TYPIZATION, STANDARDIZATION AND INFORMATIZATION OF BUSINESS PLANS.....	109

УДК 657.1

Kalaytan T. V.

kalaitantv@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4774-4990

Researcher ID: F-5828-2019

Kandydat nauk ekonomicznych,

profesor nadzwyczajny, profesor wydziału audytu, analizy i podatków,

Lwowski Uniwersytet Handlu i Ekonomii, Lwów

Buckiuniene O.

o.buckiuniene@ekf.viko.lt, ORCID ID: 0000-0001-5485-7331

Researcher ID: N-7845-2018

Wykładowca wydziału finansów, Kolegium Wileńskie / Uniwersytet Nauk Stosowanych, Wilno, Litwa

Ignataviciute D.

d.ignataviciute@ekf.viko.lt, ORCID ID: 0000-0003-1081-887X

Researcher ID: AAT-8575

Wykładowca wydziału ekonomii, informatyki biznesowej, rachunkowości komputerowej,

Kolegium Wileńskie / Uniwersytet Nauk Stosowanych, Wilno, Litwa

ROZWÓJ ANALIZY DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ W WARUNKACH DIGITALIZACJI GOSPODARKI

Adnotacja. Artykuł omawia problemy metodologicznych podstaw analizy działalności gospodarczej. Szczególną uwagę zwraca się na badanie ekonomicznej analizy innowacji, znaczenie której w warunkach cyfryzacji ukraińskiej gospodarki znacznie rośnie. Najważniejszym zadaniem metodologicznym jest stworzenie aparatu kategoriowego, atrybutów naukowych, specyficznych metod analizy ekonomicznej działalności innowacyjnej. Ustalono, że należy poprawić metodologię analizy ekonomicznej, ponieważ nowoczesne warunki funkcjonowania zaawansowanych obszarów i działań wymagają naukowego i metodologicznego wsparcia zarządzania na mikro i makro poziomach. Udowodniono potrzebę dalszego rozwoju teoretycznych i stosowanych zmian w dziedzinie analizy ekonomicznej. W ostatnich latach potrzeba ta wynika z wniosków podmiotów gospodarczych prowadzących działalność gospodarczą, którzy są zainteresowani wykorzystaniem naukowo uzasadnionych metod finansowej i ekonomicznej analizy do celów komercyjnych. Ustalono, że jednym ze składników strategicznego innowacyjnego rozwoju Ukrainy jest gospodarka cyfrowa, która stanowi zachętę do pojawienia się nowego rodzaju ekonomicznej analizy – innowacyjnej. To powinno zapewnić wsparcie informacyjne dla realizacji innowacyjnych programów rozwoju na makro i mikro poziomach zarządzania. Tworzenie innowacyjnej analizy przewiduje tworzenie określonych atrybutów naukowych, definicje podstawowych pojęć, metod. Ponadto system metod i technik innowacyjnej analizy znacznie różni się od tradycyjnych narzędzi analizy ekonomicznej, ponieważ w większości przypadków obiekt zarządzania jest unikalny w swoim rodzaju, a obiekt innowacyjnego projektu z reguły nie ma analogii.

Słowa kluczowe: digitalizacja gospodarki, analiza działalności gospodarczej, metodologia ekonomicznej analizy innowacji.

Kalaitan T. V.

kalaitantv@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4774-4990

Researcher ID: F-5828-2019

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Audit, Analysis and Taxation, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Buckiuniene O. K.

o.buckiuniene@ekf.viko.lt, ORCID ID: 0000-0001-5485-7331

Researcher ID: N-7845-2018

Lecturer, Vilniaus Kolegija / University of Applied Sciences, Vilnius, Lithuania

Ignataviciute D.

d.ignataviciute@ekf.viko.lt, ORCID ID: 0000-0003-1081-887X

Researcher ID: AAT-8575

Lecturer,

Vilniaus Kolegija / University of Applied Sciences, Vilnius, Lithuania

ADVANCEMENT OF BUSINESS ANALYSIS IN THE ECONOMY DIGITALIZATION CONDITIONS

Abstract. *The article examines advancement of the business analysis methodological foundations. Particular attention is paid to the study of the innovation business analysis formation, the relevance of which in the digitalization of the Ukrainian economy is significantly enhanced. The formation of a categorical apparatus, scientific attributes, specific methods of innovation business analysis is the most important methodological task. It is determined that the methodology of business analysis needs to be improved, since modern conditions for the functioning of advanced areas and activities require scientific and methodological support for management at micro and macro levels of management. The necessity of further advancement of theoretical and applied developments in the field of business analysis is proved. In recent years, this need is due to the requests of business entities of economic activity who are interested in using scientifically sound methods of financial and economic analysis for commercial purposes. It is determined that the strategy of innovative advancement of Ukraine, one of which is the digital economy, is an incentive for the emergence of a business analysis new type – innovation. It should provide information support for the implementation of innovative advancement programs at the macro and micro levels of management. The formation of innovative analysis involves the creation of specific scientific attributes, the definition of basic concepts, methods. Moreover, the system of methods and techniques of innovative analysis is significantly different from the traditional tools of economic analysis, since in most cases the control object is unique in its kind, and the innovative project subject, as a rule, does not have analogues.*

Key words: economy digitalization, business analysis, innovation business analysis techniques.

JEL Classification: M41

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-01>

Opis problemu. Najważniejszym zadaniem o charakterze metodologicznym jest kształtowanie atrybutów naukowych aparatu pojęciowego, systemu określonych metod i technik innowacyjnej analizy ekonomicznej.

Metodologia analizy ekonomicznej jest ciągle doskonalona pod wpływem zmieniających się warunków funkcjonowania podmiotów gospodarczych, powstawania nowych obszarów i rodzajów działalności gospodarczej. Współczesne trendy w zakresie innowacyjnego rozwoju ukraińskiej gospodarki aktualizują potrzebę opracowania odpowiednich narzędzi zarządzania, naukowych narzędzi metodologicznych do wdrażania różnych funkcji zarządczych innowacyjnych firm, wysokiej jakości informacji i wsparcia analitycznego, które spełnia wymagania gospodarki cyfrowej.

Analiza najnowszych badań i publikacji. Analiza ekonomiczna, jak każda inna nauka, charakteryzuje się przede wszystkim takimi podstawowymi atrybutami, jak przedmiot, metoda, aparat koncepcyjny, które określają jej istotę, cel i cele. Analiza ekonomiczna jako najważniejsza dziedzina nauk ekonomicznych i jako dziedzina praktycznej działalności rozwija się w dwóch głównych kierunkach.

Pierwszy kierunek wynika z obecnej potrzeby udoskonalenia klasycznej teorii analizy ekonomicznej opracowanej przez zagranicznych i krajowych naukowców, poczynając od założycieli ekonomii politycznej A. Smitha [9], D. Ricardo [8], J. Schumpetera [12] i ich zwolenników, którzy opracowali analityczny kierunek badań ekonomicznych, N. Weizman [3], I. Sholomovich [11], M. Bakanov [1], A. Sheremet [1], S. Barngolts [2]. Udoskonalenie klasycznego analitycznego kierunku badań ekonomicznych znalazło swoje odzwierciedlenie w licznych pracach współczesnych naukowców krajowych [6; 15].

Drugi kierunek wiąże się z pojawieniem się nowych rodzajów analiz ekonomicznych, które są poszukiwane przez praktykę – różnymi funkcjami zarządzania przedsiębiorstwami nowych branż i rodzajów działalności gospo-

darczej, których przykładem jest analiza inwestycji, analiza marży [14; 18].

Działalność praktyczna poprzedza formowanie się nowego kierunku naukowego w stosowanej dziedzinie wiedzy ekonomicznej, podczas którego rozbieżne obserwowane obiekty, kumulują się jako zbiór danych empirycznych, prowadzą do konieczności opracowania specjalnego wsparcia metodologicznego, naukowego uzasadnienia praw rozwoju badanych procesów i zjawisk, typów, doskonalenie narzędzi badań ekonomicznych.

Ustalenie zadania. Działalność innowacyjna, która charakteryzuje się strategicznym wektorem rozwoju, ma ogromne znaczenie zarówno dla pojedynczych innowacyjnych przedsiębiorstw, jak i dla całej gospodarki; dlatego naukowa baza instrumentalna do strategicznego prognozowania wyników innowacji jest szczególnie ważna dla osiągnięcia niezbędnego efektu ekonomicznego na poziomie mikro, mezo i makro zarządzania.

Deklaracja głównego materiału badawczego. Zarządzanie innowacjami jest niemożliwe bez tworzenia i efektywnego funkcjonowania systemu informacji finansowej, gospodarczej i innych. Szczególnie istotne są zadania informacji i wsparcia analitycznego dla innowacyjnych projektów i ich realizacji, począwszy od fazy zasadniczego rozwoju naukowego, a kończąc na komercjalizacji procesu produkcji innowacyjnych produktów, usług i technologii. W związku z tym zadanie poprawy fundamenty naukowego analizy ekonomicznej i praktykę korzystania jego osiągnięciami w zarządzaniu innowacyjnego biznesu mają bez wątpienia znaczenie.

Ważną zachętą do rozwoju nauk ekonomicznych w ogóle, w szczególności analizy ekonomicznej, jest strategia rozwoju gospodarczego opracowana przez najwyższe kierownictwo kraju. Systemowe podejście do zwiększania personelu, zdolności intelektualnych, możliwości technologicznych Ukrainy w dziedzinie gospodarki cyfrowej są odzwierciedlone w «Koncepcje rozwoju gospodarki cyfrowej i społeczeństwa Ukrainy na lata 2018-2020» [7],

na krótko przed zatwierdzeniem której opracowano bardzo ważny dokument – «Strategia rozwoju społeczeństwa informacyjnego na Ukrainie» [10], w którym określono cele, zadania i środki wdrażania polityk krajowych i zagranicznych w dziedzinie technologii informatycznych.

Jak wynika ze «Strategii rozwoju społeczeństwa informacyjnego na Ukrainie», istotną rolę odgrywa reforma dziedziny analitycznej i cyfrowej związana z utworzeniem zasadniczo nowego skutecznego systemu informacyjnego do zarządzania gospodarką na wszystkich poziomach [10]. Potwierdzeniem wyłączności funkcji księgowych, analitycznych i kontrolnych zarządzania jest opinia autorytatywnego naukowca i praktyka nowoczesnego zarządzania P.F. Drucker (amerykański naukowiec, ekonomista), który, zwracając uwagę na znaczenie wiarygodnej bazy informacyjnej dla zarządzania przedsiębiorstwem, wyraził następującą opinię: «Nie można zarządzać tym, czego nie można zmierzyć» [17].

W ostatnich latach odbyły się różne dyskusje na temat przyszłości zawodu księgowego i analitycznego, opinie poszczególnych uczestników bardzo dalekie od praktyki, sprowadzają się do tego, że nie ma ten zawód przyszłości. Wraz z przyjęciem Strategii Rozwoju staje się oczywiste, że jednym z głównych zadań w jej realizacji jest właśnie cyfryzacja gospodarki, do której bezpośrednio zwracają się przedstawiciele różnych zawodów, w tym, a być może przede wszystkim specjaliści z zakresu rachunkowości i analizy.

Na poparcie tego należy zacytować termin «gospodarka cyfrowa» sformułowany w Koncepcji: «gospodarka cyfrowa oznacza działalność, w której głównymi środkami (czynnikami) produkcji są dane cyfrowe (elektroniczne, wirtualne), zarówno liczbowe, jak i tekstowe. Gospodarka cyfrowa opiera się na informacji i komunikacji oraz technologii cyfrowej, których szybki rozwój i rozpowszechnienie już wpływa na tradycyjną gospodarkę (fizyczno-analogową), przekształcając ją z gospodarki zużywającej zasoby w gospodarkę tworzącą zasoby. Dane są kluczowym zasobem gospodarki cyfrowej, są generowane i zapewniają komunikację elektroniczną ze względu na działanie elektronicznych urządzeń cyfrowych, narzędzi i systemów» [7].

W odniesieniu do działalności zawodowej księgowych i analitycznych, możliwe jest wyjaśnienie pojęcia gospodarki cyfrowej na poziomie podmiotów gospodarczych, uznając ją jako systemu digitalizacji, kodowania i zamawiania zrealizowanych i planowanych działań prowadzonych przez podmioty wewnętrzne i zewnętrzne w stosunku do działalności gospodarczej organizacji (przedsiębiorstwa), o wysokiej jakości informacyjnej i analitycznego wsparcia wszystkich funkcji zarządzania mających na celu osiągnięcie optymalnego poziomu efektywności swoich działań.

Gospodarka cyfrowa powinna się przede wszystkim rozwijać dzięki aktywizacji innowacyjnego kierunku, rozwojowi, wdrażaniu i komercjalizacji innowacyjnych produktów. Obecnie szeroko stosowane są różne wskaźniki oceny skuteczności poszczególnych obszarów innowacji. Jednym z takich wskaźników jest Globalny Indeks Innowacji, opracowany przez Światową Organizację Własności Intelektualnej (SOWI), który jest obliczany na podstawie oceny działalności innowacyjnej w gospodarkach 129 krajów. Aby zmierzyć rating, oblicza się 80 wskaźników, obejmujących w największym stopniu innowacje, w tym klimat gospodarczy, społeczny i polityczny w kraju, poziom edukacji, infrastrukturę i złożoność prowadzenia działalności gospodarczej. Według tej oceny za 2019 r. (Global Innovation Index 2019), Szwajcaria jest uznawana za naj-

bardziej innowacyjny kraj, a następnie Stany Zjednoczone, Holandia i Wielka Brytania. Ukraina zajmuje 47 miejsce. W 2018 roku zajmowała 43 pozycję. Według tej samej oceny Ukraina w 2019 r. zajmuje 32 miejsce wśród 39 krajów w Europie [16]. Litwa znajduje się w światowym rankingu 2019 r. – 38 miejsce. Łotwa – 34 miejsce, Estonia – 24 miejsce.

Globalny Indeks Innowacji jasno określa mocne i słabe strony warunków, w taki czy inny sposób wpływający na działalność innowacyjną w kraju, odzwierciedla najważniejsze parametry innowacyjnego rozwoju, na które istotny wpływ ma poziom upowszechniania wiedzy, rozwój sfery edukacyjnej, aktywność badań naukowych, kapitał ludzki. Jeśli w naszym kraju nie ma problemów z potencjałem naukowym i edukacyjnym, wówczas słabości w dziedzinie innowacyjnej przedsiębiorczości, szczególnie w zakresie inwestowania w innowacyjne działania, są oczywiste.

W ostatnim dziesięcioleciu nasze państwo podejmowało próby aktywizacji innowacyjnego kierunku rozwoju gospodarczego starało się zintensyfikować innowacyjny kierunek rozwoju gospodarczego, jednak w celu przyciągnięcia wystarczających inwestycji w tym obszarze potrzebne są realistyczne argumenty dotyczące korzyści ekonomicznych udziału kapitału w opracowywaniu i wdrażaniu innowacji. Według Państwowej Służby Statystycznej Ukrainy poziom innowacyjnej działalności organizacji w kraju w ostatnich latach ma tendencję do zmniejszania się. Jeśli więc w 2018 r. udział przedsiębiorstw, które wdrożyły innowacje, wyniósł 15,6%, następnie w 2019 r. liczba ta spadła do 13,8% [4].

Za mało aktywności organizacji przy wdrażaniu innowacji wiąże się z dużym stopniem niepewności zwrotu z inwestycji i znacznym ryzykiem straty finansowej. Brak informacji opartej na dowodach i wsparcia metodycznego do przewidywania skuteczności innowacyjnych projektów znacznie hamuje napływ zasobów i kapitału do sfery wysokiego ryzyka.

Według prawa Ukrainy «O priorytetowych kierunkach działalności innowacyjnej na Ukrainie», przyjętym w 2012 r. określono kurs innowacyjnego rozwoju kraju obejmującego wiele dziedzin działalności, zarejestrowane środki w celu wspierania małych innowacyjnych przedsiębiorstw, form promocji młodych naukowców i wynalazców [5]. Wzgodnie z opublikowanym w 2018 r. dokumentem – «Oslo Manual» (Zalecenia dotyczące gromadzenia i analizy danych dotyczących innowacji przygotowany przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OWGR) oraz Eurostatu, są w ciągłym procesie doskonalenia) [19], zostały opracowane nowe formy sprawozdawczości statystycznej na temat innowacji, zbliżone do międzynarodowych standardów pomiaru działalności innowacyjnej. Pomimo działań podjętych przez nasze państwo w celu zintensyfikowania innowacji, jak dotąd nie zaobserwowano żadnej poprawy.

Działalność innowacyjna oznacza wykorzystanie unikalnych zasobów i ocenę ich skuteczności, oprócz «wykonalności finansowej należy wziąć pod uwagę podstawową nowość, patent i licencjonowaną czystość wykonalności, priorytet innowacji, oraz konkurencyjność wprowadzanych innowacji» [17]. Na początku XX wieku klasyk analizy ekonomicznej J. Schumpeter zidentyfikował pięć typowych zmian w przedsiębiorstwie, które są oznakami innowacyjnego kierunku rozwoju [13], a jego koncepcja stanowiła podstawę «Oslo Manual» [19]:

- wykorzystanie nowego sprzętu, nowych procesów technologicznych lub nowych rynków wsparcia produkcji;
- wprowadzenie produktów o nowych właściwościach;
- wykorzystanie nowych surowców;
- zmiany w organizacji produkcji i jej logistyce;
- pojawienie się nowych rynków.

J. Schumpeter przedstawił koncepcję ekonomiczną «*innowacja*» i zdefiniował ją jako «*nową kombinację czynników produkcji połączonych przez ducha przedsiębiorczości*» [13]. Według J. Schumpetera to innowacje napędzają gospodarkę do przodu, na ich podstawie powstają zasadniczo nowe produkty, technologie, metody produkcji, marketing i organizacja miejsc pracy, które nie mają odpowiedników.

Należy zauważyć, że analiza ekonomiczna, na długo przed przyjęciem przez kierownictwo kraju innowacyjnej strategii i programu gospodarki cyfrowej, została uzupełniona o nowe rodzaje, metody i środki do realizacji pilnych zadań związanych z innowacyjnym kierunkiem rozwoju gospodarczego.

Innowacyjna analiza ekonomiczna, wymagana na początkowym, późniejszym i końcowym etapie cyklu procesu innowacji, przyczynia się do formowania celów innowacji, opracowywanie i monitorowanie wysokiej jakości wdrażania innowacyjnej strategii, pozwala połączyć wszystkie niezbędne informacje cyfrowe w jednym obwodzie.

Integracja innowacyjnej analizy ekonomicznej z ogólnym systemem zarządzania innowacjami pozwala nam dostarczać zarządowni firmy niezbędnych informacji o jakości, których głównymi wymaganiami są obiektywność, jedność, wydajność, racjonalność.

Utworzenie nowego kierunku analizy ekonomicznej (innowacji) polega na stworzeniu określonych atrybutów naukowych, definicji podstawowych pojęć określających obwód przedmiotu, celów, obiektów i metod badawczych.

Przed wszystkim warto zdefiniować najbardziej innowacyjną analizę ekonomiczną: innowacyjna analiza ekonomiczna jest funkcją zarządzania, która kształtuje dla użytkowników wewnętrznych i zewnętrznych sformalizowany systemowy pogląd na strategiczne i bieżące parametry finansowe, ekonomiczne i inne działalności innowacyjnej podmiotów gospodarczych, przyczyniając się do wzrostu konkurencyjności i maksymalizacji wartości rynkowej innowacyjnej firmy.

Problem podejmowania decyzji w zakresie zarządzania innowacjami jest jednym z głównych problemów współczesnej teorii i praktyki zarządzania. Innowacyjna analiza ekonomiczna w dużym stopniu pozwala zminimalizować poziom niepewności, przyczyniając się do stworzenia wysokiej jakości wsparcia informacyjnego wykorzystującego nie tylko dane ilościowe, ale także wskaźniki jakościowe, potwierdzające referencyjne cechy kontrolowanych wskaźników działalności innowacyjnej i jej skuteczności.

Cechą systemu informacyjno-analitycznego do zarządzania działalnością innowacyjną jest wykorzystanie całego kompleksu metod: tradycyjnych metod statystycznych, ekonomiczno-matematycznych i specyficznych metod prognozowania parametrów skuteczności działalności innowacyjnej. Ponadto system metod i technik analizy innowacyjnej znacznie różni się od tradycyjnych narzędzi analizy ekonomicznej, ponieważ w większości przypadków obiekt zarządzania jest unikalny w swoim rodzaju, a przedmiot innowacyjnego projektu z reguły nie ma odpowiedników. Dlatego też, jeśli chodzi o stosowanie metod

analizy, na pierwszy plan wysuwane jakościowe, oparte na ocenach ekspertów, które należy przekształcić w mierniki ilościowe w celu uzyskania danych parametrycznych i włączenia ich do ogólnego systemu cyfrowej identyfikacji obiektów, procesów, czynników i konsekwencji ich wpływu na poziom skuteczność innowacji.

Klasyczne metody analizy ekonomicznej w analizie innowacyjnej są uzupełnione takimi jak symulacja, drzewo decyzyjne, analiza wrażliwości, metoda skupień, metoda zbiorów rozmytych, metoda równoważna, metoda scenariuszowa, metody regresji korelacji i dyspersji, metody probabilistyczne, metoda analogowa, analiza SWOT, analiza PEST, analiza SNW, analiza R, metody heurystyczne itp.

Wyzwaniem związanym z innowacyjną analizą ekonomiczną jest stworzenie systemu wskaźników i parametrów osiągniętego i przyszłego charakteru wpływu czynników wewnętrznych i zewnętrznych na skuteczność działań innowacyjnych. W tym względzie szczególną uwagę należy zwrócić na proces potwierdzania referencyjnych cech porównawczych, który często staje się nierozwiązywalnym problemem ze względu na brak analogów innowacyjnych produktów będących przedmiotem innowacyjnych projektów.

Innowacyjna analiza ekonomiczna polega na stworzeniu całkowicie nowego modelu informacyjnego z wykorzystaniem nowoczesnych technicznych i technologicznych środków gromadzenia i przetwarzania danych, których funkcjonowanie powinno opierać się na zasadzie «*łączności*». Realizacja zasady łączności w praktyce zarządzania przepływem informacji jest niezwykle trudne, ponieważ zakłada zasadniczo inną podstawę metodologiczną, na której obecnie opierają się systemy informacyjne obsługujące biznes. Wdrożenie systemu zarządzania informacją oparte na zasadzie łączności ma kilka zalet, które pozwalają:

- połączyć wszystkie funkcje zarządzania przedsiębiorstwem w jeden obwód kaskady informacyjnej;
- niezwłocznie otrzymywać informacje sprawozdawcze dla kierownictwa na dowolnym poziomie z niezbędnym stopniem periodyzacji, szczegółowości, agregacji;
- prowadzić codzienny monitoring wdrażania niezbędnych wskaźników biznesplanu i zgodności z wewnętrznymi standardami z danym poziomem szczegółowości w kontekście funkcji zarządzania, procesów biznesowych, z dekodowaniem nie tylko odchyleń, ale także mierzenie wpływu czynników na skuteczne wskaźniki oceny;
- uzasadnić system wewnętrznych przepisów i standardów dotyczących wykorzystania wszystkich zasobów przedsiębiorstwa do tworzenia realistycznych, strategicznych, bieżących, operacyjnych budżetów ze wzajemnie powiązanymi wskaźnikami;
- dokonać szybkiej korekty wpływu podmiotów podsystemu zarządzającego (kierowników i menedżerów) na obiekty podsystemu zarządzanego itp.

Wnioski i perspektywy dalszych badań w tym kierunku. Badanie innowacyjnych procesów na Ukrainie i za granicą wykazało, że ich aktywacja zależy w dużej mierze od możliwości opracowania i wdrożenia narzędzi metodologicznych dla systemu wysokiej jakości informacji i wsparcia analitycznego dla funkcji kierowniczych na wszystkich etapach innowacyjnego procesu. Innowacyjna analiza ekonomiczna jako nowy kierunek rozwoju nauki i praktyki przyczynia się do stworzenia podstawy metodologicznej do utworzenia kompleksu informacyjno-analitycznego zapewniającego skuteczne zarządzanie działaniami innowacyjnymi.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баканов М. И., Мельник М. В., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа. Москва : Финансы и статистика, 2005. 536 с.
2. Барнгольц С. Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности на современном этапе развития. Москва : Финансы и статистика, 1984. 214 с.
3. Вейцман Н. Р. Анализ хозяйственной деятельности предприятия по данным учета. Москва : В/О Союзоргучет, 1938. 228 с.
4. Впровадження інновацій на промислових підприємствах. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/ni/vpr_ipp/vpr_ipp_u.htm
5. Закон України “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні” від 8 вересня 2011 року № 3715-VI, Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text>
6. Калайтан Т. В. Організація обліку та аналізу фінансових результатів за центрами відповідальності в умовах трансфертного ціноутворення. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна*. 2015. Вип. 47. С. 47–53.
7. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Схвалена розпорядженням КМУ від 17 січня 2018 р. № 67-р, Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>
8. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Москва : ЭКСМО, 2016. 960 с.
9. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Москва : ЭКСМО, 2007. 960 с.
10. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні. Схвалена розпорядженням КМУ від 15 травня 2013 р. № 386-р, Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80#Text>
11. Шоломович И. А. Анализ хозяйственной деятельности промышленного предприятия. Москва : Госфиниздат, 1949. 200 с.
12. Шумпетер Й. А. История экономического анализа. В 3 т. Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2004. 1670 с.
13. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Москва : Прогресс, 1982. 455 с.
14. Шурпенкова Р. К. Організація аналізу інвестиційної діяльності на підприємстві та критерії прийняття рішень. *Вісник Української академії банківської справи НБУ. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2014. Вип. 38. С. 298–305.
15. Шурпенкова Р. К. Організація економічного аналізу на підприємстві. *Вісник Української академії банківської справи НБУ. Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України*. 2009. Вип. 25. С. 150–157.
16. Global Innovation Index 2019. World Intellectual Property Organization. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/ua.pdf
17. Drucker P. Management: Tasks, Responsibilities, Practices, Truman Talley Books / E.P. Dutton. 1986, p. 553.
18. Features and scope of application of the ABC analysis in the controlling system of restaurant industry / T. V. Kalaitan, S. V. Cherkasova, O. O. Druhov, N. B. Yaroshevych // *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 4. № 31. P. 196–207.
19. Oslo Manual 2018. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, OECD / EUROPEAN UNION 2018. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264304604-en.pdf?expires=1593253344&id=id&accname=guest&checksum=8C5F152BE73A0A58C54BD4EF751E6D2D>

REFERENCES

1. Bakanov, M. Y., Mel'nyk, M. V. and Sheremet, A. D. (2005), *Teoriya ekonomycheskoho analiza*, Fynansy y statystyka, Moskva, 536 s.
2. Barnhol'ts, S. B. (1984), *Ekonomycheskyj analiz khoziajstvennoj deiatel'nosti na sovremennom etape razvyytiya*, Fynansy y statystyka, Moskva, 214 s.
3. Vejtsman, N. R. (1938), *Analiz khoziajstvennoj deiatel'nosti predpriyatya po dannym ucheta*, V/O Soiu-zorhuchet, Moskva, 228 s.
4. Vprovadzhennia innovatsij na promyslovykh pid-priemstvakh. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy: veb-sajt, available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/ni/vpr_ipp/vpr_ipp_u.htm
5. Zakon Ukrainy “Pro priorytetni napriamy innovatsijnoi diial'nosti v Ukraini” vid 8 veresnia 2011 roku № 3715-VI, Verkhovna Rada Ukrainy: veb-sajt, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text>.
6. Kalajtan, T. V. (2015), Orhanizatsiia obliku ta analizu finansovykh rezul'tativ za tsentramy vidpovidal'nosti v umovakh transfertnoho tsinoutvorennia, *Visnyk L'vivs'koi komert-sijnoi akademii*. Serii ekonomichna, vyp. 47, s. 47–53.
7. Kontsepsiia rozvytku tsyfrovoi ekonomiky ta suspil'stva Ukrainy na 2018-2020 roky. Skhvalena rozporiadzhenniam KМУ vid 17 sichnia 2018 r. № 67-r, Verkhovna Rada Ukrainy: veb-sajt, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>
8. Rykardo, D. (2016), *Nachala polytycheskoj ekonomy y nalohovoho oblozhenyia*, EKSMO, Moskva, 960 s.
9. Smyt A. (2007), *Yssledovanye o pryrode y pry-chynakh bohats'tva narodov*, EKSMO, Moskva, 960 s.
10. Stratehiia rozvytku informatsijnoho suspil'stva v Ukraini. Skhvalena rozporiadzhenniam KМУ vid 15 travnia 2013 r. № 386-r, Verkhovna Rada Ukrainy: veb-sajt, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80#Text>
11. Sholomovych, Y. A. (1949), *Analiz khoziajstvennoj deiatel'nosti promyshlennoho predpriyatya*, Hosfynyzdat, Moskva, 200 s.
12. Shumpeter, J. A. (2004), *Ystoryia ekonomycheskoho analiza*, v 3 t., *Ekonomycheskaia shkola*, Sankt-Peterburg, 1670 s.
13. Shumpeter, J. (1982), *Teoriya ekonomycheskoho razvytyia*, Prohress, Moskva, 455 s.
14. Shurpenkova, R. K. (2014), Orhanizatsiia analizu investytsijnoi diial'nosti na pidpriemstvi ta kryterii pryjniattia rishen', *Visnyk Ukrain's'koi akademii bankiv's'koi spravy NBU*. Problemy i perspektyvy rozvytku bankiv's'koi systemy Ukrainy, vyp. 38, s. 298–305.
15. Shurpenkova, R. K. (2009), Orhanizatsiia ekonomichnoho analizu na pidpriemstvi, *Visnyk Ukrain's'koi akademii bankiv's'koi spravy NBU*. Problemy i perspektyvy rozvytku bankiv's'koi systemy Ukrainy, vyp. 25, s. 150–157.
16. Global Innovation Index 2019. World Intellectual Property Organization: veb-sajt, available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/ua.pdf
17. Drucker P. (1986), *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*, Truman Talley Books, E.P. Dutton, p. 553.
18. Kalaitan, T. V., Cherkasova, S. V., Druhov, O. O. and Yaroshevych, N. B. (2019), Features and scope of application of the ABC analysis in the controlling system of restaurant industry, *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, vol. 4, № 31, p. 196–207.
19. Oslo Manual 2018. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, OECD / EUROPEAN UNION 2018, available at: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264304604-en.pdf?expires=1593253344&id=id&accname=guest&checksum=8C5F152BE73A0A58C54BD4EF751E6D2D>

Стаття надійшла до редакції 3 травня 2020 р.

УДК 338.001.36

Білецька Н. В.

tykviynat@ukr.net

*к.е.н., доцент кафедри оподаткування, фінансів і підприємництва,
Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва, м. Вінниця*

Транченко Л. В.

lydatranch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-0900-5484

*д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Уманський національний університет садівництва, м. Умань*

Яворська В. В.

yavorskaya@onu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0001-8611-9712

*д.г.н., професор, заступник декана геолого-географічного факультету,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, м. Одеса*

Транченко О. М.

lvladislav@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-0639-5109

*к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Уманський національний університет садівництва, м. Умань*

Мазур Г. О.

mazurgalina1404@ukr.net

*к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та аналізу,
Вінницький кооперативний інститут, м. Вінниця*

РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. Сьогодні в умовах глобальних перебудов і переорієнтації галузей економіки важливим є зростання потреб і мотивів людей до туристичної діяльності. Туризм як галузь економіки поступово займає лідерські позиції в багатьох країнах світу, а також у перспективі і в Україні. Отже, маємо значний нереалізований людський, природно-ресурсний, історико-культурний, туристично-рекреаційний та науково-технічний потенціал, вдале географічне розміщення, сприятливий клімат. Також особливості ситуації в країні, економічна та політична нестабільність, умови військового конфлікту підштовхують до подальшої розбудови нашої держави, яка обов'язково повинна включати створення умов для розвитку туристичної галузі. При цьому формування високорозвинутої індустрії туризму та її інтеграція у світовий ринок туристичних послуг пов'язані з необхідністю вирішення гострих соціально-економічних проблем і залучення міжнародного досвіду. У статті розкрито, що феноменом XXI ст. визначають сьогодні індустрію гостинності, що стала одним із провідних напрямів соціально-економічної діяльності. Доведено, що це бізнес XXI ст., який сприяє створенню нових робочих місць, пошуку методів підвищення конкурентоспроможності підприємств на світовому рівні, популяризації країни на міжнародному ринку послуг та, як наслідок, підвищенню рівня національної економіки. Проте впродовж останніх років індустрія гостинності в Україні перебуває у стані стагнації, тому визначення факторів впливу на розвиток індустрії є актуальним, адже за допомогою отриманих знань можна запобігти деградації однієї з найперспективніших галузей міжнародного бізнесу. У статті розглянуто вплив чинників на розвиток індустрії гостинності, економічні дослідження потенційних можливостей цієї галузі в межах загальної стратегії соціально-економічного розвитку світу загалом та України зокрема.

Ключові слова: туризм, туристична фірма, управління, конкуренція, конкурентне середовище.

Biletska N. V.

tykviynat@ukr.net

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Taxation, Finance and Entrepreneurship, Vinnytsia Institute of Clothing Design and Entrepreneurship, Vinnytsia

Tranchenko L. V.

lydatranch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-0900-5484

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel&Restaurant Business, Uman National University of Horticulture, Uman

Yavorska V. V.

yavorskaya@onu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0001-8611-9712

Doctor of Geographical Sciences, Professor, Deputy Dean of the Faculty of Geology and Geography, Odesa National I.I. Mechnikov University, Odesa

Tranchenko O. M.

16vladislav@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-0639-5109

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance, Uman National University of Horticulture, Uman

Mazur G. O.

mazurgalina1404@ukr.net,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Analysis, Vinnytsia Cooperative Institute, Vinnytsia

DEVELOPMENT OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY IN UKRAINE

Abstract. Today, in the context of global restructuring and reorientation of economic sectors, it is important to increase the needs and motivations of people for tourism. Tourism, as an economic sector, is gradually occupying a leading position in many countries of the world, as well as in the future and in Ukraine. Therefore, we have significant unrealized human, natural-resource, historical-cultural, tourist-recreational and scientific-technical potential, good geographical location, favorable climate. Also, the peculiarity of the current situation in the country, economic and political instability, conditions of military conflict, insist on further development of our state, which must necessarily include creating conditions for the development of the tourism industry. At the same time, the formation of a highly developed tourism industry and its integration into the world market of tourist services are connected with the need to solve acute socio-economic problems and attract international experience. The article revealed that the phenomenon of the XXI century. define today – the hospitality industry, which has become one of the leading areas of socio-economic activity. It is proved that this is the business of the 21st century. which helps to create new jobs, find ways to improve the competitiveness of enterprises at the global level, promote the country in the international market for services and, as a consequence, increase the level of the national economy. However, in recent years, the hospitality industry in Ukraine has been stagnant, so determining the factors influencing the development of the hospitality industry is relevant, because the knowledge gained can prevent the degradation of one of the most promising areas of international business. The article deals with the influence of factors on the development of the hospitality industry, economic studies of the potential of this industry within the overall strategy of socio-economic development of the world in general and Ukraine in particular.

Key words: tourism, tourism firm, management, competition, competitive environment.

JEL Classification: O15, P52, Q26, L83

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-02>

Постановка проблеми. Розвиток індустрії туризму і гостинності в Україні має високий туристично-рекреаційний потенціал. На її території зосереджені унікальні природні та рекреаційні ресурси, об'єкти національної і світової культурної та історичної спадщини, відбуваються важливі економічні, культурні, громадські та спортивні події. У багатьох регіонах є широкий спектр потенційно привабливих туристських об'єктів і комплексів, які користуються великою популярністю серед українців та іноземних туристів. Наявність різноманітних туристсько-рекреаційних ресурсів країни дає змогу розвивати практично всі види туризму, в тому числі рекреаційний (пляжний), культурно-пізнавальний, діловий, активний, оздоровчий та екологічний туризм, а також морські та річкові круїзи, сільський туризм тощо.

На території України знаходиться величезна кількість культурних і природних пам'яток. Україна володіє величезною і різноманітною культурною спадщиною, в якій відобразилася її складна, драматична історія, різнобарвна палітра спрямованих на неї в різні часи цивілізаційних впливів. На державному обліку знаходиться понад

140 тис. пам'яток. Працюють 63 заповідники, близько 5 тис. музеїв, у тому числі 546 державних та комунальних, 1117 на правах філіалів та відділів, в яких зберігаються майже 12 млн експонатів. Близько 9400 населених пунктів України мають понад 70 тис. об'єктів культурної спадщини, що потребують дослідження та взяття на облік. 401 населений пункт включено до Списку історичних населених місць України [11].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Багатьох вітчизняних учених і практиків цікавить питання управління та розвитку індустрії туризму і гостинності, адже нині цей напрям є перспективним. Зокрема, теоретико-методологічні засади були розроблені у працях В. В. Абрамова [10], В. В. Александрова [11], М. Барановського [1], Л. Д. Божка [2], М. В. Грабар, В. А. Бігорі [3], О. В. Гривківської [4], Т. В. Грицько [5], О. Давидової [6], А. Матвієнко [7] С. Г. Нездоймінова [8], Т. І. Ткаченко [9] та інших. Відомі роботи наведених вище вчених мають велику значущість із погляду вирішення проблем туризму у конкурентному середовищі. Насамперед вони є науково-теоретичною базою для подальшого розвитку теоретичних

і методологічних засад, що додає туристичному менеджменту цілеспрямованого характеру. Все це зумовлює необхідність і актуальність дослідження цієї проблеми.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте окремі важливі питання досі залишаються поза увагою вчених, вимагаючи зосередження на чинниках, які впливають на розвиток індустрії гостинності, економічних дослідженнях потенційних можливостей цієї галузі в межах загальної стратегії соціально-економічного розвитку світу загалом та України зокрема. У дослідженні ми розкриваємо тенденції та показники розвитку індустрії гостинності в Україні та світі. Відповідно до цього сформовано та виконано такі завдання, як визначення тенденцій та значення індустрії гостинності у світовій економіці, аналіз сучасного стану індустрії гостинності у світі загалом та в Україні зокрема, визначення рушійних показників індустрії гостинності для України та заходів їх покращення задля підвищення ефективності впливу на розвиток галузі.

Метою дослідження є прогнозування можливих варіантів розвитку індустрії туризму та гостинності в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однак, незважаючи на такий колосальний туристичний потенціал, Україна є країною-донором, тобто активним постачальником туристів у зарубіжні країни. В'їзний туризм розвинений дуже слабо, на нього припадає лише 2,2% світового туристського ринку, що, звичайно, є вкрай низьким показником для країни з таким туристично-рекреаційним потенціалом [7].

Мережа суб'єктів туристичної діяльності України у 2018 р. – юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців – становила 3182 одиниці (табл. 1). У структурі мережі за типами суб'єктів туристичної діяльності найбільш численною категорією є турагенти – 80% від загальної кількості суб'єктів.

Кількість туристів – громадян України, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності протягом року, становила понад 2 млн осіб, іноземних туристів – 15 тис. осіб. Для більшості туристів (84%) основною метою подорожі була організація дозвілля та відпочинку. Дохід юридичних осіб від надання туристичних послуг становив 4797,7 млн грн, фізичних осіб-підприємців – 639,8 млн грн (рис. 1).

Нині на практиці застосовують різні методи прогнозування: методи експертних оцінок, статистичні методи прогнозування, системно-структурні, метод прогнозування на основі коефіцієнта еластичності попиту, економіко-математичне моделювання тощо. Вибір методу прогнозування залежить від мети і тривалості періоду дослідження (короткостроковий, середньостроковий, довгостроковий), від вихідних даних, необхідної точності, від характеру обробки вихідної інформації.

У нашому разі зібрані статистичні дані 2014–2018 рр. про кількість міжнародних туристів, що відвідали Україну, доходи, отримані Україною від індустрії туризму, кількість українців, які виїхали за кордон. Ці динамічні ряди дають змогу використовувати регресійний аналіз для короткострокового і середньострокового горизонту прогнозування. Одним із найбільш доступних програмних продуктів для рішення подібного роду завдань є MS Excel, який дає можливість додавання вибраних регресій (ліній тренду) в діаграму, побудовану на основі таблиці даних, а також продовжити лінію тренду в діаграмі за межі реальних даних для прогнозування майбутніх значень. Лінії тренду дають змогу наочно показати тенденції зміни даних і допомагають аналізувати завдання прогнозу. Тип лінії тренду (лінійний, логарифмічний, поліноміальний, степеневий, експоненціальний, лінійної фільтрації) слід вибирати залежно від типу даних. Для точнішого прогнозу бажано мати більше

Таблиця 1

Суб'єкти туристичної діяльності України, 2018 р.

	Усього	У тому числі		
		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Юридичні особи				
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1785	500	1228	57
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	8086	4131	3799	156
з них				
мають спеціальну освіту в галузі туризму	3735	1806	1862	67
жінки	5835	2915	2824	96
особи до 30 років	2517	1462	1027	28
Дохід від надання туристичних послуг, млн грн ²	4797,7	4233,7	549,8	14,2
Фізичні особи-підприємці				
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1397	x	1319	78
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	1502	x	1438	64
з них мають спеціальну освіту в галузі туризму	694	x	661	33
Кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей), осіб	668	x	632	36
Дохід від надання туристичних послуг, млн грн ²	639,8	x	633,1	6,7

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

² Без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів.

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

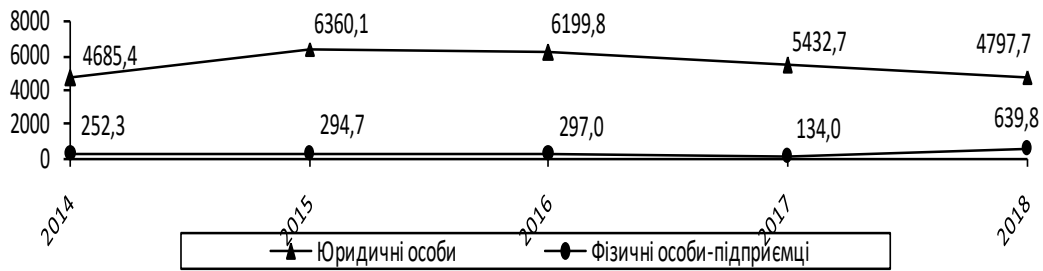


Рис. 1. Дохід від надання туристичних послуг, млн грн¹

¹ Без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

10 вибірок контрольованого параметра. Розглянемо більш докладно можливість трендового прогнозування для зібраних статистичних даних.

Численні дослідження про потенційні можливості української туристської індустрії дають змогу зробити висновок про те, що наявний значний туристський потенціал країни використовується далеко не повною мірою. Для прогнозування можливих варіантів розвитку індустрії туризму і гостинності в Україні проведено аналіз поточного стану туристського ринку. У 2018 році Україну відвідали 12,4 млн іноземних громадян [1], у 2017 році – 12,7 млн, а в 2016 – 24,7 млн, кількість громадян України, які виїжджали за кордон, 2 – 23 млн (табл. 2).

За два останні роки кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, скоротилася в 15 разів. Так, у 2018 році цей показник становить 15 519 тис., у 2017 р. – 17,7 тис. осіб. Зазначимо, що за останні 15 років найбільша кількість іноземних туристів зафіксована у 2003-му – 590 тис. 641 особа. Побудуємо рисунок співвідношення кількості іноземних туристів за роками (рис. 2).

З рис. 2 видно, що необхідно використовувати лінійну тренду з лінійною фільтрацією. Загалом же аналіз лінії тренду дає змогу зробити висновок про те, що динаміка міжнародних туристських прибуттів в Україні характеризується як стійко поступальна. Різке скорочення кількості іноземних туристів у 2017 р. поясню-

ється нестабільною ситуацією, як наслідок, спостерігаємо відкладений попит на туристичні товари і послуги.

З доповіді Всесвітньої туристської організації випливає: витрати іноземних туристів в Україні за вісім місяців 2018 року зросли на 16%. Таким чином, країна опинилася на восьмому місці за зростанням доходів від туризму в світі. Найбільше доходи від туризму зросли в Японії (на 48%), Швеції (на 26%), Південній Африці (на 26%), Республіці Корея (на 26%), Індії (на 23%), Гонконгу (на 17%), Таїланді (на 17%) і в Росії (+16%) [2]. Аналіз лінії тренду з лінійною фільтрацією дає змогу зробити висновок про те, що динаміка доходів, отриманих Україною від індустрії туризму, досить нестабільна і характеризується нестійкими коливаннями (табл. 3).

Аналізуючи туристичний потік протягом 2015–2018 рр., слід зазначити тенденцію до спаду в'їзного туризму у I та зростання у III кварталі минулих років. У I кварталі 2018 р. іноземців в'їхало на 3,2% менше, ніж за відповідний період минулого року. У III кварталі частка кількості іноземних туристів становить близько 33% від загальної кількості іноземних туристів, які в'їхали протягом року, що пояснюється літнім сезоном і періодом відпусток, у I кв. – 17–18%.

Прикордонні країни традиційно є лідерами за відвідуванням України: Молдова, Білорусь, Росія, Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина.

Таблиця 2

Туристичні потоки

Рік	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього ²	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, – усього ²	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, – усього ³	Із загальної кількості туристів:3			Кількість екскурсантів ³
				іноземні туристи	туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи	
2013	17180034	21203327	2280757	335835	1295623	649299	1953497
2014	19773143	21415296	2199977	234271	1250068	715638	823000
2015	21432836	23012823	3000696	270064	1956662	773970	865028
2016	23761287	24671227	3454316	232311	2519390	702615	657924
2017 ¹	22437671	12711507	2425089	17070	2085273	322746	1174702
2018 ¹	23141646	12428286	2019576	15159	1647390	357027	125471

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

² Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України).

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

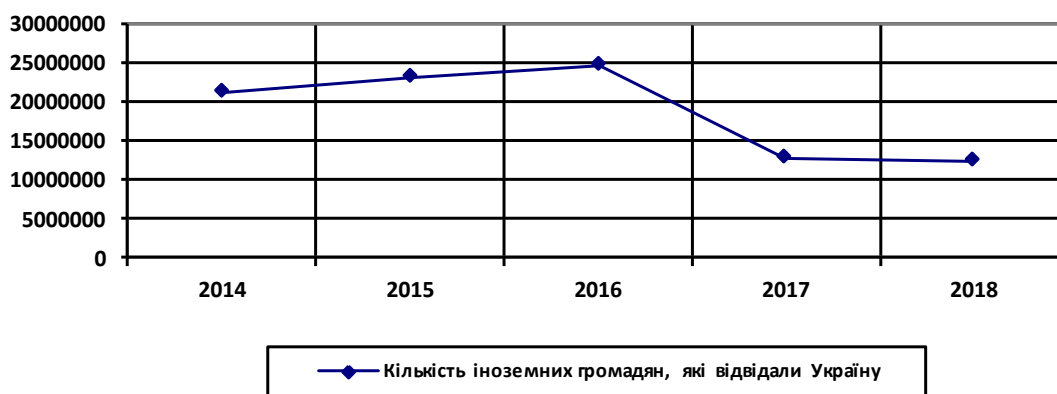


Рис. 2. Кількість міжнародних туристів, що відвідали Україну в 2014–2018 роках (млн осіб)

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

З огляду на те, що громадяни прикордонних країн, які входять до першої сімки за кількістю відвідувань України, становлять 83% загальної кількості всіх іноземців, що в'їхали до України, коливання показників туристичних потоків в основному залежить саме від цих країн.

Відвідування України громадянами прикордонних країн зменшилося, водночас неприкордонних – зросло: Великобританії – на 61,8%, Ізраїлю – на 25,9%, Литви – на 20,3%, Туреччини – на 16,2%, Чехії – на 15,6%, Італії – на 13,9%, Німеччини – на 12,7%, США – на 12,5%, Франції –

Таблиця 3

Показники роботи суб'єктів туристичної діяльності у 2017 році за регіонами, фізичні особи-підприємці (тис. грн)

Країна/область	Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів)		
	усього	у тому числі	
		турагентів	суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність
Україна	519654,3	497002,4	22651,9
Вінницька	19828,0	19575,5	252,5
Волинська	7127,8	6914,7	213,1
Дніпропетровська	42703,5	42703,5	–
Донецька	28781,8	28781,8	–
Житомирська	4142,8	4110,3	32,5
Закарпатська	6049,0	5769,0	280,0
Запорізька	17143,1	16203,7	939,4
Івано-Франківська	10159,0	7673,0	2486,0
Київська	15329,7	13647,5	1682,2
Кіровоградська	6116,4	5721,4	395,0
Луганська	1841,2	1841,2	–
Львівська	32155,1	29201,0	2954,1
Миколаївська	5417,9	5062,2	355,7
Одеська	21123,0	16583,0	4540,0
Полтавська	9657,5	9648,5	9,0
Рівненська	6528,6	6067,0	461,6
Сумська	3720,5	3720,5	–
Тернопільська	4621,9	4621,9	–
Харківська	31904,4	30406,7	1497,7
Херсонська	167153,7	166977,1	176,6
Хмельницька	6958,0	6613,9	344,1
Черкаська	10357,0	10245,0	112,0
Чернівецька	12502,8	9154,4	3348
Чернігівська	5990,9	5990,9	–
м. Київ	42340,7	39768,7	2572,0

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

Таблиця 4

Інформація щодо кількості іноземних громадян, що приїхали до України, осіб

Показник	2015 р.	2016 р.	2016/2015, %	2017 р.	2017/2016, %	2018 р.	2018/2017, %
I квартал	2 864 847	2 427 303	-15,3	2 631 508	8,4	2 547 740	-3,2
II квартал	3 214 002	3 392 754	5,6	3 697 130	9,0	3 673 406	-0,6
I півріччя	6 078 849	5 820 057	-4,3	6 328 638	8,7	6 221 146	-1,7
III квартал	3 733 156	4 559 522	22,1	4 769 511	4,6		
IV квартал	3 074 226	3 226 337	4,9	3 323 092	3,0		
Всього	12 886 231	13 605 916	5,6	14 421 241	6,0		

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

Таблиця 5

ТОП-20 країн, громадяни яких найчастіше відвідують Україну, осіб

Показник	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Приріст 2018/2017, %
Молдова	2 204 161	1 986 845	2 013 179	1 949 567	-3,2
Білорусь	889 116	674 856	1 048 037	1 064 451	1,6
Росія	637 354	596 202	620 280	645 294	4,0
Польща	557 718	555 484	552 983	532 432	-3,7
Угорщина	514 601	581 299	608 009	447 384	-26,4
Румунія	393 396	374 799	400 612	354 823	-11,4
Словаччина	203 617	206 732	168 854	151 836	-10,1
Туреччина	81 199	87 827	115 451	134 163	16,2
Ізраїль	50 581	76 486	99 852	125 698	25,9
Німеччина	65 357	70 497	87 564	98 679	12,7
США	46 608	61 707	71 621	80 542	12,5
Великобританія	22 889	29 917	35 366	57 206	61,8
Азербайджан	36 485	43 120	42 045	42 532	1,2
Литва	15 255	21 093	34 029	40 947	20,3
Італія	26 961	32 419	35 590	40 540	13,9
Чехія	15 223	18 378	25 594	29 596	15,6
Франція	19 809	22 939	26 936	29 110	8,1
Болгарія	17 062	18 301	20 951	22 351	6,7
Грузія	19 113	21 411	23 274	21 705	-6,7
Іспанія	5 361	7 644	9 625	19 679	104,5
Всього	6 078 849	5 820 057	6 328 638	6 221 146	-1,7

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

на 8,1%, Азербайджану – на 1,2%. За підсумками I півріччя 2018 року можна відзначити, що кількість туристів, які подорожували до України, залишилася практично на рівні I півріччя 2017 року. Зменшення в'їзду іноземців відбулося з: Угорщини – на 26,4%, Румунії – 11,4%, Словаччини – 10,1%, Польщі – 3,7%, Молдови – 3,2%.

Протягом 2015–2018 рр. виїзний вітчизняний туристичний потік зберігає тенденцію, подібну до в'їзного, тобто спад у I та зростання у III кварталі, у літній період. За підсумками I півріччя 2018 р. приріст виїзного потоку українських туристів порівняно з аналогічним періодом 2017 р. становить 3,3% (I півріччя 2017 р. – 6,1%, I півріччя 2016 р. – 11,5%) (табл. 6).

Найчастіше громадяни України відвідують прикордонні країни: Польщу, Росію, Угорщину, Молдову, Білорусь, Румунію, Словаччину.

За підсумками I півріччя 2018 року можна відзначити незначне збільшення виїзного туризму на 3,3% порівняно з аналогічним періодом 2017 року. Враховуючи, що частка кількості українських громадян, що подорожують за кордон до прикордонних країн,

становить близько 83% всього туристичного потоку, коливання показників виїзного туризму відбувається переважно за рахунок подорожей до цих країн. Відвідування прикордонних країн українськими громадянами зросло, крім Росії (-30,9%), неприкордонних – зросло до: Єгипту – на 43,7%, Німеччини – на 35,5%, Італії – майже в 2 рази, Іспанії – на 50,5%, Франції – на 15%, Австрії – на 3,9%.

Сьогодні швидкими темпами відбувається диференціація туристського продукту за сегментами і нішами. Слід зазначити, що не всі з них активно розвиваються в Україні. Тим не менше є низка видів туризму, які зростають швидкими темпами і які можуть отримати широкий розвиток індустрії туризму в Україні. До таких видів туризму, на наш погляд, належать:

- бізнес-тури (бізнес-подорожі);
- екскурсійний і пізнавальний туризм;
- активні види відпочинку;
- розважальні тури;
- екологічний туризм;
- подієвий туризм.

Таблиця 6

Інформація щодо кількості українських громадян, що виїхали до інших країн, осіб

Показник	2015 р.	2016 р.	2016/2015, %	2017 р.	2017/2016, %	2018 р.	2018/2017, %
I квартал	4 811 339	5 283 386	9,8	6 916 604	30,9	5 844 486	-15,5
II квартал	5 741 194	6 484 911	13,0	5 570 691	-14,1	7 055 292	26,7
I півріччя	10 552 533	11 768 297	11,5	12 487 295	6,1	12 899 778	3,3
III квартал	6 824 834	6 904 101	1,2	7 790 874	12,8		
IV квартал	5 793 884	5 995 835	3,5	6 159 244	2,7		
Всього	23 171 251	24 668 233	6,5	26 437 413	7,2		

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

Таблиця 7

ТОП-20 країн, до яких найчастіше подорожують громадяни України, тис. осіб

	Показник	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Приріст 2018/6–2017, %
1	Польща	4 151,0	5 129,4	4 341,8	4 813,6	10,9
2	Росія	2 046,3	1 712,2	2 673,6	1 847,3	-30,9
3	Угорщина	1 095,4	1 356,2	1 447,1	1 539,4	6,4
4	Молдова	806,8	769,6	753,9	793,4	5,2
5	Білорусь	649,1	539,1	570,7	627,8	10,0
6	Румунія	270,4	412,8	460,5	564,0	22,5
7	Єгипет	149,2	168,0	350,1	503,0	43,7
8	Туреччина	198,2	349,4	510,3	500,4	-1,9
9	Словаччина	371,5	434,3	385,0	485,7	26,2
10	Німеччина	144,4	143,3	151,7	205,6	35,5
11	Італія	64,7	56,7	71,4	138,5	94,0
12	ОАЕ	65,7	78,3	90,3	87,6	-3,0
13	Ізраїль	57,5	64,4	71,3	70,0	-1,9
14	Іспанія	26,3	33,0	43,4	65,3	50,5
15	Франція	44,3	48,4	48,6	55,9	15,0
16	Австрія	51,4	51,3	52,5	54,6	3,9
17	Грузія	30,2	41,5	50,2	50,6	0,9
18	Греція	47,1	42,6	40,8	49,1	20,4
19	Нідерланди	41,1	47,7	54,1	45,2	-16,6
20	Чехія	27,4	20,8	29,6	37,1	25,0
	Всього	10 552,5	11 768,3	12 487,3	12 899,8	3,3

Джерело: узагальнено автором на основі Державної служби статистики України

Для України в'їзний бізнес-туризм сьогодні відіграє найважливішу роль: 52% туристів, які прибувають до України, має метою поїздки бізнес. Рівень бізнес-контактів із різними країнами, звичайно, різний. Але з високою часткою впевненості можна говорити, що інтерес до України як засобу для інвестицій та реалізації спільних бізнес-проектів у найближчі роки продовжить зростати. Таким чином, бізнес-туризм – важливий сегмент ринку з погляду стратегії збільшення в'їзного туризму. Відповідно, це важливо враховувати під час складання карт інвестиційної привабливості регіонів, стратегій розвитку та інших програмних документів регіонального значення.

Екскурсійний та пізнавальний туризм. Цей вид туризму орієнтований на максимальне охоплення аудиторії за рахунок залучення туристів з інших туристичних ніш: пляжного, релаксаційного, активного і навіть ділового. Характерною рисою цього виду туризму та його можливих відгалужень є мобільність туристів, які в короткий проміжок часу прагнуть побачити максимальну кількість нових об'єктів.

Активні види туризму. До цих видів належать як звичні для України полювання, рибалка, так і всі екс-

тремальні види подорожей: рафтинг, дайвінг, трекінг, велоподорожі, альпінізм, гірські лижі та ін. В Україні ці види в'їзного туризму розвинені слабо (за винятком турів на полювання і риболовлю, що становлять малий відсоток від загального числа подорожей).

Розважальні тури. Цей вид туризму передбачає подорожі з метою відвідування розважальних місць (таких як нічні клуби, казино, ресторани, концерти та ін.). Поки що такого роду туризм розвинений у Києві, Одесі, Харкові серед менеджерів іноземних компаній, що мають ділові контакти з Україною. Однак очевидно, що по мірі інтеграції України у світове економічне співтовариство та змін візового режиму ці види турів набуватимуть популярності.

Екологічний туризм. Для України цей напрям може бути вельми привабливим, враховуючи природний потенціал країни. Але важливо враховувати, що статус і соціальний стан людей, що віддають перевагу цьому виду відпочинку, передбачають дуже високий рівень сервісу, що надається їм на території. Крім того, зважаючи на розвиненість у більшості країн власних природних ресурсів, заманити туристів виключно при-

родною компонентою сьогодні вкрай складно. Цим пояснюється те, що сьогодні частка таких туристів, що приїжджають до України, вкрай мала.

Подієвий туризм. Україна у плані подієвого туризму має, безумовно, позитивний потенціал. Однак слабкорозвинена інфраструктура не дозволить країні в найближчі роки стати лідером у цьому сегменті. Але з погляду подієвого бізнес-туризму перспективи дуже великі, враховуючи мінливий геополітичний ландшафт і велику кількість запланованих політичних і бізнес-заходів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Загалом проведений аналіз свідчить про позитивну тенденцію розвитку індустрії туризму з незначними кон'юнктурними коливаннями, що викликані змінами у зовнішньому середовищі. На основі проведеного аналізу можна сформулювати низку рекомендацій для згладжування кон'юнктурних коливань розвитку ринку туристських послуг і комплексної реалізації наявних можливостей для розвитку індустрії:

- визначення цільового ринку. Потрібно чітко визначити, на кого спрямований процес маркетингового просування країни, хто є потенційним споживачем турпродукту «Україна». Необхідно розробляти декілька альтернативних національних турпродуктів, орієнтованих на різні цільові аудиторії, що буде сприяти зниженню виробничих і підприємницьких ризиків;

- розроблення системи позиціонування. Позиціонування території передбачає вибір тих особливостей країни, які мають для споживачів високу споживчу цінність. Тому, перш ніж проводити позиціонування, національні влади й органи, відповідальні за просування країни як туристичного напрямку, повинні визначитися з його напрямом;

- використання найбільш популярних видів туризму (бізнес-туризм та екскурсійний) як зонтичних брендів для розвитку перспективних туристичних напрямів (екологічний, подієвий і активний туризм);

- активізація використання маркетингових технологій у процесі розроблення і просування національних туристичних продуктів;

- активне використання інструментів ДПП як найбільш перспективного механізму розвитку індустрії туризму;

- розроблення і проведення масштабної національної рекламної кампанії, спрямованої на формування позитивного туристичного образу України;

- залучення інвестицій у туристичну галузь;

- розвиток туристичної інфраструктури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барановський М. Туризм як форма активізації розвитку сільських депресивних територій. *Вісн. Львів. ун-ту. Сер. Міжнар. відносини*. 2008. Вип. 24. С. 13–21.

2. Божко Л. Д. Інтернет як засіб соціальних комунікацій у туризмі. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2011. Вип. 32. С. 245–254. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2011_32_30

3. Грабар М. В., Бігори В. А. Системний підхід в управлінні розвитком сферою туризму та рекреації. *Економічний простір*. 2013. № 72. С. 35–45. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_72_6

4. Гривківська О. В. Оцінка існуючих підходів до бізнес-планування господарської діяльності туристичних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 9 (трав.). С. 47–49.

5. Гринько Т. В. Удосконалення управління підприємствами туристичної сфери. *Економіка. Фінанси. Право*. 2013. № 5. С. 13–15.

6. Давидова О. Особливості інноваційних процесів у сфері туристичних послуг. *Проблеми науки*. 2011. № 5. С. 16–21.

7. Матвієнко А. Державна політика у сфері туризму: документальне забезпечення. *Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. 2011. Вип. 31. С. 312–323. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv_2011_31_28

8. Нездойминов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку. *Методологічний аспект та практичний досвід*: монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 304 с.

9. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / [2-ге вид., випр. та доповн.]. Київ: КНТЕУ, 2009. 463 с.

10. Абрамов В. В., Андренко І. Б., Александрова С. А., Влащенко Н. М., Колесников О. М. Туризм і місто: аналіз проблем, тенденцій та моделювання розвитку: монографія / [ред.: І. М. Писаревський]; МОНМС України, Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків: ХНАМГ, 2012. 208 с.

11. Александров В. В., Вишневецька О. О., Волкова І. І. та ін. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: монографія / Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. 268 с.

REFERENCES

1. Baranovskiy M. (2008), Turyzm iak forma aktyviziatsii rozvytku sil'skykh depresyvykh terytorij, *Visn. L'viv. un-tu. Ser. Mizhnar. Vidnosyny*, vyp. 24, s. 13–21.

2. Bozhko, L. D. (2011), Internet iak zasib sotsial'nykh komunikatsij u turyzmi, *Visnyk Kharkiv's'koi derzhavnoi akademii kul'tury*, vyp. 32, s. 245–254, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2011_32_30

3. Hrabar, M. V. and Bihori, V. A. (2013), Systemnyj pidkhid v upravlinni rozvytkom sferoiu turyzmu ta rekreatsii, *Ekonomichnyj prostir*, № 72, s. 35–45, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2013_72_6

4. Hryvkiv's'ka, O. V. (2012), Otsinka isnuuichykh pidkhdov do biznes-planuvannia hospodars'koi diial'nosti turystrychnykh pidpriemstv [Tekst], *Investytsii: praktyka ta dosvid*, № 9 (trav.), s. 47–49.

5. Hryn'ko, T. V. (2013), Udoslonaennia upravlinnia pidpriemstvamy turystrychnoi sfery [Tekst], *Ekonomika. Finansy. Pravo*, № 5, s. 13–15.

6. Davydova O. (2011), Osoblyvosti innovatsijnykh protsesiv u sferi turystrychnykh posluh [Tekst], *Problemy nauky*, № 5, s. 16–21.

7. Matviienko A. (2011), Derzhavna polityka u sferi turizmu: dokumental'ne zabezpechennia, *Naukovi pratsi Natsional'noi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernad's'koho*, vyp. 31, s. 312–323, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nprnbuimviv_2011_31_28

8. Nezdojminov, S. H. (2009), Turyzm iak faktor rehional'noho rozvytku. Metodolohichnyj aspekt ta praktychnyj dosvid: monohrafiia, Astroprynt, Odessa, 304 s.

9. Tkachenko, T. I. (2009), Stalyj rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu: monohrafiia, 2 nd. ed., KNTU, K., 463 s.

10. Abramov, V. V. Andrenko, I. B. Aleksandrova, S. A. Vlaschenko, N. M. and Kolesnykov, O. M. (2012), Turyzm i misto: analiz problem, tendentsij ta modeliuвання rozvytku: monohrafiia; red.: I. M. Pysarev's'kyj; MONMS Ukrainy, Khark. nats. akad. mis'k. hosp-va, KhNAMH, Kharkiv, 208 s.

11. Turyzm v systemi priorytetiv rehional'noho rozvytku: monohrafiia, V. V. Aleksandrov, O. O. Vyshnev's'ka, I. I. Volkova ta in. (2010), Khark. nats. un-t im. V. N. Karazina, KhNU im. V. N. Karazina, Kharkiv, 268 s.

Стаття надійшла до редакції 11 червня 2020 р.

УДК 331.5

Гурман О. М.

olenagurman77@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-9415-2635

к. пед. н., доцент кафедри маркетингу та менеджменту,

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ЛІДЕРСТВА В МАЛОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ УКРАЇНИ

Анотація. Стаття присвячена аналітичному огляду шляхів гармонізації гендерних процесів. У фокусі дослідження перебувають проблеми жіночого підприємництва в Україні. Аргументовано, що розвиток економіки забезпечується реальними економічними суб'єктами з їхніми стратегіями поведінки, мотивами, цінностями, а відхід від «безстатевої економіки» може наблизити до більш адекватного відображення реальних суспільних процесів. Представлено статистичні показники, що засвідчують динамічне інтегрування жінок у сферу малого підприємництва. Проаналізовано регіональні розбіжності щодо частки жінок та чоловіків у малому бізнесі. Продемонстровано показники, що характеризують реальний стан розвитку жіночого малого підприємництва у Хмельницькій області, та запропоновано стратегічні завдання для його подальшого розвитку.

Ключові слова: мале підприємництво, жінки, гендерне співвідношення, малий бізнес, жіноча стать.

Нурман О. М.

olenagurman77@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-9415-2635

Ph.D. in Pedagogy, Associate Professor of the Department of Marketing and Management,

Khmelnytskyi Cooperative Trade and Economic Institute, Khmelnytskyi

GENDER ASPECTS OF LEADERSHIP IN SMALL ENTREPRENEURSHIP OF UKRAINE

Abstract. The article is devoted to an analytical review of ways to harmonize gender processes. It is substantiated that the development of small business plays a significant role in saturating the market with consumer goods and services of daily demand, is the main sector of the market economy, forms the basis of small-scale production, and determines the pace of economic development, structure and quality of gross domestic product. It is proved that entrepreneurship provides opportunities for organizational and creative abilities, development and implementation of innovations, increasing the competitiveness of Ukrainian goods and services, as it is closely related to all spheres of society and acts as the most accurate indicator of economic and social development. The research focuses on the problems of women's entrepreneurship in Ukraine. Women's small business is characterized by the author as a relatively new phenomenon for the Ukrainian economy. The study of women's issues was conducted in the context of trends in entrepreneurship, taking into account the gender approach. It is argued that the development of the economy is provided by real economic actors with their behavioral strategies, motives, values, cultural norms, and the departure from the "asexual economy" can be closer to a more adequate reflection of real social processes. Thus, the article presents statistical indicators that show the dynamic integration of women in the field of small business and determining the place of Ukraine in terms of gender gap among 153 countries. The gender ratio of sole proprietors in retail trade in Ukraine is analyzed, regional differences on the share of women and men in small business are presented. Indicators characterizing the real state of development of women's small business in Khmelnytskyi region are demonstrated and strategic tasks for its further development are offered. As women make up more than half of the population in Ukraine, helping them to develop their businesses and grow their businesses will contribute to a more competitive economy and will be an important factor in increasing the involvement of women in socio-political affairs.

Key words: small business, women, gender, female.

JEL Classification: J14, J16

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-03>

Постановка проблеми. Актуальні виклики, що постають перед національною економікою, прискорюють пошук нових моделей соціально-економічного розвитку. Однією з них є модель розвитку економіки, яка передбачає розвиток усіх територій та всіх секторів економіки і ставить за мету скорочення бідності не тільки через перерозподіл доходу, але й за рахунок діяльної участі в економічному житті різних груп населення.

Розвиток жіночого малого підприємництва все частіше розглядається як значний фактор економічного зростання, створення робочих місць та рівності доходів, відіграє важливу роль у насиченні ринку споживчими товарами та послугами повсякденного попиту, складає основу дрібнотоварного виробництва, визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику валового внутрішнього продукту. Під-

приємництво викликає в жіночій статі ініціативу до ділової активності та активності в суспільному житті загалом. Оскільки жінки в Україні становлять більшу частину населення, а їхній трудовий та підприємницький потенціал використовується неповною мірою, підвищення жіночої підприємницької активності сприятиме становленню більш конкурентоздатної економіки. У зв'язку з цим вивчення проблематики жіночого малого бізнесу потребує уваги та міждисциплінарних зусиль.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Т. Журженко [1], О. Коломієць [2], О. Стрельник [3], В. Суковата [4], Н. Ісакова [5] у наукових працях, присвячених економічному становищу українських жінок, розглядають такі основні питання, як стан та проблеми жінок на ринку праці в умовах економічних трансформацій, причини гендерних розбіжностей в оплаті праці, шляхи приходу українок у бізнес та основні бар'єри залучення жінок до підприємницької діяльності. Тільки окремі праці присвячені новому явищу в українській економіці, а саме жіночому підприємництву. Інтерес мають дослідження таких учених, як О. Дишкантюк [6], Л. Коваль, В. Церклевич, Н. Антошкова, Т. Матвійчук [7–10], де розглянуто окремі аспекти залучення жінок у процеси управління підприємствами сервісної економіки, а також гендерні відмінності у ставленні до цінності у придбанні окремих груп товарів, тому проблематика жіночого підприємництва, лідерства потребує більш докладного дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження особливостей діяльності жінок у малому бізнесі України, аналіз показників динамічного інтегрування жінок у сферу малого підприємництва деяких країн світу, визначення місця України за показниками гендерного розриву серед 153 країн світу, дослідження гендерного співвідношення ФОП у роздрібній торгівлі України, регіональних розбіжностей щодо частки жінок та чоловіків у малому бізнесі, реального стану розвитку жіночого підприємництва у Хмельницькій області та пропозиції стратегічних завдань для його подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Мале підприємництво як інституційний сектор економіки переважає за чисельністю та обсягами виробництва у розвинутих країнах світу та забезпечує кожного року близько 35–50% ВВП та від 60% до 70% збільшення нових робочих місць, що дає змогу активно впливати на рівень безробіття, на відміну від України, де малий бізнес приносить лише 16% ВВП в економіку країни станом на 2020 рік [11].

Загально визнано, що активізація участі жінок у малому бізнесі може бути одним із найбільш ефективних способів підвищення темпів економічного зростання та рівня життя населення [12], адже оцінки експертів свідчать про те, що якщо гендерні диспропорції в підприємстві буде усунуто, то глобальний ВВП може зрости на 2%, або 1,5 трлн. доларів США [12]. Отже, з 2010 року спостерігається активне інтегрування в малий бізнес жінок, оскільки їх участь у підприємстві дає змогу вирішити багато проблем, пов'язаних із наявними диспропорціями в економіці, перш за все на ринку праці.

Значні результати (рис. 1) динамічного інтегрування жінок у сферу малого підприємництва американські економісти Р. Петерсон та К. Вермейер назвали «тиха революція у світовому масштабі» [13].

На відміну від вищезазначених країн, в Україні, незважаючи на те, що з 1971 року жінки становлять 53–54% від загальної кількості населення України, вони непропорційно представлені в бізнесі, зокрема малому, отримують заробітну плату, яка на 24% менше зарплати чоловіків. Такий дисбаланс, звісно, частково спричинений гендерними стереотипами, згідно з якими бізнес – це чоловіча сфера, але він також прямо пов'язаний із дисбалансом соціально-економічних ресурсів у суспільстві [15].

Згідно з даними Глобального звіту про гендерний розрив за 2019 рік (Global Gender Gap Report 2020) [16], який є комплексним звітом-порівнянням країн світу, що готується Всесвітнім економічним форумом за рівнем гендерної рівності/нерівності, який вимірюється глобальним індексом гендерного розриву, у межах якого

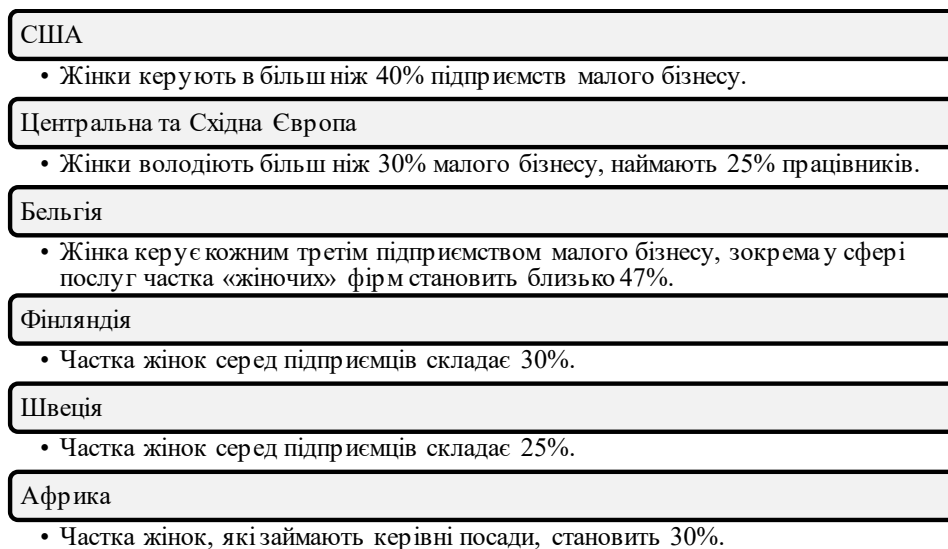


Рис. 1. Статистичні дані щодо інтеграції жінок у малий бізнес у деяких країнах світу
Джерело: сформовано автором на основі джерела [14]

було досліджено економічну участь і можливості, рівень освіти, здоров'я та тривалість життя, а також політичні права обох статей, Україна посіла 59 місце зі 153 країн світу за показниками гендерного розриву, а оцінка паритету становить 72,2%, тобто для досягнення 100% гендерної рівності бракує 27,8% (для порівняння, лідеру рейтингу, Ісландії, не вистачає 12,3%) (табл. 1) [17].

Таблиця 1
Місце України за показниками гендерного розриву серед країн світу за 2019 рік

№	Показник	Місце	
		2018 рік (зі 149 країн)	2019 рік (зі 153 країн)
1	Економічна участь та кар'єрні можливості	28	39
2	Рівень освіти	26	26
3	Здоров'я та тривалість життя	56	52
4	Політичні права та можливості	105	83

Джерело: систематизовано автором на основі джерел [16; 17]

Найбільшим викликом є показник економічної участі та можливостей. Це єдиний вимір, де помітний регрес. Основними причинами цього є те, що жінки більше залучені у сферах, де збільшується роль автоматизації та роботизації процесів, вони недостатньо долучаються до професій, де зростання заробітної плати є найбільш помітним (зокрема, у високотехнологічних галузях), і жінки стикаються з багаторічною проблемою доступу до капіталу та недостатнього рівня доступності інфраструктури догляду за дітьми.

Проте кількість жінок-підприємців у малому бізнесі в Україні збільшилася за останні три роки і станом на 2020 рік становить 46% (851 тисяча жінок-підприємниць) від загальної кількості ФОП в країні. Тенденція щодо збільшення кількості жінок у бізнесі спостерігається протягом останніх п'яти років. У 2016 році в Україні було 43,7% жінок-підприємниць. Вже у 2018 році цей показник зріс до 45% ФОП [18].

53% усіх ФОП України зайняті в гуртовій та роздрібній торгівлі. В самій галузі переважає роздрібна торгівля (80% ФОП). Водночас 59% підприємців, зайнятих у роздрібній торгівлі, складають жінки (рис. 2) [12].

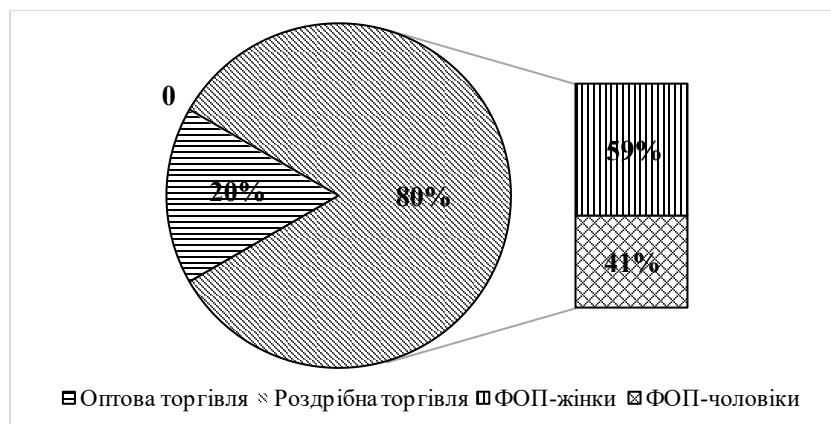


Рис. 2. Гендерне співвідношення ФОП у роздрібній торгівлі

Джерело: сформовано автором на основі джерела [12]

Галуззю, в якій більшість ФОП складають жінки (65%), є також надання інших видів послуг, пов'язаних з хімчисткою виробів, відновленням одягу, послугами майстра манікюру та візажиста тощо [12].

Загалом регіональні розбіжності щодо частки жінок та чоловіків серед керівників у малому бізнесі є досить незначними, окрім столиці України – м. Києва. Частка чоловіків-керівників у столиці загалом вище, ніж загалом по Україні як за рахунок більшої частки підприємств у Києві, так і внаслідок меншої представленості жінок у керівництві підприємств.

Станом на 2020 рік найбільше жінок працюють як підприємці у Хмельницькій (50%), Одеській (49,5%) та Миколаївській (48,5%) областях, менше – у Львівській (43,86%), Тернопільській (43,67%), Київській (43,39%) та Харківській (42,5%) областях (рис. 3) [18].

Дослідження реального стану розвитку жіночого підприємництва у Хмельницькій області проводилось шляхом анкетування 50 представниць малого бізнесу протягом червня-липня 2020 року.

Стаж підприємницької діяльності найбільшої категорії опитаних жінок (49%) становить від 3 до 10 років діяльності, 23% респондентів працюють від 1 до 3 років, 16% – більше 10 років, 12% – менше 1 року. 59% жінок оцінюють стан розвитку власного бізнесу як стабільний (рис. 4).

72% респондентів оцінюють розвиток жіночого підприємництва у Хмельницькій області як задовільний, 28% – як незадовільний.

20% респондентів вважають, що перспективи подальшого розвитку жіночого підприємництва у Хмельницькій області на найближчі роки є досить задовільними, 30% вважають, що нічого не зміниться, 2% представниць жіночого підприємництва впевнені, що ситуація погіршиться, 48% респондентів було важко оцінити перспективи.

На думку жінок, значними проблемами у веденні власного бізнесу є:

- обмежений доступ до зрозумілої інформації (викладеної для сприйняття пересічного громадянина) про реалізовані програми, можливості для реалізації бізнес-ідей, потреби ринку;
- недостатній рівень освіти, необхідний для відкриття своєї справи;
- відсутність стартового капіталу для запуску своєї справи;



Рис. 3. Участь жінок у підприємницькій діяльності за регіонами, %

Джерело: сформовано автором на основі даних джерела [18]

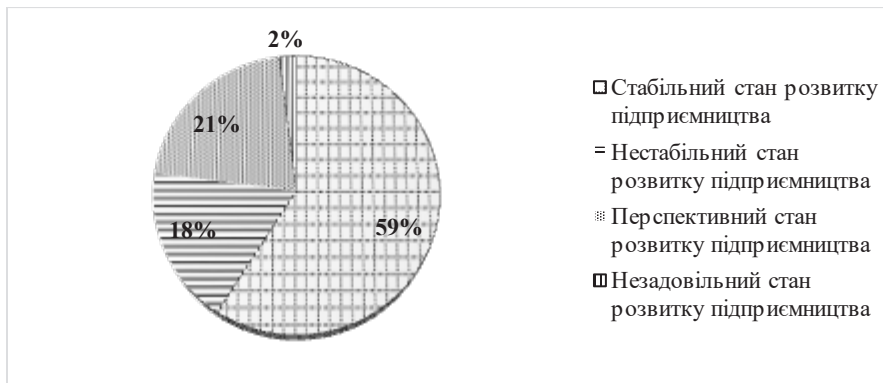


Рис. 4. Результати опитування респондентів щодо стану розвитку жіночого підприємництва у Хмельницькій області

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

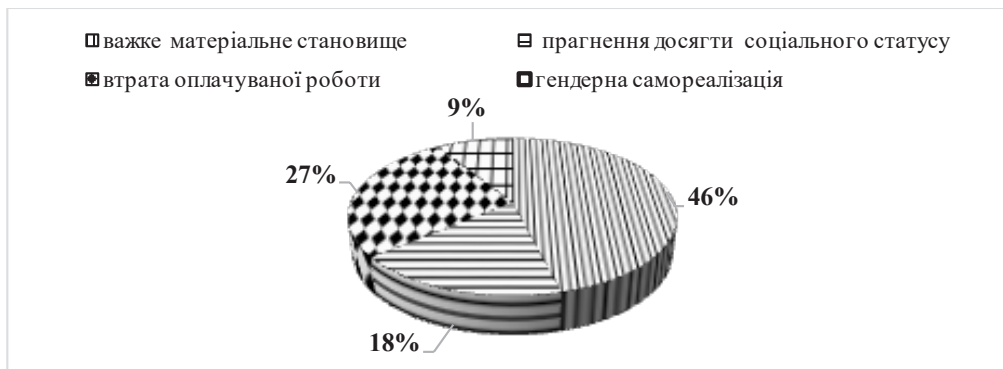


Рис. 5. Результати опитування респондентів щодо мотиву відкриття власної справи

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

Можливості та бар'єри, пов'язані з тісним взаємозв'язком професійного та особистого життя жінок

№	Прояви зв'язків	Бар'єри	Можливості
1	Необхідність поєднувати виховання дітей, роботу по дому з бізнесом	Перевтома, стрес, почуття провини перед дітьми, стереотипи	Діти є стимулом до праці, існує можливість виховувати послідовників своєї справи
2	До бізнесу часто залучені члени родини	Неформальні відносини між начальником та підлеглими	Сильна вмотивованість, згуртованість, взаємозамінність
3	Чоловіки часто виконують роль спонсорів жіночого бізнесу	Втрата самостійності, небезпека домагань	Значна підтримка, можливість залучення інвестицій та додаткових ресурсів

Джерело: сформовано автором на основі джерела [12]

- інфраструктура для розвитку бізнесу;
- значна кількість постійних перевірок, контролю.

Найбільшими проблемами, що заважають розвитку жіночого бізнесу у Хмельницькій області, респонденти вважають фінансові проблеми (49%), недостатність знань та досвіду (38%), недосконалість ринку (13%).

Найбільш поштовхом до відкриття власної справи для 46% опитаних стало важке матеріальне становище (рис. 5).

Респонденти відзначили, що власна справа позитивно сприймається чоловіком (90%), але підтримка часто зводиться до порад та позитивного ставлення. Тільки 40% жінок отримують від своїх чоловіків фізичну допомогу, а 20% – фінансову.

Також опитані вважають, що найбільшими перешкодами для власної справи є неможливість відволіктись від виховання дітей (28%), недостатній рівень освіти (27%), ставлення чоловічої статі (11%), інші причини (34%) (рис. 6).

Порівняння взаємозв'язку роботи та особистого життя у чоловіків та жінок показує, що в останніх він є набагато сильнішим, що створює багато можливостей, але й не менше бар'єрів (табл. 2) [12].

Опитані жінки-підприємці вважають, що для надання малому підприємству динаміки сталого розвитку необхідно не перешкоджати (47%), організу-

увати курси, тренінги, круглі столи (25%), фінансово підтримувати (17%), морально стимулювати з боку влади та громади (11%).

Таким чином, стратегічними завданнями розвитку жіночого малого бізнесу має бути підвищення конкурентоспроможності, збільшення потенціалу, активізація інвестиційної активності на місцевому рівні та розвиток інфраструктури підтримки малого жіночого підприємництва.

Отже, задля розвитку інфраструктури підтримки малого бізнесу, підвищення професійної кваліфікації підприємниць, покращення умов діяльності, залучення жінок до бізнесу необхідно організувати проведення навчальних курсів, тренінгів, круглих столів, семінарів, громадських слухань з проблем розвитку жіночого бізнесу, щорічно проводити ярмарки, форуми, конкурси для жінок Хмельниччини, представляти успішні приклади діяльності жінок-підприємниць у місцевих засобах масової інформації, проводити опитування, аналітичні дослідження серед жінок-підприємниць для визначення потреб та основних перешкод у розвитку жіночого підприємництва.

Висновки із цього дослідження і подальші перспективи в цьому напрямі. Таким чином, основними причинами освоєння жінками малого бізнесу є гендерна самореалізація, прагнення досягти незалежного матеріального становища, професійного рівня й

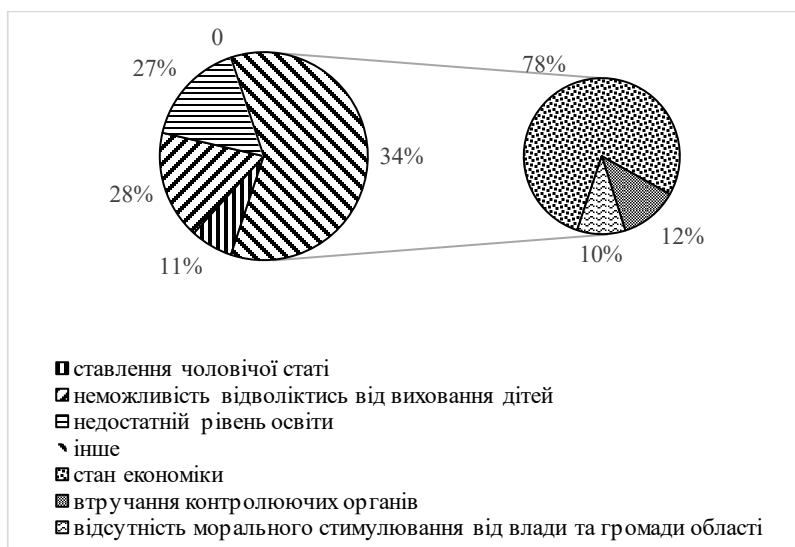


Рис. 6. Результати опитування респондентів щодо найбільших перешкод для жінок у бізнесі

Джерело: сформовано автором на основі проведеного дослідження

соціального статусу загалом, можливість застосувати на практиці свої потенційні навички та здібності, особисту креативність, бажання відчувати власну значимість та довести її чоловіку або партнеру.

Перевагу малого бізнесу серед жінок можна пояснити також тим, що жіноче підприємництво здебільшого зосереджене у тих галузях, особливості виробництва яких не потребують значної кількості працівників, а також тим, що жінки прагнуть через «подвійну зайнятість» знайти баланс між роботою та сім'єю, що є обмеженням для розширення підприємства.

Проте можна стверджувати, що у сфері малого бізнесу жінки мають менше можливостей реалізувати свою діяльність через існування бар'єрів різного характеру, що негативно впливає на активність та успіх жінок, понижуючи їх прагнення до самореалізації.

Оскільки жінки в Україні складають більше половини населення, то допомога їм у розвитку підприємництва та зростанні їх бізнесу сприятиме становленню більш конкурентоздатної економіки та буде важливим фактором більшого залучення представниць жіночої статі до суспільно-політичних справ.

Подальше вивчення гендерних аспектів лідерства буде спрямовано на більш детальне дослідження проблем, що виникають на шляху жінок та чоловіків до керівних посад та після їх досягнення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Журженко Т. Маргінальна економічна діяльність і місце в ній жінок. Гендерний аналіз українського суспільства. ПРООН, Представництво в Україні. Київ : Златограф, 1999. 148 с.
2. Коломієць О. Взаємозв'язки дітородної активності та жіночої зайнятості в розвинених країнах. *Стратегічні пріоритети*. 2009. № 1(10). С. 128–136.
3. Стрельник О. Поняття соціального потенціалу в інтерпретації проблеми гендерної нерівності (за матеріалами соціологічних досліджень). *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2006. № 4. С. 147–160.
4. Суковата В. Гендерний аналіз реклами. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2002. № 2. С. 176–182.
5. Ісакова Н. Гендерні збіги та відмінності в діяльності й оцінках українських підприємців. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*. 2001. № 2. С. 144–153.
6. Dyshkantiuk O., Salamatina S., Polishchuk L., Komarnytskyi I., Tserklevych V., Nedobiichuk T. Modern Hotel Business Management Tools. *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*. 2020. № 11(6). P. 226–238. URL: <http://www.iaeme.com/IJARET/issues.asp?JType=IJARET&VType=11&IType=6> (accessed 25.07.2020).
7. Церклевич В., Коваль Л., Антошкова Н. Тренди фастфуду у першій чверті XXI ст.: споживацькі запити «міленіалів» та їстівний посуд. *Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць / ред. кол.: П. Куцик, В. Алопій, Б. Семак та ін. Вип. 25*. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2019. С. 45–53.
8. Матвійчук Т., Церклевич В., Коломієць О. Психологія споживачів кави і компетентність бариста. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету / ред. кол.: П. Куцик, Б. Семак та ін. Вип. 58*. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2019. (Економічні науки). С. 99–106.
9. Tserklevych V., Koval L., Kolomiets O., Komarnytskyi I., Sheludchenkova A., Khmara M. Trends of Fast Food in the First Quarter of the XXI Century: Consumer Requests

of Millennials and Utensils Edible. *International Journal of Management*. 2020. № 11(7). P. 453–462. URL: <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=7> (accessed 25.07.2020).

10. Koval L., Tserklevych V., Popovich O., Bukhta S., Hurman O., Komarnytskyi I. Gender Targeting of Restaurants' Visitors – Representatives of Generation Z. *International Journal of Management*. 2020. № 11(6). P. 155–162. URL: <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=6> (accessed 25.07.2020).

11. Малий та середній бізнес в Україні дає 55% ВВП. 2019 / Інформаційне агентство. УНІАН. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/10596576-maliy-ta-seredniy-biznes-v-ukrajini-daye-55-vvp-kabmin.html> (дата звернення: 25.07.2020)

12. Смаль В. Інклюзивний розвиток бізнесу: жіноче підприємництво. Аналітичне дослідження. 2018. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/490/Woman_Business_PLEDDG_2019.pdf (дата звернення: 25.07.2020).

13. Peterson R., Weirmair K. Woman Entrepreneurs Economic Development Change. *Journal of Development Planning*. 1988. № 18.

14. Піжук О. Розвиток малого підприємництва як один із шляхів гармонізації гендерних процесів в Україні. *Збірник наукових праць Національного університету Державної податкової служби України*. 2011. № 1. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=znpuudps_2011_1_45 (дата звернення: 25.07.2020).

15. Гендерні ініціативи міст і громад України. Кращі практики та рекомендації. 2019. URL: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/528/Gender_initiatives_in_Ukraine.pdf (дата звернення: 25.07.2020).

16. The Global Gender Gap Report 2020. World Economic Forum. URL: http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2020/?doing_wp_cron=1580282663.7331809997558593750000 (accessed 25.07.2020).

17. Жарова Л. Глобальний гендерний розрив в 2019 році: висновки для України. *Гендер в деталях*. 2020. URL: <https://genderindetail.org.ua/library/ekonomika/globalniy-genderniy-rozriv-v-2019-rotsi-visnovki-dlya-ukraini-1341342.html> (дата звернення: 25.07.2020).

18. Кількість жінок-підприємців зростає за останні роки. Опендатабот. 2019. URL: <https://opendatobot.ua/blog/299-8-march> (дата звернення: 25.07.2020).

REFERENCES

1. Zhurzenko, T. (1999), "Marginal economic activity and the place of women in it", *Hendernyi analiz ukrainskoho suspilstva*, p. 148.
2. Kolomiets, O. (2009), "Relationships between child-bearing and women's employment in developed countries", *Stratehichni priorytyty*, no. 1(10), pp. 128–136.
3. Strelnyk, O. (2006), "The concept of social potential in the interpretation of the problem of gender inequality (according to sociological research)", *Sotsiolohiia: teoriia, metody, marketynh*, no. 4, pp. 147–160.
4. Sukovata, V. (2002), "Gender analysis of advertising", *Sotsiolohiia: teoriia, metody, marketynh*, no. 2, pp. 176–182.
5. Isakova, N. (2001), "Gender similarities and differences in the activities and assessments of Ukrainian entrepreneurs", *Sotsiolohiia: teoriia, metody, marketynh*, no. 2, pp. 144–153.
6. Dyshkantiuk, O., Salamatina, S., Polishchuk, L., Komarnytskyi, I., Tserklevych, V. and Nedobiichuk, T. (2020), "Modern Hotel Business Management Tools", *International Journal of Advanced Research in Engineering and Technology*, no. 11(6), available at: <http://www.iaeme.com/IJARET/issues.asp?JType=IJARET&VType=11&IType=6> (accessed 25 July 2020).

7. Tserklevych, V., Koval, L. and Antoshkova, N. (2019), "Trends of fast food in the first quarter of the XXI century: consumer requests of millennials and utensils edible", *Pidpryemnytstvo i torhivlia*, vol. 25, pp. 45–53.
8. Matviichuk, T., Tserklevych, V. and Kolomiets, O. (2019), "Psychology of coffee consumers and the competence of the barista", *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu*, vol. 58, pp. 99–106.
9. Tserklevych, V., Koval, L., Kolomiets, O., Komarnitskyi, I., Sheludchenkova, A. and Khmara, M. (2020), "Trends of fast food in the first quarter of the XXI century: consumer requests of millennials and utensils edible". *International Journal of Management*, no. 11(7), available at: <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&ITType=7> (accessed 25 July 2020).
10. Koval, L., Tserklevych, V., Popovich, O., Bukhta, S., Hurman, O. and Komarnitskyi, I. (2020), "Gender Targeting of Restaurants' Visitors – Representatives of Generation Z". *International Journal of Management*, no. 11(6), available at: <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&ITType=6> (accessed 25 July 2020).
11. News agency UNIAN (2019), "Small and medium business in Ukraine accounts for 55% of GDP", available at: <https://www.unian.ua/economics/finance/10596576-maliy-ta-seredniy-biznes-v-ukrajini-daye-55-vvp-kabmin.html> (accessed 25 July 2020).
12. Analytical research (2018), "Inclusive business development: women's entrepreneurship", available at: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/490/Woman_Business_PLEDDG_2019.pdf (accessed 25 July 2020).
13. Peterson, R., Weirmair, K. (1988), "Woman Entrepreneurs Economic Development Change", *Journal of Development Planning*, no. 18.
14. Pizhuk, O. (2011), "Development of small business as one of the ways of harmonization of gender processes in Ukraine". *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoho universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy*, no. 1, available at: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=znpnudps_2011_1_45 (accessed 25 July 2020).
15. Best practices and recommendations (2019), "Gender initiatives of cities and communities of Ukraine", available at: https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/528/Gender_initiatives_in_Ukraine.pdf (accessed 25 July 2020).
16. World Economic Forum (2020), "The Global Gender Gap Report 2020", available at: http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2020/?doing_wp_cron=1580282663.7331809997558593750000 (accessed 25 July 2020).
17. Zharova, L. (2020), "The global gender gap in 2019: conclusions for Ukraine". *Hender v detaliakh*, available at: <https://genderindetail.org.ua/library/ekonomika/globalniy-genderniy-rozriv-v-2019-rotsi-visnovki-dlya-ukraini-1341342.html> (accessed 25 July 2020).
18. Opendatobot (2019), "The number of women entrepreneurs has increased in recent years", available at: <https://opendatobot.ua/blog/299-8-march> (accessed 25 July 2020).

Стаття надійшла до редакції 29 травня 2020 р.

УДК 504:316.422:339.138:316.77

Дайновський Ю. А.

yddd@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8421-2104

Researcher ID: F-3903-2019

д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Гліненко Л. К.

lkg2002@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3105-4568

Researcher ID: K-3740-2017

к.т.н., доц., доцент кафедри ЕЗІКТ,

Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів

Вовчанська О. М.

olcja-2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8005-345X

Researcher ID: F-3473-2019

к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

КОМУНІКАТИВНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ЕКОІННОВАЦІЙ

Анотація. У статті досліджуються актуальні проблеми розвитку екологічних інновацій, а також реальна і потенційна роль екологічно спрямованих комунікацій і маркетингу. Метою статті є виявлення стану впровадження екологічних інновацій в Україні і можливостей маркетингових комунікацій щодо сприяння цьому процесу. Підтверджена значна суспільно-економічна важливість екологічних інновацій, які сприяють розвитку ринку екологічних товарів і послуг, підвищенню рівня екологічної безпеки, ефективнішому використанню природних ресурсів, підвищенню конкурентоспроможності підприємств і їхньої продукції, виходу товарів і послуг підприємств на світовий ринок, оскільки саме на цьому ринку екологічні вимоги є найбільш жорсткими. Проаналізовано позицію України у світових рейтингах за глобальним інноваційним індексом, індексом екологічної ефективності, індексом стану навколишнього середовища і індексом життєздатності екосистеми, а також стан справ зі впровадження екологічних інновацій на підставі даних Державної служби статистики України. Підкреслена важливість поєднання в екологічних бізнес-проектах суспільно-значущих складників із суто практичними доказами того, що інвестиції забезпечуватимуть відповідний рівень прибутку на вкладений капітал. Наведено приклади успішних українських екоінновацій, а також маркетингових і комунікаційних технологій, застосованих для їх впровадження і виведення на ринок. Підкреслено, що формування ринку екологічних інновацій передбачає забезпечення належного рівня і відтворення екологічного попиту, екологічну орієнтацію виробництва, створення і підтримання мотивів екологізації. Показано негативний вплив грінвошингу, спекулювання виробників, маркетологів, рекламодавців на суспільній значущості екоінновацій із метою просування на ринок продуктів з удаваними екологічними властивостями. Підкреслено важливість розроблення і впровадження системи критеріїв грінвошингу і санкцій у разі виявлення випадків його застосування, а також системи моніторингу за правдивістю екологічної реклами.

Ключові слова: екологічні інновації, ефективність інновацій, маркетинг, комунікації.

Daynovskyy Yu. A.

yddd@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8421-2104

Researcher ID: F-3903-2019

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Marketing,

Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Hlinenko L. K.

lkg2002@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3105-4568

Researcher ID: K-3740-2017

Ph.D., Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Electronics and Information Technology,

National University "Lviv Polytechnic", Lviv

Vovchanska O. M.

olcja-2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8005-345X

Researcher ID: F-3473-2019

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing,

Lviv University of Trade and Economics, Lviv

COMMUNICATION AND MARKETING ASPECTS OF ECO-INNOVATIONS

Abstract. The article investigates current problems of environmental innovation development, as well as the real and potential role of environmentally oriented communications and marketing. The aim of the article is to find out the state of implementation of ecological innovations in Ukraine and the possibilities of marketing communications to facilitate this process. A significant social and economic role of environmental innovations that contribute to the development of the market of environmental goods and services, improving environmental safety, efficient use of natural resources, increasing the competitiveness of enterprises and their products, bringing the goods and services of enterprises to the world market is confirmed since this market environmental requirements are the most stringent. Positions of Ukraine in world rankings of The Global Innovation Index, Environmental Performance Index, the Environmental Condition Index and The Ecosystem Vitality Index as well as the state of implementation of ecological innovations based on the data of the State Statistics Service of Ukraine have been analyzed. The importance of combining socially significant components in environmental business projects with purely practical evidence proving the investment to provide an appropriate level of return on investment was emphasized. Examples of successful Ukrainian eco-innovations, as well as marketing and communication technologies used for their implementation and launching are presented. It has been pointed out that formation of the ecological innovations market provides for ensuring an appropriate environmental demand level and reproduction, for the ecological orientation of production, creation and maintenance of ecologization motives. The negative impact of green-washing and of the speculation of producers, marketers, advertisers on the public importance of eco-innovations in order to promote products with alleged ecological properties to the market is shown. The importance of developing and implementing a system of criteria for green-washing and penalties for it in case its application is identified as well as a system of monitoring the environmental advertising credibility is emphasized.

Key words: ecological innovations, innovations efficiency, marketing, communications.

JEL Classification: M31, M37, O31, Q56

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-04>

Постановка проблеми. Екологічні інновації у сучасний період стають одним із провідних засобів забезпечення збалансованого економіко-соціального розвитку суспільства. У сучасному світі досягнення у будь-якій сфері діяльності людства не можуть бути успішними, якщо вони тим чи іншим способом не враховують екологічні аспекти.

Екологічні інновації у наш час є вельми актуальними, адже вони забезпечують:

- підвищення рівня екологічної безпеки;
- зростання економічного потенціалу і результатів економічної діяльності підприємств;
- підвищення конкурентоспроможності підприємств і їхньої продукції;
- можливість виходу товарів і послуг підприємств на світовий ринок, оскільки саме на цьому ринку екологічні вимоги є найбільш жорсткими.

Екоінновації тісно пов'язані з маркетингом і комунікаціями, оскільки, з одного боку, комунікативні і маркетингові заходи необхідні для успішного впровадження цих інновацій, а з іншого – створені в результаті інновації інноваційні продукти у процесі свого доведення до споживачів також потребують популяризації і комерційного визнання, тобто комунікативних і маркетингових зусиль. Отже, аналіз комунікативних і маркетингових аспектів екоінновацій є важливим і актуальним для успішної реалізації нововведень у всіх сферах суспільно-економічного життя.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням ролі комунікацій і маркетингу в інноваційному процесі присвячена значна кількість праць відомих зарубіжних і вітчизняних учених, вони знайшли відображення у наукових статтях [7; 10; 13; 18], дисертаціях [17], монографіях [15], навчальній літературі [1; 8].

Окремі автори у своїх працях торкаються суті й особливостей саме екологічних інновацій і специфіки їх просування на ринок [2; 4; 5; 7; 9; 10; 13; 17; 18].

За об'єктом оновлення екологічні інновації поділяють на технологічні або процесні (ощадні технології, замкнуті виробничі цикли, каскадні технології), технічні (ресурсозберігаюча, багатофункціональна, ремонтпридатна техніка), продуктові (дружні до довкілля товари і послуги), маркетингові (постачання екологічно безпечних сировини, матеріалів, напівфабрикатів, маловитратні маркетингові технології, нові способи популяризації екологічних товарів), організаційно-управлінські (нові бізнес-моделі, екологічний менеджмент), регулятивні (нові механізми та інституції регулювання, стимулювання, дестимулювання суб'єктів), інформаційні та освітні (нові способи комунікацій і методи навчання) [4].

Останнього часу набула популярності доктрина сталого суспільно-економічного розвитку. В її основі – забезпечення збалансованого розвитку і вирішення головних соціально-економічних проблем з одночасним збереженням навколишнього природно-ресурсного середовища не тільки у теперішньому часі, але і для прийдешніх поколінь. Концепція сталого розвитку спирається на екологізацію економічної діяльності, формування такого механізму господарювання, який адекватно поєднував би потенціал подальшого розвитку з ефективним захистом природного середовища [10; 13]. У цьому сенсі концепція сталого розвитку повністю збігається з засадничими положеннями сучасної концепції соціально-етичного, соціально-відповідального, холістичного маркетингу.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення стану впровадження екологічних інновацій в Україні і можливостей маркетингових комунікацій щодо сприяння цьому процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Екологічна ситуація країни є комплексною категорією, вона визначається багатьма аспектами як господарської практики, так і побутової поведінки усіх членів суспільства. Дати характеристику екологічної ситуації в Україні і ролі екологічних інновацій у її покращенні можна за допомогою низки даних, які характеризують окремі сторони цієї проблеми.

За глобальним інноваційним індексом у рейтингу серед 129 країн світу Україна перемістилася з 71 місця у 2013 р. до 47 місця у 2019 р. [19]. Проте такий позитивний результат характеризує загальний інноваційний розвиток, що ж до інновацій у сфері екології, то у цьому плані ситуація в Україні є суттєво гіршою.

Так, за Індексом екологічної ефективності (EPI) [16] Україна посідає 109 місце серед 180 країн світу і 41 місце серед 43 країн Європи (52,87 балів зі 100 теоретично можливих, на першому місці з 87,42 балами – Швейцарія). Індекс стану навколишнього середовища для України – 64,44, на першому місці Фінляндія з 99,35 балами; індекс життєздатності екосистеми для України – 45,16, на першому місці з 83,32 балами – Швейцарія [16].

Треба зауважити, що окремі екологічні показники мають дуже сильну варіацію у різних країнах світу. Наприклад, за загальноєвропейської тенденції до зростання частки відновлюваної енергії у валовому кінцевому споживанні енергії у Норвегії вона становить 69,4%, Швеції – 53,8, Австрії – 33,5%, Великій Британії – 9,3%, Нідерландах – 6% [5]. Світові лідери за індексом стану навколишнього середовища – Фінляндія (99,35) і Ісландія (98,41) – посідають досить скромні позиції у рейтингу країн Європи за індексом життєздатності екосистеми (Ісландія – 22 місце, Фінляндія – 24) [16]. Проте Україна майже за всіма екологічними характеристиками займає місця у другій половині європейських рейтингів.

За даними ЮНЕСКО, Україна займає 95-е місце зі 122 країн світу за рівнем раціонального використання і якості водних ресурсів. Критичним є стан земельних ресурсів в Україні: ерозія близько 57,5% земель, забруднення близько 20% території, щорічні втрати гумусу – 0,65 т / га [10]. Непогана динаміка в окремих аспектах екологічного розвитку проявляється виключно на тлі

низьких абсолютних рівнів окремих показників. Так, наприклад, кількість приватних господарств із сонячними електроустановками збільшилася в Україні з 2016 р. до 2017 р. у 2,7 рази, але в абсолютному вимірі становила лише дещо більше 3 тисяч господарств [5].

На жаль, наявна статистична звітність не містить даних безпосередньо про впровадження екологічних інновацій, тому спробуємо зробити певні висновки на підставі інформації, яка певною мірою пов'язана з такими інноваціями. Так, у річних звітах Державної служби статистики України наводиться інформація про загальну кількість впроваджених нових технологічних процесів, у тому числі маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів. Аналіз цих даних за останні роки показує нібито досить позитивну динаміку, з табл. 1 видно, що щорічно впроваджується від 1,2 до майже 3,5 тис. нових технологічних процесів, з яких від 20 до 46 відсотків пов'язані з ресурсозбереженням, відповідно, мають екологічну спрямованість. Більше того, як видно з останньої графі цієї таблиці, є підстави говорити про певне зростання відсотка впроваджених маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів у загальній їх кількості. Проте щорічні дані показують значні коливання цього відсотка і не дають достатнього підтвердження цій тенденції на зростання, особливо якщо додати, що з 2002 до 2009 року частка ресурсозберігаючих технологічних процесів не знижувалася менше 37%, а у 2007 р. сягала навіть 44,7%. Якщо ж додати до цього, що частка підприємств, які впроваджували інновації, у загальній кількості промислових підприємств за усі роки XXI сторіччя не піднімалася вище 16,6%, а частка обсягу реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) промислових підприємств у 2017–2018 рр. знизилася до 0,7–0,8% [3], причому далеко не всі з цих інновацій пов'язані з екологією, то стає зрозумілим, що ситуацію з упровадженням екоінновацій в Україні ніяк не можна вважати задовільною.

Ще одним аспектом господарської діяльності, наявні статистичні дані про який дають змогу певною мірою судити про стан екоінноваційної діяльності в Україні, є очищення стічних вод під час водовідведення. У статистичних звітах виділяють забруднені

Таблиця 1

Впровадження інновацій на промислових підприємствах України

Роки	Впроваджено нових технологічних процесів, од.		у т.ч. маловідходних, ресурсозберігаючих		Частка впроваджених маловідходних, ресурсозберігаючих технологічних процесів, %	
	За окремі роки	За періоди 2010–2012, 2013–2016 і 2017–2018 рр.	За окремі роки	За періоди 2010–2012, 2013–2016 і 2017–2018 рр.	За окремі роки	За періоди 2010–2012, 2013–2016 і 2017–2018 рр.
2010	2043	6741	479	1550	23,4	23,0
2011	2510		517		20,6	
2012	2188		554		25,3	
2013	1576	8025	502	2155	31,9	26,9
2014	1743		447		25,6	
2015	1217		458		37,6	
2016	3489		748		21,4	
2017	1831	3833	611	1537	33,4	40,1
2018	2002		926		46,3	

Джерело: розраховано на основі [3]

зворотні води і нормативно очищені води. Логічно вважати співвідношення цих показників індикатором екологічності водовідведення. Як видно з табл. 2, у 2018 р. співвідношення нормативно очищених і забруднених вод становило 1,11, тобто скидання нормативно очищених вод лише на 11% перевищує скидання забруднених вод. Разюче різниться це співвідношення в окремі роки – від 0,38 у 2005 р. до 1,98 у 2016 р. Щорічні стрибкоподібні зміни цього показника призводять до неможливості його об'єктивної оцінки. Так, якщо у 2018 році цей показник суттєво покращився порівняно з 2013 роком (зріс з 0,86 до 1,11), то він одночасно і катастрофічно погіршився порівняно з 2016 роком (падіння з 1,98 до 1,11), що мало би означати реальне екологічне лихо. Як бачимо, протягом аналізованого періоду поступово зменшувалася потужність очисних споруд із майже 8 млрд м³ у 2000 р. до менш ніж 5,4 млрд м³ у 2018 р. Стохастичною виглядає і динаміка співвідношення нормативно очищених вод і потужності очисних споруд – навряд чи можна сподіватися, що у цій галузі впроваджувалися суттєві екологічні інновації, якщо нормативне очищення вод становить менше 20% від наявних для їх очищення потужностей.

Інноваційний процес охоплює низку різнопланових стадій перетворення інноваційної ідеї в товар чи послугу, проходить етапи досліджень, створення інноваційного продукту, маркетингу, реалізації, зворотного зв'язку зі споживачами з циклічним поверненням до попередніх етапів.

Як і будь-які види інновацій, екологічні інновації вимагають інвестицій. Тому важливим є створення і підтримання сприятливого інвестиційного клімату як на рівні держави, так і на рівні конкретних підприємств. На макроекономічному рівні стан інвестиційного середовища залежить від сукупності політичних, економічних, нормативно-правових та інших чинників, їхньої стабільності і прогнозованості. На мікроекономічному рівні інвестиційна привабливість визначається конкретними господарськими відносинами інвесторів із підприємствами, що залучають інвестиції, їхніми трудовими колективами, фінансово-кредитними установами, місцевими державними органами. Важливою є узгодженість між макро- і мікрорівнями інвестиційного клімату, оскільки інвестори сприймають їх у сукупності як єдине ціле.

Специфікою екологічних інновацій є те, що для більшості інвесторів їхня велика суспільна роль не матиме великого значення. Інвестори здебільшого мають суто прагматичні підходи до об'єктів інвестування, їх цікавить стабільність і надійність доходів на вкладений капітал, рівень і характер ризиків. Тому

екологічні бізнес-проекти повинні поєднувати як суспільно-значущий складник, спрямований на покращення екологічного середовища, так і суто практичні докази того, що інвестиції забезпечуватимуть відповідний рівень прибутку на вкладений капітал.

Екологізація господарської діяльності часто досягається за рахунок заходів природоохоронного змісту, які полягають у встановленні певних санкцій за забруднення навколишнього середовища, обмежень на споживання, прогресивних шкал тарифів на перевищення норм споживання, що може негативно сприйматися у підприємницькому середовищі. Реальним і ефективним напрямом усунення протиріччя між зростанням виробництва і чистотою природного середовища є розроблення і впровадження екологічних інновацій, причому не тільки в окремих підприємствах, але і у межах цілих галузевих і міжгалузевих виробничих комплексів з метою тотальної екологізації економіки.

Україна є учасницею 18 природоохоронних конвенцій, природоохоронне співробітництво здійснюється у межах 44 довгострокових міжнародних угод і договорів [11].

Одним із позитивних прикладів є нагорода, отримана українською компанією «НБУЛОН» від Європейського банку реконструкції та розвитку, яку він визнав бронзовим призером конкурсу за видатні досягнення в галузі управління зміною клімату, сталого енергетики, сприяння підвищенню екологічної і соціальної ефективності у категорії «Екологічні і соціальні інновації» з інвестиційною програмою щодо розширення та модернізації зернової логістичної інфраструктури шляхом подальшого розвитку перевезень зерна внутрішніми водними шляхами [12].

Як свідчать експерти, серед українських компаній можна виділити приблизно 150–170 розробників «зелених» інновацій і кліматичних технологій [7], діяльність яких охоплює такі сектори економіки, як вітряна електроенергетика, виробництво та експлуатація сонячних батарей, електротранспорт, «розумний» дім і системи енергоефективності, системи вентиляції і кондиціонування, рішення для відновлюваної енергетики і «зеленого» будівництва, а також логістика і фармацевтика. Українська компанія «Червона хвиля» виробляє деталі для літаків зі зменшеною кількістю викидів CO₂. Фермерське господарство «Лиманськ» заснувало аквапонічну ферму, на якій продукти життєдіяльності риби використовуються замість хімікатів як природні добрива для вирощування зелені. Компанія «АГК Україна» винайшла пакування, що дозволяє відмовитися від холодильників під час перевезення і зберігання ліків. В українському IT-бізнесі тисячі фахівців працюють на «зелені» проекти для світового ринку. У 2019 р. компанія CLAP –

Таблиця 2

Динаміка показників водовідведення в Україні, млн м³

Показники	2000	2005	2010	2013	2016	2017	2018
Скинуто у поверхневі водні об'єкти:							
– забруднених зворотних вод	3313	3444	1744	1717	698	997	952
– нормативно очищених вод	2100	1315	1760	1477	1381	1023	1058
Співвідношення нормативно очищених і забруднених вод	0,63	0,38	1,01	0,86	1,98	1,03	1,11
Потужність очисних споруд	7992	7688	7425	7592	5690	5415	5378
Співвідношення нормативно очищених вод і потужності очисних споруд, %	26,28	17,10	23,70	19,45	24,27	18,89	19,67

Джерело: розраховано на основі [14]

розробник технології «розумного будинку» – була представлена у Швейцарії під час Давоського форуму і викликала значну зацікавленість серед мерів міст, підприємців ЄБРР та бізнесу [9].

Та попри значні успіхи окремих компаній у плані впровадження екологічних інновацій загалом екологічні проблеми в Україні протягом останніх десятиліть суттєво поглибилися внаслідок недостатньої уваги до них з боку державних органів, керівництва підприємств і організацій, громадянських спільнот і окремих посадових осіб. Не створено вагомих передумов для переходу від сировинної моделі економіки до екологічної та інноваційної. Громадськість досить часто стає свідком того, як комерційні інтереси окремих підприємств і підприємців превалюють над екологічними інтересами суспільства. Зрозуміло, що це погіршує інвестиційну привабливість як окремих підприємств і проектів, так і країни загалом.

Формування ринку екологічних інновацій передбачає забезпечення належного рівня і відтворення екологічного попиту, екологічну орієнтацію виробництва, створення і підтримання мотивів екологізації. У процесі формування ринку екологічних інновацій слід виділяти загальнонаціональні, регіональні, локальні та особисті екологічні інтереси. Про інтереси споживачів може свідчити їхнє ставлення до екологічних проблем: зі зростанням занепокоєності споживачів екологічними проблемами зростає їхня зацікавленість в екологічних інноваціях.

Виробництво і продаж екологічних товарів тісно пов'язані з маркетингом, який покликаний забезпечувати їхній успіх на ринку. Важливим елементом маркетингу є комунікації, адже рівень конкурентоспроможності екоінноваційних товарів значною мірою залежить від думки громадськості, іміджу виробників в очах споживачів. Тому надзвичайно важливими є комунікаційні заходи з розповсюдження інформаційних матеріалів, організації акцій, проведення прес-конференцій, презентацій, участі у виставках тощо.

Роль комунікацій у маркетингу екологічних інновацій посилюється у зв'язку з тим, що вплив на споживачів може здійснюватися не тільки з боку виробничих і торговельних підприємств, але і з боку інших споживачів, які вже придбавали і випробовували відповідні товари чи послуги. Зараз в епоху повсюдного проникнення Інтернету споживачі вільно висловлюють свої думки стосовно позитивного чи негативного ставлення до певних товарів, активно впливають на формування громадської думки і здійснюють зворотний вплив на виробників, змушуючи їх більшою, ніж 15–20 років тому, мірою дбати про якість і екологічність своєї продукції.

Наприкінці ХХ століття виник такий напрям маркетингу, як грінвошинг [2]. Це хоча і нешкідлива, але водночас не зовсім добросовісна діяльність, пов'язана зі спекулюванням на суспільній значущості екоінновацій з метою просування на ринок продуктів з удаваними екологічними властивостями, це намагання представляти звичайні товари чи бренди як екологічно особливі.

Продуцент одноразового посуду у своєму слогані наголошує на необхідності зупинити засмічення планети. Готелі пропонують гостям для зменшення негативного впливу на екологію використовувати рушники багато разів, не міняючи їх щоденно. Грінвошинговими аферами останніх років були екопакети, що роз-

кладалися за певний час, але це розкладання означало не повне самознищення, а лише розпад на дрібніші пластикові частинки, а також одноразовий посуд, що був зроблений із крохмалю, але, тим не менше, містив також і пластик. Зелений колір стін магазину або упаковки, зображення листочків, дерев або планети підсвідомо асоціюються з природою, екологічністю, хоча реально нічого спільного з ними не мають. Нещодавно ТМ «Моршинська» стала наголошувати у своїй рекламі: «ще менше пластику» – зменшення використання пластику може бути мізерним, проте цей аргумент покликаний відігравати маркетингову роль.

Про масштаби поширення грінвошингу свідчить зокрема введення відповідних заборон в українське законодавство [6]. В Україні діє система сертифікації продукції органічного виробництва, несертифікована продукція не може позначатися державним логотипом для органічної продукції, у її маркуванні заборонено використання будь-яких позначень та написів «органічний», «біодинамічний», «біологічний», «екологічний», «органік» та/або будь-яких однокоренових та/або похідних слів від цих слів із префіксами «біо-», «еко-» тощо будь-якими мовами. Таке маркування вважається обманом покупця або замовника, тягне за собою накладення штрафу, а продукція підлягає вилученню. Реклама неорганічних продуктів як органічних, використання відповідних слів у власних назвах та торговельних марках вважається недобросовісною рекламою. Правомірність відповідних маркувань можна перевірити зокрема на сайтах Міжнародної служби з акредитації органічних речовин (International Organic Accreditation Service) та Мінагрополітики України.

З кожним роком з'являється все більше компаній, продуктів та сервісів, які за допомогою інновацій сприяють покращенню екологічної ситуації. У таких випадках відображення суті інновації абсолютно обгрунтовано стає центральним моментом маркетингової і рекламної кампанії. Так, у 2019 році [4]:

- французький стартап R-PUR анонсував початок реалізації на ринках Гонконгу, Китаю, Південної Кореї та Японії спеціальних масок зі змінним фільтром, що блокує частинки розміром до 0,05 мкм, тобто до 0,00005 мм;

- у Сінгапурі компанією Smoking Cabin SG були впроваджені кабінки для курців, система фільтрації в яких активується від датчиків руху і дозволяє повністю очистити повітря, що виходить назовні;

- Ikea оголосила про виведення на ринок занавісок Gunrid, які під впливом електричного освітлення очищують повітря і знищують токсини у приміщенні;

- індійська фірма Nanoclean Global приступила до виробництва нанофільтрів, що розташовуються у ніздрях людини і захищають її від забрудненого повітря, бактерій, пилу та алергенів.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Попри значну увагу, що приділяється в нашій державі стимулюванню інноваційного розвитку і помітним успіхам окремих інноваційно активних компаній, Україна, на жаль, посідає одне з останніх місць у європейських рейтингах за індексом екологічної ефективності, а також індексами стану навколишнього середовища і життєздатності екосистеми. Тому важливими є наукові розробки, спрямовані на створення і підтримання сприятливого інвестиційного клімату для впро-

вадження екологічних інновацій як на рівні держави, так і на рівні конкретних підприємств.

Екологічний маркетинг і екологічно спрямовані маркетингові комунікації отримали суттєве поширення на ринку споживчих товарів, проте поки що відіграють досить незначну роль на ринку технологій і товарів виробничого призначення, що не сприяє розвитку і впровадженню екологічних інновацій.

Для підвищення довіри споживачів до інноваційних екологічних продуктів і українських екологічних брендів потребує розроблення і впровадження системи критеріїв грінвошингу і санкцій у разі виявлення випадків його застосування, а також система моніторингу за правдивістю екологічної реклами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Галушкіна Т. П., Грановська Л. М., Кисельова Р. А. Екологічний менеджмент та аудит : навч. посіб. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2013. 456 с.

2. Грінвошинг: як бренди вдають, що вони "еко". URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/eco/286807-greenwashing>

3. Державна служба статистики України. Впровадження інновацій на промислових підприємствах (2000-2018). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Екологічні інновації. URL: <http://www.management.com.ua/tend/tend1135.html>

5. Еколого-енергоефективні інноваційні технології як фактор розвитку соціально-екологічної відповідальності бізнесу. URL: http://www.kdu.edu.ua/Documents/KSNR_economica_2019/w16.pdf

6. Закон України "Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції" // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 36, ст. 275.

7. Зінченко Р. Зелене "зеленого": хто і як розвиває екологічні технології в Україні. URL: <https://mind.ua/openmind/20197773-zelenishe-zelenogo-hto-i-yak-rozvivae-ekologichni-tehnologiyi-v-ukrayini>

8. Клименко М. О., Заленський І. І. Техноекология : навч. посіб. Київ : В.Ц. "Академія", 2011. 256 с.

9. Костерін В. Екологія, інновації, інвестиції – кризь призму скорочення ризиків. URL: <https://business.ua/special/102-spetsproekt-enerhiia-ekolohiia-ekonomika/6024-volodimir-kosterin-ekologiya-innovatsiji-investitsiji-kriz-prizmu-skorochennya-rizikiv>

10. Мартієнко А. І., Бондаренко С. А. Екологічні інновації в регіональній інноваційній системі. *Ефективна економіка (Електронний журнал)*. 2015. № 8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4232>

11. Механізм формування ринку екологічних інновацій. URL: http://www.childflora.org.ua/?page_id=75

12. "НИБУЛОН" отримав нагороду від ЄБРР за екологічні та соціальні інновації. URL: <http://nibulon.com/news/novini-kompanii/nibulon-otrimav-nagorodu-vid-ebr-za-ekologichni-ta-socialni-innovacii.html>

13. Ребриня Н. Екологічні інновації як інструмент досягнення екологічної безпеки транскордонного регіону. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2013. № 9. С. 26–29.

14. Статистичний щорічник України за 2018 рік. Житомир : ТОВ "Бук-друк", 2019. С. 175.

15. Шиманський С. Й., Бойченко С. В. Інноваційні екологічно безпечні технології у водовідведенні : монографія. Київ : ЦУЛ, 2018. 320 с.

16. 2018 EPI Results. URL: <https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-topline>

17. Araszkievicz K. Innowacje ekologiczne a konkurencyjność gospodarki regionu : praca doktorska /

K. Araszkievicz. Poznań : Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, 2012. 243 s.

18. Szpor A. Ekoinnovazione w Polsce: Stan obecny, bariery rozwoju, możliwości wsparcia / A. Szpor, A. Śniegocki. Warszawa : Instytut Badań Strukturalnych, 2012. 28 s.

19. The Global Innovation Index 2019. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>

REFERENCES

1. Halushkina, T. P., Hranovs'ka, L. M. and Kysel'ova, R. A. (2013), *Ekolohichnyj menedzhment ta audyt : navch. posib.*, OLDI-PLYuS, Kherson, 456 s.

2. Hrinvosynh: iak brendy vdaiut', scho vony "eko" (2019), available at: <https://www.the-village.com.ua/village/city/eco/286807-greenwashing>

3. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2020), *Vprovadzhenia innovatsij na promyslovykh pidpryemstvakh (2000–2018)*, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Ekolohichni innovatsii (2019), available at: <http://www.management.com.ua/tend/tend1135.html>

5. Ekoloho-enerhoefektyvni innovatsijni tekhnolohii iak faktor rozvytku sotsial'no-ekolohichnoi vidpovidal'nosti biznesu (2019), available at: http://www.kdu.edu.ua/Documents/KSNR_economica_2019/w16.pdf

6. Zakon Ukrainy "Pro osnovni pryntsyipy ta vymohy do orhanichnoho vyrobnytstva, obihu ta markuvannia orhanichnoi produktsii" (2018), *Vidomosti Verkhovnoi Rady (VVR)*, № 36, st. 275.

7. Zinchenko, R. (2019), *Zelenishe "zelenoho": khto i iak rozvyvaie ekolohichni tekhnolohii v Ukraini*, available at: <https://mind.ua/openmind/20197773-zelenishe-zelenogo-hto-i-yak-rozvivae-ekologichni-tehnologiyi-v-ukrayini>

8. Klymenko, M. O. and Zalen's'kyj, I. I. (2011), *Tekhnoloohiia: navch. posib.*, V.Ts. "Akademiia", Kyiv, 256 s.

9. Kosterin, V. (2019), *Ekolohiia, innovatsii, investytsii – kriz' pryzmu skorochennia ryzkyv*, available at: <https://business.ua/special/102-spetsproekt-enerhiia-ekolohiia-ekonomika/6024-volodimir-kosterin-ekologiya-innovatsiji-investitsiji-kriz-prizmu-skorochennya-rizikiv>

10. Martiienko, A. I. and Bondarenko, S. A. (2015), *Ekolohichni innovatsii v rehional'nij innovatsijnij systemi, Efektyvna ekonomika (Elektronnyj zhurnal)*, 2015, № 8, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4232>

11. Mekhanizm formuvannia rynku ekolohichnykh innovatsij (2020), available at: http://www.childflora.org.ua/?page_id=75

12. "NIBULON" otrymav nahorodu vid YeBRR za ekolohichni ta sotsial'ni innovatsii (2018), available at: <http://nibulon.com/news/novini-kompanii/nibulon-otrimav-nagorodu-vid-ebr-za-ekologichni-ta-socialni-innovacii.html>

13. Rebryna, N. (2013), *Ekolohichni innovatsii iak instrument dosiahnennia ekolohichnoi bezpeky transkordonnoho rehionu, Naukovyj visnyk Skhidnoevropejs'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, № 9, s. 26–29.

14. Statystychnyj schorichnyk Ukrainy za 2018 rik (2019), TOV "Buk-druk", Zhytomyr, s. 175.

15. Shymans'kyj, S. J. and Bojchenko, S. V. (2018), *Innovatsijni ekolohichno bezpechni tekhnolohii u vodovidvedenni: monohrafiia*, TsUL, Kyiv, 320 s.

16. 2018 EPI Results (2020), available at: <https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-topline>

17. Arashkevych, K. (2012), *Innovatsije ekolohichne a konkurentsijnoshch hospodarki rehionu: pratsa doktorska, Universytet Ekonomiczny v Poznaniu, Poznan*, 243 s.

18. Szpor, A. and Shniehotski, A. (2012), *Ekoinnovazione w Pol'stse: Stan obetsny, bar'iery rozvoiu, mozhlivoshchi vspartsiia*, Instytut badan' struktural'nykh, Varshava, 28 s.

19. The Global Innovation Index, (2019), available at: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>

Стаття надійшла до редакції 2 квітня 2020 р.

УДК 330.341.1

Зайченко В. В.

zaychenko@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3648-2258

Researcher ID: I-3836-2017

к.н. держ. упр., доц., декан факультету економіки та менеджменту,

Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький

ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ АКТИВІЗАЦІЇ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. Мета статті полягає в обґрунтуванні дієвих сучасних інструментів реалізації державної політики, спрямованої на стимулювання активізації трансферу технологій та забезпечення розвитку ринку інтелектуальної власності в Україні. Ідентифіковані сучасні виклики функціонування та подальшого розвитку ринку прав на об'єкти інтелектуальної власності в Україні, пов'язані з відсутністю системи делегування повноважень і забезпечення координації діяльності відповідних установ, низьким рівнем комерціалізації досліджень науково-дослідних установ, відсутністю наукових кластерів і R&D-центрів, недовиконанням приватним сектором України завдання з його виступом провідним постачальником технологій і джерелом попиту на об'єкти інтелектуальної власності, неефективною діяльністю посередників трансферу технологій у сфері комерціалізації, поглинанням інновацій і поширенням інформації про високі технології, наявністю суперечливих регулюючих норм права на інтелектуальну власність та трансфер технологій, які містяться у нормативно-правових актах, створюють неоднозначні та невизначені умови для діяльності мостових організацій, наукових установ, новаторів і користувачів інтелектуальної власності. Визначено концептуальну конфігурацію моделі ринку інтелектуальної власності в Україні. Обґрунтовано інституційні, нормативні та фінансові інструменти активізації трансферу технологій і комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.

Ключові слова: технологічна конкурентоспроможність економіки, інтелектуальна власність, трансфер технологій, державне регулювання.

Zaychenko V. V.

zaychenko@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3648-2258

Researcher ID: I-3836-2017

Ph.D., Associate Professor, Dean of the Economics and Management Faculty,

Central Ukrainian National Technical University, Kropyvnytskyi

INSTRUMENTS OF THE STATE POLICY OF TECHNOLOGY TRANSFER REVITALIZATION AND INTELLECTUAL PROPERTY MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

Abstract. The purpose of the article is to substantiate the effective modern instruments for implementing state policy aimed at stimulating the technology transfer and ensuring the intellectual property market development in Ukraine. There are identified current challenges to the functioning and further development of the intellectual property rights market in Ukraine, related to the lack of a system of power delegation and coordination of relevant institutions, low level of commercialization of research institutions, lack of research clusters and R&D centers, failure of the private sector of Ukraine to fulfill the task of a leading supplier of technology and a source of demand for intellectual property, inefficient activities of technology transfer intermediaries in the field of commercialization, absorption of innovations and dissemination of information on high technology, conflicting regulations on intellectual property rights, which are contained in regulations, create ambiguous and uncertain conditions for the activities of bridge organizations, research institutions, innovators and users of intellectual property. The conceptual configuration of the intellectual property market model in Ukraine is determined. Institutional, normative and financial instruments of intensification of technology transfer revitalization and commercialization of intellectual property objects are justified.

Key words: technological competitiveness of the economy, intellectual property, technology transfer, government regulation.

JEL Classification: O38

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-05>

Постановка проблеми. Світовий конкурентний ландшафт, пов'язаний з економікою знань, розвивається, змінюється та постійно вдосконалюється. Поява ринку інтелектуальної власності (ІВ), на якому патенти відокремлюються від новатора й стають активами, є однією з нових особливостей розвитку інноваційної економіки країни. Незважаючи на те, що патентна комерціалізація використовується довгий час у багатьох країнах світу, формуються новітні корпоративні стратегії щодо реалізації прав ІВ, збільшуються обсяги ліцензій та отриманих роялті. Ринок ІВ в Україні перебуває на етапі формування. ІВ лежить у центрі економічного успіху корпорацій, а розвиток ринку ІВ визначає динаміку технологічної, інноваційної та економічної конкурентоспроможності країни, оскільки патентні стратегії мають пріоритетне значення для стійких міжнародних економічних зв'язків та відносин у сучасних умовах.

Ефективне функціонування ринку ІВ є драйвером економічного розвитку країни, змінює конкурентну поведінку суб'єктів бізнесу, які володіють потужними ресурсами, формує корпоративні стратегії, додаючи їм гнучкості та мобільності на світових ринках технологій. Оскільки сучасні корпорації зобов'язані динамічно реагувати на зміни у сфері інновацій і технологій, впровадження споживачів і конкурентоспроможні виклики, сформований ринок ІВ забезпечує потенційну перевагу країни у використанні високих технологій, тому ринок ІВ може розглядатися як найважливіша детермінанта високої інноваційної інфраструктури країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню концептуальних положень інноваційної та технологічної діяльності присвячені праці С. Давимуки [1], Т. Васильців [2], В. Мунтіяна [6], Ю. Полунєєва [9]. Над аналізуванням факторів та чинників, які визначають технологічну конкурентоспроможність національного господарства, працювали І. Козловський [3], Л. Лісовська [4], Р. Лупак, Ю. Осадчук [10], І. Матюшенко [5], Д. Покришка [8]. Проте питання дослідження сучасних ефективних інструментів державної політики, орієнтованих на активізацію трансферу технологій та розвиток ринку інтелектуальної власності в Україні, потребують більш детального опрацювання.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування дієвих сучасних інструментів реалізації державної політики, спрямованої на стимулювання активізації трансферу технологій та забезпечення розвитку ринку інтелектуальної власності в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до глобального індексу інноваційної діяльності Всесвітньої організації інтелектуальної власності, сильними сторонами системи ІВ в Україні є велика кількість науковців та випускників ЗВО у сфері техніки, міжнародне фінансування валових внутрішніх витрат на наукові дослідження та розробки, розвиток сфери знань, створення НОІВ, значна кількість заявок на корисні моделі. Варто наголосити на слабких сторонах України у сфері ІВ, якими є низька ефективність національної інноваційної системи та якість регулювання ІВ, відсутність наукових кластерів і бізнес-моделей промислового підприємства, повільний розвиток альянсів з передачі ТТ, низький рівень комерціалізації та просування інформаційно-комунікаційних технологій.

Натомість сучасними викликами розвитку ринку ІВ в Україні є такі.

1) Відсутність системи делегування повноважень і забезпечення координації діяльності відповідних установ (міністерств, інших суб'єктів сфери ІВ), слабкий інституційно-інноваційний потенціал України.

В Україні відповідальність за систему науки, освіти, техніки та інновацій несуть два міністерства, обов'язки яких розподілені між фундаментальними та прикладними дослідженнями. Міністерство освіти і науки здійснює нагляд за базовими дослідженнями, тоді як формування та реалізацію державної політики у сфері ІВ і ТТ контролює Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. На практиці діяльність між вітчизняними науковими колами й промисловими підприємствами несинхронізована, відсутня координація дій щодо забезпечення співпраці між вітчизняними науковими, науково-дослідними організаціями та приватним сектором. Водночас Законом України про державне регулювання діяльності у сфері ТТ визначено правові, економічні, організаційні та фінансові засади регулювання ІВ і ТТ, напрями забезпечення ефективного використання науково-технічного та інтелектуального потенціалу України.

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 червня 2016 р. № 402-р схвалена Концепція реформування державної системи правової охорони ІВ, що стало початковим етапом інституційної реформи сфери державного управління захисту прав ІВ. Державну службу інтелектуальної власності в Україні ліквідували, а її функціональні обов'язки виконує Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. Найвищим державним органом системи правової охорони ІВ є державна організація «Національний офіс інтелектуальної власності» (НОІВ), основним завданням якої є забезпечення функціонування мережі центрів підтримки технологій та інновацій. Окрім того, НОІВ на перспективу має стати Національним навчальним центром інтелектуальної власності за підтримки Академії ВОІВ (Стартап-Академії).

2) Низький рівень комерціалізації досліджень науково-дослідних установ, відсутність наукових кластерів та R&D-центрів.

Наукові установи, які виконують фундаментальні дослідження, галузеві науково-дослідні організації та конструкторські бюро, діяльність яких зосереджена на прикладних дослідженнях, не мають відповідних стимулів на здійснення інноваційної діяльності. Заклади вищої освіти в Україні переважно надають лише освітні послуги, а їхня участь у науково-дослідній та інноваційній діяльності є низькою. Слабка підприємницька та інноваційна культура, відсутність потенціалу, досвіду та ресурсів для управління та комерціалізації ІВ є головними стримувальними факторами створення потужних наукових кластерів і центрів, основними завданнями є інноваційна діяльність, трансфер та поглинання технологій.

Наукова сфера в Україні значною мірою покладається на державне фінансування й не має договірних відносин із приватним сектором у сфері ІВ. Крім того, наукові установи не фокусується на технологічних інноваціях, сучасних принципах і методах управління, використанні інформаційно-комунікаційних технологій та інших сприятливих технологій для підвищення

ефективності та комерціалізації інновацій, тому нарощення науково-технологічного потенціалу науково-дослідними установами, співпраця з міжнародними корпораціями, промисловими підприємствами, спільна координаційна робота закладів вищої освіти, центрів розробки інновацій і приватного сектору сприятимуть створенню наукових кластерів, інноваційних агентств і R&D-центрів.

3) Приватний сектор України не є провідним поставальником технологій і джерелом попиту ІВ.

Інвестиції приватного сектору у сферу інновацій і наукових розробок є надзвичайно низькими, їхні обсяги зменшуються порівняно з міжнародними та європейськими практиками, де державне фінансування наукових досліджень і розробок має пріоритетне значення, але має також комерційне значення через основну спрямованість. Приватний сектор не створює попит на науково-дослідні послуги та розробки, хоча спостерігається мінімальний попит на дослідження у стартапів та експідприємств, які тільки розпочинають реалізовувати свій інноваційний потенціал. Небагато інноваційних малих та середніх підприємств залишаються експортно-орієнтованими. Промисловість України зосереджена в низьких науково-дослідних сферах, а експорт має тенденцію до менш інтенсивних науково-дослідних сфер економіки. Регіональні ринки України не мотивовані здійснювати інноваційну діяльність через низький конкурентний тиск та домінування державних підприємств в основних наукових дослідженнях і розробках.

Відсутність конкуренції у сфері інновацій і технологій, низький попит на приватні науково-дослідні послуги послаблюють зв'язки між приватним сектором та сферою R&D. Так, дослідники, науковці та новатори, не маючи інформації про потреби чи проблеми приватного сектору, є пасивними учасниками спільних інноваційних проєктів, а їхня участь у грантових та міжнародних проєктах є дуже низькою, тому результати наукової та інноваційної діяльності залишаються у царині публікацій і не перетворюються на комерційні чи технологічні рішення проблем національної економіки, промисловості чи приватного сектору.

4) Неefективна діяльність посередників ТТ у сфері комерціалізації, поглинання інновацій і поширення інформації про високі технології.

Законодавчі акти передбачають створення та функціонування різних типів посередників та мостових організацій у сфері ТТ, таких як бізнес-інкубатори, технологічні парки, наукові парки, кластери, центри. Незважаючи на те, що нормативна база дозволяє їхнє створення, участь наукових центрів та кластерів у процесі комерціалізації інновацій шляхом ліцензування або створення спінінгових організацій є низькою. Низький рівень державного фінансування на формування інноваційної інфраструктури та орієнтація лише на фінансову підтримку інноваційно-технологічних схем не створюють сприятливих умов для комерціалізації ІВ через підтримку спінінгової діяльності.

5) Суперечливі регулюючі норми права ІВ і ТТ, які містяться в нормативно-правових актах, створюють неоднозначні та невизначені умови для діяльності мостових організацій, наукових установ, новаторів і користувачів ІВ.

Так, науково-дослідна установа є першим власником права ІВ над державними технологіями, за винят-

ком секретних технологій. Працівник-винахідник не має прав на реверсію. Однак Законом України про винаходи та корисні моделі передбачено, що за певних обставин права ІВ можуть повернутися винахіднику. Невідповідність двох нормативно-правових актів щодо отримання прав ІВ створює несприятливі умови для ТТ і комерціалізації винаходів.

ІВ в Україні повинна стати однією з основних складових частин торгових операцій, оскільки у світових торговельних потоках переважають наукоємні товари та послуги, які зростають швидше, ніж капіталомісткі та трудомісткі потоки. Так, знання, а не ресурсоємні компоненти становлять близько 50% поточних світових торговельних потоків, а інтенсивність використання наукоємних компонент у 1,3 рази більше, ніж трудомістких потоків. Це частково можна пояснити зростанням трудомістких послуг, таких як комп'ютерні послуги (програчне забезпечення, обробка інформації), науково-дослідні та дослідно-конструкторські послуги, бізнес-послуги (юридичні, бухгалтерські, рекламні тощо), які забезпечують проміжні вкладення в іншу економічну діяльність.

З огляду на світові тренди розвитку системи ІВ формування ринку ІВ в Україні стимулює інноваційну діяльність вітчизняних суб'єктів бізнесу, надаючи можливість власникам права ІВ отримати компенсацію за свої інтелектуальні та науково-дослідні роботи. Ефективне функціонування ринку ІВ сприяє залученню іноземних інвестицій, фінансових активів інших новаторів і міжнародних організацій, які мають намір уникнути порушення права ІВ.

Ефективність перетворення результатів досліджень на інноваційні продукти, послуги й процеси визначатиме вплив державних інвестицій у сферу науки, технологій та інновацій. Стимулювання ТТ є пріоритетним напрямом розвитку ринку ІВ в Україні, де, на відміну від США та країн Західної Європи, комерціалізація досліджень не є основною місією сфери R&D. Покращення передачі знань від науково-дослідних установ до ринку сприяє створенню додаткових високооплачуваних робочих місць і стимулюванню економічного зростання країни. Як наслідок, необхідно реалізовувати адекватну державну політику, спрямовану на активізацію технологічної діяльності та комерціалізацію об'єктів ІВ.

Реалізація ефективної державної політики, спрямованої на розвиток ринку ІВ та стимулювання ТТ, передбачає багатоступеневий, інтерактивний процес. У розвинених країнах регуляторні реформи ринку ІВ спрямовані на заклади вищої освіти, пов'язані з удосконаленням контрактного, майнового та трудового законодавства, законодавчих актів, які регулюють права ІВ (патенти, торговельні марки, авторські права та корисні моделі), а також національну систему науки, освіти, техніки та інновацій. Навіть незважаючи на те, що ліцензування, створення спінінгових організацій і комерціалізація є ефективними інструментами розвитку ринку ІВ, у розвинених країнах велике значення мають також висока мобільність студентів та викладачів, укладання міжнародних наукових контрактів та консалтингова діяльність науковців, новаторів і викладачів.

Формування ефективної системи ІВ в Україні вимагає попереднього реформування сучасного законодавства у галузі патентів, товарних знаків, авторських

прав, промислових зразків та комерційних таємниць, створення центру ІВ, відповідального за вивчення, реєстрацію й надання права ІВ, а також R&D-центрів, які акумулюватимуть кваліфікованих спеціалістів (новаторів, науковців, агентів з інновацій, ліцензійних спеціалістів), інноваційних агентств, які зможуть надавати послуги до- і післяліцензійного обслуговування (подання заявок, узгодження ліцензій щодо запатентованої технології, врегулювання суперечок щодо права ІВ), спінінгових організацій.

Забезпечення ефективного процесу спінації створить сприятливі умови для розвитку стартапів на основі материнської організації та виведення новацій на ринок ІВ. Таким чином, спінінгові організації – це альтернативний інструмент комерціалізації технологій разом з ліцензуванням, отже, розвитку ринку ІВ. Push-факторами створення спінінгових організацій в Україні є наміри новаторів володіти правами власності на інновацію/технологію, отримати роялті, уникнути конфлікту інтересів. Для економіки це створення додаткових робочих місць (дослідник одночасно може працювати у спінінговій організації, науково-дослідній установі та R&D-центрі) і наповнення бюджету.

ТТ-центр і мостові організації є альтернативними інструментами забезпечення ТТ і виступають брокерами на ринку ІВ. Вони можуть надавати цілий спектр послуг, зокрема моніторинг ринку, розроблення грантів, технічна підтримка, виконувати посередницькі функції, які сприяють комерціалізації об'єктів ІВ. Через мінливе глобальне інноваційне середовище відбувається функціональний розвиток системи посередників ТТ, зокрема мостових організацій. Новими функціями посередників ТТ є забезпечення й підтримка ІВ (наприклад, післяліцензійне обслуговування, консалтинг), маркетинг непатентних послуг, адміністрування прав ІВ, забезпечення культури інновацій, створення інноваційних фондів і венчурних організацій. Для формування ефективної системи посередників ТТ необхідно вдосконалити законодавчу базу щодо забезпечення гнучкості та адаптації посередників ТТ до ринкових умов, перетворення їх на сучасні альянси чи бізнес-структури.

Оскільки національна система ІВ в Україні залежить від державного фінансування, ефективним інструментом розвитку ринку ІВ в Україні може бути отримання міжнародного фінансування від Організації економічного співробітництва та розвитку, яке надається задля просування концепції відкритої науки та інновацій. Необхідною умовою отримання міжнародних коштів є створення ТТ-центрів на основі нових моделей управління (наприклад, регіональні креативні центри (паби)) та новітніх напрямів діяльності (обслуговування декількох науково-дослідних установ у сфері технологій задля їхнього поглинання).

Пропозиція ринку ІВ характеризується відсутністю необхідних стимулів для здійснення інноваційної діяльності та інноваційної чи підприємницької культури в секторі державних досліджень. Новатори, науковці та інші спеціалісти залишаються підпорядкованими міністерствам та державним установам, хоча останнім часом цей зв'язок став слабший.

Приватний сектор, який формує попит на ринку ІВ в Україні, не є брокером ТТ, оскільки переважають великі державні організації, які домінують на ринку

й користуються державними субсидіями. Функціонування приватного сектору економіки, зокрема малих і середніх підприємств, а також спінінгових організацій і стартапів, обмежене окремими структурними проблемами, такими як доступ до фінансових ресурсів, неконкурентоспроможні ринки, низький інноваційний потенціал організацій, слабка управлінська практика та відсутність державної підтримки інвестицій у сфері науки, техніки та інновацій. Приватний сектор фінансує розвиток місцевих науково-дослідних установ у малих обсягах, а фінансова підтримка від грантів та податкових пільг на наукові дослідження й розробки є мінімальною.

Україна має розробити системи ТТ та політику розвитку ІВ, яка відповідатиме власним потребам, ресурсам та поточному рівню соціально-економічного розвитку країни. Необхідно враховувати потреби новаторів та користувачів ІВ, глобальне, національне та регіональне інноваційне середовище, а також зберегти фундаментальну цілісність науково-дослідних установ. Державну політику у сфері ІВ та ТТ необхідно доповнити адекватною політикою щодо трудового та освітнього законодавства, доступу до результатів досліджень у сфері технологій, підвищення рівня національної інноваційної культури та посилення зв'язків між сферами освіти, науки й бізнесу. Активізація технологічної діяльності та комерціалізації об'єктів ІВ вимагає проведення інституційної та законодавчої реформи, інструменти та заходи реалізації якої наведено в табл. 1.

Для України як імпортера ІВ велике значення має підтримка зв'язків із міжнародними джерелами інновацій. Державні органи влади повинні забезпечити ефективну систему стимулів для залучення прямих іноземних інвестицій через спільні науково-дослідні альянси та інші мостові організації на регіональні ринки, генерування й поширення знань в економіці країни. Не менш важливими є міжнародний захист прав ІВ і підтримка в процесі міжнародної комерціалізації технологій.

Забезпечення чіткої компетенції у сфері ІВ і ТТ між різними установами дасть змогу уникнути конфлікту інтересів між учасниками інноваційного процесу і, навпаки, доповнити компетенціями одна одну. Реалізація цього інструменту дасть змогу зменшити транзакційні витрати та мінімізувати використання людських і фінансових ресурсів. Одночасно надання фінансової автономії науково-дослідним установам сприятиме швидкому процесу здійснення будь-яких фінансових операцій та уникненню бюрократичних процедур. Додатковим інструментом є надання R&D-центрам, зокрема закладам вищої освіти, науковим кластерам, прав на вільне розпорядження коштів, отриманих від контрактних досліджень, а також використання доходів від ліцензування ІВ. Більший ступінь фінансової самостійності установ наукової сфери дасть їм змогу використовувати венчурний капітал для комерціалізації технологій. Іншим джерелом фінансування можуть бути спеціалізовані інвестиційні фонди, діяльність яких зосереджена у потенційно прибуткових інноваційних проектах.

Системний моніторинг діяльності спінінгових організацій як спеціальний інструмент регулювання системи ІВ сприятиме відслідковуванню ефективності інноваційних проектів. У цьому фокусі необхідно роз-

Інструменти активізації ТТ і комерціалізації об'єктів ІВ

Інструменти	Заходи
Інституційний	Забезпечення чітких компетенцій у сфері ІВ та ТТ між різними установами.
	Сприяння системному моніторингу діяльності спінінгових організацій.
	Узгодження прав між новаторами та фінансовими альянсами.
	Заохочення розроблення та реалізації політики розвитку ІВ на інституційному рівні (правила, норми).
	Розроблення та поширення правил щодо запобігання конфлікту інтересів.
	Створення посередницьких і мостових установ з ТТ.
Нормативний	Розроблення інструкцій щодо визначення ставок роялті.
	Реформування національної законодавчої бази щодо ІВ і ТТ, зокрема трудового та фіскального законодавства, захисту прав ІВ.
	Моніторинг забезпечення прав ІВ (патенти, авторські права, корисні моделі, промислові зразки, торгові марки та комерційні таємниці).
Фінансовий	Встановлення додаткових правових норм щодо прав власності на державні технології як об'єкти ІВ.
	Надання стимулів дослідникам для розкриття знань та здійснення інноваційної діяльності.
	Надання фінансової автономії науково-дослідним установам, закладам вищої освіти та повної фінансової самостійності R&D-центрам.
	Забезпечення державної фінансової підтримки у процесі спінації.
	Надання пільгових кредитів венчурним організаціям та стартапам.

робити політику захисту прав ІВ з урахуванням інтересів фінансових альянсів та узгодженням дій учасників різних рівнів управління, зокрема кодекси й правила. Регулюючі дії мають забезпечити делегування права на об'єкти ІВ договірним сторонам, що мінімізує витрати, підвищить прозорість та полегшить використання ІВ третіми сторонами.

Як показує світова практика, розвиток ринку ІВ залежить від потенційних ставок роялті та можливості отримання пільгових кредитів венчурними й спінінговими організаціями. Викликом для України постає розроблення інструкції щодо визначення ставок роялті відповідно до міжнародних норм. Моніторинг ставок роялті, стан і тенденції національного ринку ІВ, зовнішні ринки технологій та інновацій є одними з ключових заходів розвитку національної системи ТТ.

В епоху цифрової економіки високі технології часто імітуються потенційними правопорушниками, що зменшує мотиваційні установки винахідника продовжувати здійснювати інноваційну діяльність, тому адекватний та ефективний захист прав ІВ даватиме змогу Україні здійснювати ТТ чи поглинати інновації і одночасно отримувати винагороду за винахідницьку діяльність, забезпечуючи прибутковість сфери R&D. Слабкий захист прав ІВ приводить до поширення технологій вітчизняними фірмами, тоді як надмірний захист прав ІВ – до неадекватного поширення знань, що уповільнює інтенсивність ТТ. Таким чином, вибір права ІВ залежить від інноваційного розвитку країни та її інституційного потенціалу. Повний захист прав ІВ панує у розвинених країнах, де потенційні новатори займаються інноваційною діяльністю, сприяючи економічному зростанню. Україна має використовувати слабкий захист прав ІВ задля швидкого поширення знань як важливого джерела розвитку технологій. Забезпечення більш сильного захисту прав ІВ може змусити Україну покладатися на вітчизняні організації,

які переважно зосереджуються на імітації технологій.

Висновки. Систематизація сильних і слабких сторін системи ІВ в Україні дала змогу виділити п'ять ключових викликів формування ринку ІВ, таких як відсутність системи делегування повноважень і забезпечення координації діяльності міністерств та інших суб'єктів сфери ІВ, слабкий інституційно-інноваційний потенціал України; низький рівень комерціалізації досліджень науково-дослідних установ, відсутність наукових кластерів і R&D-центрів; відсутність провідних постачальників технологій і джерел попиту ІВ; неефективна діяльність мостових організацій (посередників ТТ) у сфері комерціалізації та поглинання інновацій; суперечливі положення в нормативно-правових актах, які регулюють норми захисту прав ІВ, що створюють неоднозначні умови для діяльності суб'єктів ринку ІВ.

Констатовано, що найбільш ефективними інструментами активізації ТТ і комерціалізації об'єктів ІВ є інституційний (забезпечення чітких компетенцій у сфері ІВ та ТТ між суб'єктами ринку ІВ, проведення системного моніторингу діяльності спінінгових організацій, узгодження прав між новаторами та фінансовими альянсами, розроблення та поширення правил щодо запобігання конфлікту інтересів, створення посередницьких і мостових організацій з ТТ, розроблення інструкцій щодо визначення ставок роялті), нормативний (реформування національної законодавчої бази щодо ІВ і ТТ, моніторинг забезпечення прав ІВ, встановлення додаткових правових норм щодо прав власності на державні технології як об'єктів ІВ), фінансовий (забезпечення стимулів дослідникам для розкриття знань та здійснення інноваційної діяльності, надання фінансової автономії науково-дослідним установам, закладам вищої освіти та повної фінансової самостійності R&D-центрам, державна фінансова підтримка у процесі спінації, надання пільгових кредитів венчурним організаціям і стартапам).

ЛІТЕРАТУРА

1. Давимука С., Федулова Л. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», 2017. 528 с.
2. Васильців Т., Шехлович А., Васильців В. Фінансово-економічні інструменти стимулювання розвитку ІТ-сфери України. *Економічний дискурс*. 2017. № 4. С. 128–136.
3. Козловський І. Технологічна конкурентоспроможність і її значення для економіки України. *Ефективна економіка*. URL: http://scholar.google.com.ua/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fwww.irbis-nbuv.gov.ua
4. Лісовська Л., Луцак Н. Аналіз шляхів підвищення технологічної конкурентоспроможності України. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2010. № 683. С. 364–370.
5. Матюшенко І. Технологічна конкурентоспроможність України в умовах нової промислової революції і розвитку конвергентних технологій. *Проблеми економіки*. 2016. № 1. С. 108–120.
6. Мунтіян В. Конкурентоспроможність національної економіки як головний критерій економічної безпеки. *Механізм регулювання економіки*. 2009. № 2. С. 158–174.
7. Наукова та інноваційна діяльність України, 2017 рік : статистичний збірник. Київ : ДССУ, 2018. 176 с.
8. Покришка Д. Структурні чинники забезпечення конкурентоспроможності економіки України. *Стратегічні пріоритети*. 2006. № 1. С. 102–110.
9. Полунєєв Ю. Технологія економічного прориву: конкурентоспроможність країни та визначення стратегічних орієнтирів. *Демографія та соціальна економіка*. 2008. № 2. С. 29–41.
10. Орлик І., Васильців Т., Рудик С. Механізми та засоби активізації інноваційного розвитку підприємств роздрібної торгівлі. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 1. С. 102–109.

REFERENCES

1. Davymuka, S. and Fedulova, L. (2017), *Kreatyvnyj sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy : monohrafiia*, DU “Instytut rehional’nykh doslidzhen’ imeni M.I. Dolishn’oho NAN Ukrainy”, L’viv, 528 s.
2. Vasył’tsiv, T., Shekhlovych, A. and Vasył’tsiv, V. (2017), *Finansovo-ekonomichni instrumenty stymuliuвання rozvytku IT-sfery Ukrainy, Ekonomichnyj dyskurs*, № 4, s. 128–136.
3. Kozlov’s’kyj, I. *Tekhnolohichna konkurentospromozhnist’ i ii znachennia dlia ekonomiky Ukrainy, Efektyvna ekonomika*, available at: http://scholar.google.com.ua/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fwww.irbis-nbuv.gov.ua
4. Lisov’s’ka, L. and Luschak, N. (2010), *Analiz shliakhiv pidvyschennia tekhnolohichnoi konkurentospromozhnosti Ukrainy. Visnyk Natsional’noho universytetu “L’viv’s’ka politekhnika”*, № 683, s. 364–370.
5. Matiushenko, I. (2016), *Tekhnolohichna konkurentospromozhnist’ Ukrainy v umovakh novoi promyslovoi revoliutsii i rozvytku konverhennykh tekhnolohij, Problemy ekonomiky*, № 1, s. 108–120.
6. Muntian, V. (2009), *Konkurentospromozhnist’ natsional’noi ekonomiky iak holovnyj kryterij ekonomichnoi bezpeky, Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, № 2, s. 158–174.
7. *Naukova ta innovatsijna dial’nist’ Ukrainy, 2017 rik : stat. zbirnyk* (2018), DSSU, Kyiv, 176 s.
8. Pokryshka, D. (2006), *Strukturni chynnyky zabezpechennia konkurentospromozhnosti ekonomiky Ukrainy, Stratehichni priorytety*, № 1, s. 102–110.
9. Polunicev, Yu. (2008), *Tekhnolohiia ekonomichnoho proryvu: konkurentospromozhnist’ krainy ta vyznachennia stratehichnykh oriientyryv, Demohrafiia ta sotsial’na ekonomika*, № 2, s. 29–41.
10. Orlyk, I., Vasył’tsiv, T. and Rudyk, S. (2016), *Mekhanizmy ta zasoby aktyvizatsii innovatsijnoho rozvytku pidpriemstv rozdrubnoi torhivli, Visnyk Khmel’nyts’koho natsional’noho universytetu. Ekonomichni nauky*, № 1, s. 102–109.

Стаття надійшла до редакції 24 березня 2020 р.

УДК 657.1:640.6

Калайтан Т. В.

kalaitantv@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-4774-4990

Researcher ID: F-5828-2019

*к.е.н., доц., доцент кафедри аудиту, аналізу та оподаткування,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ДОХОДНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Анотація. У статті досліджено категорійний апарат управління доходами підприємств готельного бізнесу, зокрема поняття «управління доходністю» та «управління доходами». Визначено, що управління доходністю готелів є складовою частиною системи управління доходами. Виділення управління доходністю пов'язано з тим, що продаж номерів є основним джерелом формування доходів у готельному бізнесі. Але основною причиною такого виокремлення є те, що доходи від продажу номерів є доходами від фіксованого, обмеженого в часі ресурсу. В готельному бізнесі управління доходністю збалансовує тривалість перебування гостей та попит, маніпулюючи ціною і часом споживання. Таке балансування досягається шляхом використання специфічних методів управління. Застосування різних цінових стратегій, методів стимулювання попиту потребує не лише констатації їхньої дієвості, але й всебічної оцінки ступеня впливу змінних факторів у результаті застосування цих методів управління на формування доходності номерного фонду. Дослідження наукової літератури з аналітичного забезпечення управління доходністю готелів показали, що висвітлення цього питання має фрагментарний характер. З метою проведення аналітичної оцінки факторних впливів у процесі управління доходністю готельного бізнесу запропонована модель факторного аналізу, яка включає маржинальний дохід за проданий номер певного типу, кількість проданих номерів та їхню структуру. У статті проведено аналіз впливу зазначених факторів на основі запропонованої моделі на гіпотетичному прикладі готелю з чотирма типами номерів. Застосування такого підходу дає змогу визначити кількісний вплив розміру маржинального доходу від номера, кількості проданих номерів та їхньої структури на загальний маржинальний дохід готелю від продажу номерів за певний період часу.

Ключові слова: управління доходами, управління доходністю, готелі, факторний аналіз, маржинальний дохід.

Kalaitan T. V.

kalaitantv@gmail.com, ORCID ID:0000-0003-4774-4990

Researcher ID: F-5828-2019

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Audit, Analysis and Taxation,
Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

FACTOR ANALYSIS IN THE MANAGEMENT OF HOTEL BUSINESS ENTERPRISES PROFITABILITY

Abstract. The article examines the categorical apparatus of hotel revenue management, in particular the concepts of “yield management” and “revenue management”. It is determined that hotel yield management is an integral part of the revenue management system. The separation of yield management is due to the fact that the sale of rooms is the main source of revenue in the hotel business. But the main reason for this separation is that revenues from the sale of rooms are revenues from a fixed, time-limited resource. In the hotel business yield management balances a supply of perishable room nights against demand by manipulating price and stay time. Such balancing is achieved through the use of specific management methods. The use of various pricing strategies, methods of stimulating demand requires not only a statement of their impact, but also a comprehensive assessment of the degree of influence of variable factors as a result of the application of these management methods on the hotel yield formation. Research of scientific literature on analytical support of hotel yield management showed that consideration of this issue is fragmentary. In order to conduct an analytical assessment of factor influences in the process of hotel yield management, a factor analysis model is proposed, which includes the contribution margin per certain type room sold, the number of rooms sold and their structure. The article analyzes the influence of these factors using the proposed model on a hypothetical example of a hotel with four types of rooms. The use of this approach allows to determine the quantitative impact of the size of the contribution margin from the room, the number of rooms sold and their structure on the total contribution margin of the hotel from the sale of rooms for a certain period of time.

Key words: yield management, revenue management, hotels, factor analysis, margin contribution.

JEL Classification: M41, M10

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-06>

Постановка проблеми. Для ефективного управління доходами (*revenue management*) підприємств готельного бізнесу керівництву необхідно приймати своєчасні, обґрунтовані стратегічні та оперативні управлінські рішення, здійснювати регулювання різних складників формування сукупного доходу готелю. Головна увага повинна бути зосереджена на найбільш важливій ділянці – формуванні доходів від продажу номерів. З метою результативного управління доходами в цій сфері у світовій практиці використовують спеціалізовану систему – управління доходністю (*yield management*). Метою статті є ознайомлення менеджерів готелів із специфікою факторного аналізу маржинального доходу від продажу номерів, який може бути додатковим інструментом управління доходністю підприємств готельного бізнесу. Актуальність вибраної теми полягає в тому, що у зв'язку із застосуванням різноманітних методів стимулювання доходності готелів виникає потреба в аналітичній оцінці результатів факторних впливів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти управління доходами та доходністю готелів досліджені у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних учених, таких як: Р. Бадініеллі [9], Т. Бейкер [10], П. Белобаба [11], Т. Горін [27], С. Дженсей [17], П. Джонс [18], В. Жечев [16], С. Іванов [16, 26], Ш. Каймс [19–21], К. Костін [3], Д. Колієр [10], Р. Кросс [15], С. Купер [14], А. Леснік [4], К. Літлвуд [22], Дж. Мерфі [24], С. Нетессін [23], П. О'Коннор [24], Х. Серафін [26], Дж. Сіґуа [28], Дж. Уолкер [29], С. Чої [13], Н. Чхиквадзе [7], С. Шумейкер [27], Р. Шумський [23] та інші.

Частина науковців у своїх працях ототожнює поняття «управління доходами» (*revenue management*) та «управління доходністю» (*yield management*). Зокрема, Н. Чхиквадзе зазначає: «Одним із напрямів прогнозування і використання інформаційних систем в організаціях засобів розміщення є система управління доходами, або *revenue management (RM)* або *yield management (YM)*» [7].

А. Леснік, не відокремлюючи поняття «управління доходами» та «управління доходністю», відзначає: «Концепція управління доходом (*yield management*) досягла своєї популярності до 1980-х років і продовжує розвиватися до теперішнього часу». І далі: «По своїй суті управління доходом готелю є систематичним (автоматизованим) підходом до ціноутворення через процес управління запасами номерного фонду і рішенням щодо встановлення ціни на кожну кімнату в цьому запасі. Первинними цілями цього підходу є максимізація доходу за будь-який окремий проміжок часу» [4].

С. Іванов і В. Жечев, ототожнюючи ці два поняття, підкреслюють, що «управління доходами (доходністю) (RM) є важливим інструментом для зіставлення попиту і пропозиції шляхом поділу клієнтів на різні сегменти і розподіл потужностей між різними сегментами таким чином, щоб максимізувати доходи фірми» [16]. Управління доходами, на думку Х. Серафіна і С. Іванова, включає в себе різноманітні інструменти, такі як динамічне ціноутворення, диференціація цін, перебронювання та управління каналами, в тому числі і призначеними для оптимізації сервісної компанії [26].

С. Купер, С. Воло, В. Гартнер і Н. Скотт розглядають управління доходами як інструмент управління наявними потужностями: «Управління доходами є інструментом,

який допомагає продати потрібну потужність потрібному клієнту за правильною ціною і в потрібний час» [14].

Ш. Каймс протягом своєї наукової діяльності змінила позицію щодо понять YM і RM від відокремлення до поєднання. У 1989 р. вона описує управління доходністю як процес розподілу потрібного типу потужностей для правильного типу клієнта за правильною ціною, щоб максимізувати дохід або доходність. Таким чином, на її думку, мета управління доходністю полягає в тому, щоб визначити, якими повинні бути компроміси між ціною і кількістю клієнтів. Ш. Каймс зазначає, що управління доходністю (на початку його виникнення) було одним із методів, розроблених як спосіб виявлення переваг і збільшення доходів [21]. У 2003 р. Ш. Каймс доходить висновку, що управління доходами стало широко розповсюдженим явищем у готельному бізнесі, збагатилося новими технічними прийомами і навіть змінило назву з управління доходністю на управління доходами [19]. Дослідження, проведені Ш. Каймс у 2017 р., дали підстави зробити висновки про появу сучасної тенденції до збільшення уваги практиків на стратегічний аспект управління доходами, посилення централізації та появи окремих департаментів управління доходами в готельному бізнесі [20].

Частина науковців вважає, що ототожнювати поняття управління доходністю та управління доходами не зовсім правильно. Так, С. Шумейкер і Т. Горін відзначають, що «управління доходами (RM) часто плутають з управлінням доходністю (YM)». На думку цих дослідників, YM – це лише один із компонентів RM. Доходність – це співвідношення між фактичним і потенціальним доходом від номера, тоді як доходи готелю формуються не лише від продажу номерів [27]. П. Джонс визначає управління доходністю (YM) як складний підхід від продажу номерів, який базується на детальному аналізі та моніторингу попиту [18]. Вчений наголошує на важливості існування такої системи в готелях. Результати опитування 163 готелів Великобританії, проведені на той період часу, виявили наявність системи управління доходністю (YM) у 80% випадків.

С. Нетессін і Р. Шумський розглядають управління доходністю як окрему систему і зазначають, що «управління доходністю дозволяє оптимізувати дохід від інвестицій в потужності» [23]. Т. Бейкер і Д. Колієр відносять до управління доходністю динамічне ціноутворення, перебронювання і розподіл активів за сегментами ринку з метою максимізації доходів [10].

Певна частина науковців розглядає управління доходністю як технологію або метод. Так, Н. Чхиквадзе називає *Yield management* економічною технікою, спрямованою на визначення оптимальної цінової політики на базі зміни попиту на послуги підприємств гостинності [7, с. 106]. К. Костін визначає управління доходами (*Revenue management*) як технологію формування цінової політики на основі прогнозування попиту, яка спрямована на забезпечення високої доходності компанії. Основним завданням цієї технології в туристичному бізнесі, на думку цього автора, є досягнення оптимального співвідношення між попитом на послуги туристичного ринку і відповідною пропозицією [3].

Інші науковці розглядають управління доходністю як окрему систему, що є складовою частиною управління доходами. Як система управління вона має свої технічні прийоми і методи. Так, П. О'Коннор і

Дж. Мерфі в своєму дослідженні з'ясовують, чи використовують європейські готелі високого рівня три методи управління доходністю: змінні ціни на номери залежно від попиту на ринку; різну участь в інтернет-каналах з ринковим попитом; і диференціювання тарифів на інтернет-каналах в періоди високого попиту [24].

За період свого розвитку система управління доходністю готелів накопичила різноманітний інструментарій для практичної реалізації максимізації надходжень від надання послуг проживання. Глибоку оцінку використання дієвості різних методів управління доходністю можна здійснювати на основі використання прийомів і способів факторного аналізу. Питання полягає у формуванні економічної моделі з урахуванням специфіки галузі та мети проведення такого аналізу. У науковій літературі, присвяченій економічному аналізу діяльності готелів, цьому питанню не приділяється достатньої уваги. Окремі аспекти аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень з метою максимізації прибутку від надання місця проживання досліджено у монографії Ю. Маначинської [5]. У її роботі запропоновано алгоритм визначення оптимальної структури виручки від продажу номерів з метою максимізації прибутку. Теоретичні та практичні підходи до проведення маржинального аналізу в інших галузях економіки, які можуть бути адаптовані до специфіки готельного бізнесу, відображено у працях багатьох вчених. Зокрема, Т. Назаренко дослідила теоретичні та практичні аспекти маржинального аналізу на виробничих підприємствах [6], Т. Калайтан – на підприємствах ресторанного бізнесу [2], Б. Гринів – на торговельних підприємствах [1].

Постановка завдання. Варто відзначити, що зазначені вище дослідження управління доходністю підприємств готельного бізнесу, які мають теоретичний та прикладний аспекти, неоднозначно трактують терміни управління доходами та управління доходністю. Огляд сучасної літератури з цієї тематики також показав, що як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями приділяється недостатньо уваги застосуванню дієвих аналітичних інструментів у цій сфері управління. Відповідно, завдання цього дослідження полягає в уточненні понятійного апарату управління доходами готелів та у демонстрації можливості і доцільності використання методики факторного аналізу маржинального доходу від продажу номерів в управлінні доходністю підприємств готельного бізнесу з урахуванням галузевої специфіки.

Вклад основного матеріалу дослідження. Початок розвитку управління доходністю (*yield management*) пов'язують із появою першої моделі управління доходністю і ціноутворенням (відомої тепер як правило Літлвуда), запропонованою К. Літлвудом у 1972 р. під час його роботи в авіаційній компанії British Overseas Airways Corporation [22]. Компанія запропонувала своїм пасажирам два класи місць, структуровану модель знижок Earlybird («Рання пташка»). У своїй статті К. Літлвуд описує методи прогнозування і контролю за виручкою. Він вводить ідею максимізації виручки, а не максимізації кількості пасажирів, яких перевозить авіакомпанія. Робота К. Літлвуда заклала основи для багатьох моделей контролю доходності, які були розроблені пізніше. Згодом у 2004 р. ця стаття отримала історичну премію Секції управління доходами і ціноутворення, яка присуджується INFORMS.

Вперше термін «управління доходністю» ввів колишній голова та виконавчий директор авіакомпанії American Airlines Р. Кендалл у 1978 р. Він назвав управління доходністю «найбільш важливим технічним досягненням в управлінні перевезеннями з тих пір, як ми вступили в дерегулювання» [15]. Впровадження системи управління доходністю в авіаційному бізнесі США було викликано високою конкуренцією у цій галузі [21; 29]. Потужні авіалінії опинилися під тиском з боку «початківця» – авіакомпанії People-Express. Ця нова авіакомпанія почала використовувати в нефешенебельному аеропорту Newark Airport (неподалік від Нью-Йорку) послугу «без будь-яких надмірностей» для кількох крупних напрямів за неймовірно низькими цінами. Інші американські авіакомпанії протистояли цій конкуренції, використовуючи форми цінової дискримінації. Вони запропонували частину місць за ціною, яка була нижче, ніж та, яку People-Express могла витримати економічно, але зберегли більш високі тарифи для тих пасажирів, які були готові і могли платити більше. Таким чином інші авіакомпанії змогли відволікти пасажирів із низьким рівнем витрат від People-Express, зберігаючи при цьому пасажирів першого класу, які дають можливість отримати високий дохід. Це в кінцевому випадку привело до занепаду People-Express та поглинання компанії її колишнім конкурентом Continental. Повна версія цього драматичного періоду, який пов'язаний із управлінням доходністю в авіації, викладена у праці [15].

П. Белобаба в своїй дисертації на тему «Air Travel Demand and Airline Seat Inventory Management. Flight Transportation Laboratory» («Попит на авіаквитки і управління запасами місць. Лабораторія авіаперевезень») далі розвинув правило К. Літлвуда [11]. Модель очікуваного маржинального доходу від місця (EMSR), розроблена в цій дисертації, являє собою основу для прийняття рішень щодо максимізації доходів від перельоту. Вона застосовується до динамічного процесу перегляду ліміту бронювання для майбутніх рейсів, враховує факти перебронювання, а також ймовірності підвищення класу тарифу. Можна сказати, що правило К. Літлвуда [22] і підхід EMSR П. Белобаби [11] стали по суті революційним проривом в управлінні доходністю.

Пізніше система управління доходами була впроваджена в інших видах бізнесу, в тому числі і готельному, і це стало досить вигідним. Готелі Marriott (належить до готельної мережі International Marriott, яка має 7300 готелів на 1,9 млн номерів у 120 країнах) стали піонерами, які перейняли практику управління доходністю (середина 1990-х років) і включили її до своєї маркетингової стратегії [15]. Готельний менеджмент став більше цікавитися структурованими системами аналізу доходів. Готелі увійшли у трійку секторів економіки, які використовують принципи управління доходністю [12].

На думку С. Нетессіна і Р. Шумського, управління доходністю (*yield management*) являє собою стратегію змінного ціноутворення, базовану на розумінні, прогнозуванні та впливу на поведінку споживачів із метою максимізації доходу чи прибутку від фіксованого, обмеженого в часі ресурсу (такого, як місця в авіакомпанії чи бронювання готельних номерів або рекламний інвентар) [23]. Як особлива галузь управління доходами, що орієнтована на товарно-матеріальні запаси,

управління доходністю включає в себе стратегічний контроль над товарно-матеріальними запасами, щоб продавати потрібний продукт чи послугу потрібному клієнту в потрібний час за правильною ціною [30].

Основною метою управління доходністю, як зазначають Дж. Сігуа, Ш. Каймс і Дж. Гассенхеймер, є досягнення максимально можливого доходу за рахунок маніпулювання тарифами на кімнати залежно від попиту [28]. На думку Р. Бадіnellі, основна ідея управління доходністю полягає у тому, що різні клієнти готові платити різні тарифи за одне й те саме місце авіакомпанії чи номер у готелі [9]. С. Джонсей, І. Мітчелл і П. Сламет вважають, що управління доходністю дозволяє менеджерам пропонувати різні тарифи для різних клієнтів залежно від пропонованого попиту [17].

Є два основних підходи до ціноутворення: 1) базований на витратах і 2) ринковий. Витратний підхід до ціноутворення залежить від собівартості продукту. Ринковий підхід до ціноутворення більше фокусується на таких змінних, як попит на продукт і конкуренція. При ціноутворенні готельного номера перший витратний підхід буде базований на припущенні, що, наприклад, на кожен 1000 дол., включених до собівартості номера, слід отримувати прибуток у розмірі 1 дол. США [25].

Іншими словами, якщо побудувати номер коштує 150 000 дол., то ціна за такий номер повинна бути 150 дол. за ніч. Другий витратний підхід (його ще називають в англійській літературі «всхідний» підхід) базований на формулі Хабарда, яка дозволяє визначити ціну на номер у готелі [8]. Очевидно, що обидва підходи не враховують умови ринку та потребу клієнтів.

Ринкові підходи відображають принципи мікроекономіки, пов'язані з попитом і пропозицією. Безумовно, попит на готельні номери залежить від зміни цін на них. При визначенні цін на номер слід враховувати, яку суму грошей клієнти готові заплатити за цю послугу. Очевидною перевагою даного підходу є отримання актуальних відгуків від споживачів, він є більш трудомістким, ніж витратний підхід. Слід зазначити, що хоча вартість номера не найбільш складна змінна для управління менеджерами, але не існує універсального підходу, який може бути вигідним для всіх готелів. На відміну від виробничих підприємств, які можуть регулювати кількість виробленої продукції у залежності від попиту на неї, в готелях є фіксована кількість номерів, яка не може бути легко змінена протягом короткого періоду часу. Крім того, готельний бізнес досить чутливий до коливань попиту, які можна розбити на річні, щотижневі і щоденні.

Наприклад, готелі в Карпатах можуть бути майже або повністю заповнені в зимовий час через гірськолижні курорти, які приваблюють туристів зі всієї України. З іншого боку, готелі Одещини можуть бути заповнені протягом літніх місяців. Щотижневі закономірності будуть помітні в готелях, які обслуговують такий сегмент ринку, як бізнес та відпочинок. Ділові мандрівники залишатимуться в готелях більше протягом тижня, в той час як відпочиваючі можуть залишатися більше на вихідні та святкові дні. Щоденні закономірності відображають те, що більшість людей мають тенденцію залишати готель зранку і повертатися на ніч. Однак у багатьох випадках менеджери можуть коригувати таку змінну, як середня ціна номера, щоб компенсувати коливання. Без сумнівів, використання ретроспек-

тивних даних має серед інших факторів надзвичайне велике значення і є ключовим орієнтиром для майбутніх рішень. Ретроспективні дані необхідно проаналізувати з метою передбачення можливих коливань попиту і повного використання пропускну здатності готелів.

Тарифні обмеження можна поділити на категорії. Перша – фізичні обмеження, такі як тип номера, вид номера і вид місця розташування. Нефізичні тарифні обмеження включають у себе: а) характеристики клієнта, б) характеристики угоди і в) характеристики споживання. *Характеристики клієнтів* включають у себе співробітників компанії зі знижками, постійних клієнтів, членів певних товариств і організації. *Характеристики транзакції* включають обмеження за часом придбання, місця придбання, рівня прийнятого ризику та обмеженої доступності. *Часові характеристики* включають у себе день тижня, пору року і тривалість перебування.

Незважаючи на значну важливість технологій у питаннях управління доходами, не можна недооцінювати людський фактор. Керівництво кожної компанії повинно мати чітке уявлення про числову інформацію, сформовану на основі управлінської звітності, для кращого розуміння стану операційної діяльності.

Застосування інструментарію факторного аналізу може дозволити керівництву визначити як різні кількісні фактори, такі як розмір маржинального доходу від номера, кількість проданих номерів та їх структура, що впливає на загальний дохід готелю за певний період часу. Результати можна порівнювати за кількістю звітних періодів, а також у випадку яскраво вираженої сезонності (що не є незвичайним для готельного бізнесу) – серед сезонів із аналогічним попитом.

Теорія і практика розвитку економічного аналізу виробила солідний інструментарій для здійснення факторного аналізу. Питання полягає у формуванні моделей для його проведення. Наприклад, у готельному бізнесі кількість проданих номерів можна представити як добуток кількості номерів, доступних для продажу, на відсоток зайнятості. Головне, щоб кінцевий параметр мав чітке економічне значення. Факторний аналіз широко застосовується на виробничих і торговельних підприємствах. Наприклад, якщо в автосалоні спостерігається збільшення обсягу продажів, то факторний аналіз допоможе визначити, під впливом якого кількісного фактора відбулося збільшення продажу. На перший погляд збільшення продажу – це добре, але це може бути викликано тим фактом, що покупці купили більш дорогі автомобілі, але фактична кількість проданих машин скоротилась. У такому випадку відділ маркетингу повинен з'ясувати, чому знизилась кількість проданих автомобілів.

Для аналітичної оцінки факторних впливів у процесі управління доходністю в готельному бізнесі, на нашу думку, доцільно використовувати результати факторного аналізу на основі моделі, яка включає такі змінні, як маржинальний дохід за проданий номер і кількість проданих номерів. Добуток маржинального доходу від номера (МД) і кількості проданих номерів (К) показує загальний маржинальний дохід, який номер з цією конкретною тарифною ставкою вносить загальний маржинальний дохід від проданих номерів протягом певного періоду часу.

Сумування загального маржинального доходу для номерів із різними ставками визначає загальний маржи-

нальний дохід, який готельні номери вкладають у формування прибутку від продажів. Абсолютне і відносне збільшення загального маржинального доходу від готельних номерів можна розглядати як позитивні тенденції, оскільки вони напряму сприяють зростанню прибутку.

Абсолютне відхилення загального маржинального доходу від проданих номерів (ΔZMD) може бути представлено як результат трьох основних змін: зміни в маржинальному доході від готельного номера з певною ставкою, зміни в структурі проданих номерів і зміни кількості проданих номерів:

$$\Delta ZMD = \Delta ZMD_{md} + \Delta ZMD_{пв} + \Delta ZMD_{к},$$

де ΔZMD – відхилення загального маржинального доходу від проданих номерів;

ΔZMD_{md} – вплив зміни розміру маржинального доходу за один проданий номер певного типу на загальний маржинальний дохід;

$\Delta ZMD_{пв}$ – вплив зміни частки окремих типів проданих номерів на загальний маржинальний дохід;

$\Delta ZMD_{к}$ – вплив зміни кількості проданих номерів на загальний маржинальний дохід.

У готельному бізнесі кількість проданих номерів та їх структура (за типами номерів) може змінюватися від одного періоду до іншого. Майже неможливо досягти ситуації, коли в двох різних місяцях готель продає таку ж саму кількість номерів і формує точно таку ж суму виручки від своїх трансакцій (угод). Зміни в маржинальному доході від готельного номера можуть відбуватися з причини відмінності в продажних цінах та змінних витратах на обслуговування номера. Незважаючи на те, що змінні витрати на номер у готелі нечасто мають суттєві коливання, продажна ціна за номер і вплив різних знижок можуть мати значні відхилення і відповідний вплив на формування загального маржинального доходу.

Щоб визначити, які кількісні фактори (тобто зміни в маржинальному доході за номер, зміни в структурі проданих номерів за типами, зміни в кількості проданих номерів) викликали зміни в загальному маржинальному доході, потрібно порівнювати дані за два періоди (звітний і попередній) за аналогічними типами номерів. Умовний приклад, представлений у табл. 1, демонструє дані для проведення аналізу маржинального доходу від продажу номерів готелю, який має тільки чотири різних типи номерів.

Абсолютне відхилення загального маржинального доходу від проданих номерів звітного періоду по відношенню до попереднього складає +86062 грн. Відносне відхилення загального маржинального доходу становить +6,76%.

Щоб визначити, як кожен із перерахованих вище кількісних факторів вплинув на загальну зміну різниці в маржинальному доході від номера, вплив двох інших змінних повинен бути тимчасово виключений із аналізу, поки оцінюється вплив третьої змінної. Такий підхід дозволяє визначити “чистий” вплив досліджуваної в даний момент змінної.

Вплив маржинального доходу від окремого номера розраховують при незмінній (базисній) кількості проданих номерів (K) і структурі номерів. Така змінна, як маржинальний дохід, яка нечітко відображає кількість проданих номерів, повинна бути зафіксована на рівні звітного періоду. Наступні розрахунки за формулами (2–4), які сформуовано на основі індексів Ласпейреса і Пааше, дозволять оцінити ступінь впливу кожного фактора на зміну загального маржинального доходу від продажу номерів.

Вплив зміни маржинального доходу від продажу номера певного типу на зміну загального маржинального доходу від продажу номерів):

$$\Delta ZMD_{md} = \left(\sum_{i=1}^n MD_i^1 \cdot PV_i^1 - \sum_{i=1}^n MD_i^0 \cdot PV_i^0 \right) \cdot \sum_{i=1}^n K_i^1,$$

де i – номер типу готельних номерів,

n – кількість типів номерів,

PV_i – питома вага проданих номерів i -того типу,

MD_i – маржинальний дохід від проданих номерів i -того типу,

K_i – кількість проданих номерів i -того типу за звітний період.

$$\Delta ZMD_{md} = [(340 \cdot 0,2323 + 290 \cdot 0,2520 + 250 \cdot 0,2457 + 196 \cdot 0,2700) - (300 \cdot 0,2482 + 260 \cdot 0,2520 + 275 \cdot 0,2457 + 180 \cdot 0,2700)] \cdot 4996 = +76650,5.$$

Вплив зміни структури проданих номерів на загальну суму маржинального доходу):

$$\Delta ZMD_{пв} = \left(\sum_{i=1}^n MD_i^0 \cdot PV_i^1 - \sum_{i=1}^n MD_i^0 \cdot PV_i^0 \right) \cdot \sum_{i=1}^n K_i^1,$$

$$\Delta ZMD_{пв} = [(300 \cdot 0,2482 + 260 \cdot 0,2520 + 275 \cdot 0,2457 + 180 \cdot 0,2700) - (300 \cdot 0,2323 + 260 \cdot 0,2520 + 275 \cdot 0,2457 + 180 \cdot 0,2700)] \cdot 5100 = -17092,7.$$

Таблиця 1

Показники маржинального доходу готелю за звітний і попередній періоди*

Тип номера	Маржинальний дохід від одного номера, (МД), грн		Кількість проданих номерів (K) ліжок/дів,		Загальний маржинальний дохід (ЗМД), грн		Питома вага проданих номерів (ПВ), %		Абсолютне відхилення, грн
	попередній період (0)	звітний період (1)	попередній період (0)	звітний період (1)	попередній період (0)	звітний період (1)	попередній період (0)	звітний період (1)	
I	300	340	1240	1185	372000	402900	24,82	23,23	30900
II	260	290	1180	1285	306800	372650	23,62	25,20	65850
III	275	250	1370	1253	376750	313250	27,42	24,57	63500
IV	180	196	1206	1377	217080	269892	24,14	27,00	52812
Всього	1015	1076	4996	5100	1272630	1358692	100,00	100,0	86062

* З метою диференціації у відповідності до міжнародної статистичної аббревіатури змінні, які відносяться до базового періоду, мають позначку “0” а змінні, що відносяться до звітного періоду, мають позначку “1”.

Вплив зміни кількості проданих номерів на загальну суму маржинального доходу ($\Delta ЗМДк$):

$$\Delta ЗМДк = \left(\sum_{i=1}^n K_i^1 - \sum_{i=1}^n K_i^0 \right) \cdot \sum_{i=1}^n МД_i^0 \cdot ПВ_i^0,$$

$$\Delta ЗМДк = (5100 - 4996) \cdot (300 \cdot 0,2482 + 360 \cdot 0,2362 + 275 \cdot 0,2742 + 180 \cdot 0,2414) = 104 \cdot 254,729 = + 26491,8.$$

Таким чином, можемо зробити висновок, що зміна маржинального доходу від одиниці різних типів номерів вплинула на збільшення загального маржинального доходу на суму 76650,5 грн; зміна структури проданих номерів вплинула на зменшення загального маржинального доходу на суму 17092,7 грн; зміна кількості проданих номерів вплинула на збільшення загального маржинального доходу на суму 26491,8 грн. Сума факторних впливів дорівнює 86049,6 грн (76650,5 – 17092,7 + 26491,8 = 86049,6). Ця сума повинна дорівнювати абсолютному відхиленню загального маржинального доходу. Але в багатьох випадках незначна різниця може виникати через заокруглення чисел (як у даному прикладі). В певних випадках позитивне збільшення загального маржинального доходу від продажу номерів може бути навіть і тоді, коли лише одна з трьох змінних має позитивний напрям зміни, а інші мають від’ємну зміну. І, навпаки, негативний вплив лише однієї змінної може переважати позитивний вплив двох інших змінних.

Аналіз відносних змін описує ступінь, в якому кількість проданих номерів і середній маржинальний дохід на окремий номер впливають на загальну зміну внеску номерів у звітному періоді порівняно з попереднім.

Загальний маржинальний дохід може бути представлений як добуток кількості проданих номерів і середнього маржинального доходу. Тому на основі інформації, представленій у табл. 1, відносні зміни, які спричинені змінами в кількості проданих номерів і середньому маржинальному доходу на одну кімнату, можуть бути визначені наступним чином:

$$\Delta_{\text{відн.}} ЗМДк = [(K_1 - K_0) : K_0] \cdot 100\% = [(5100 - 4996) : 4996] \cdot 100\% = 2,08\%.$$

$$\Delta_{\text{відн.}} ЗМДс\text{мд} = \Delta_{\text{відн.}} ЗМД - \Delta_{\text{відн.}} ЗМДк = 6,76\% - 2,08\% = 4,68\%.$$

У сукупній зміні загального маржинального доходу від продажу номерів на 6,76% збільшення кількості проданих номерів стало причиною 2,08% цих змін, а збільшення середнього маржинального доходу – 4,68% цього збільшення. Відсоткова частка збільшення кількості і середнього маржинального доходу в загальному збільшенні маржинального доходу може бути визначена таким чином: 1) для середнього маржинального доходу (2,08% : 6,76%) * 100% = 30,78%; 2) для кількості проданих номерів (4,68% : 6,76%) * 100% = 69,23%. Результати таких розрахунків показують у відсотках вплив кожного фактора на зміну загального маржинального доходу від продажу номерів. Сума цих впливів повинна дорівнювати 100% чи бути близькою до 100% за рахунок заокруглень при обчисленні.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Як і в багатьох комерційних організаціях, основною метою діяльності підприємств готельного бізнесу є максимізація прибутковості. Продаж номерів не є єдиним джерелом доходів, але в більшості готелів він є найбільш значущим. Аналіз доходності готелів може бути проведений із використанням різних

підходів. Мета цього підходу – надання керівництву інформації про те, якою мірою кількісні змінні, такі як зміни в розмірах вкладів різних типів номерів, зміни в структурі проданих номерів впливають на загальний маржинальний дохід від продажу номерів. Цей підхід стає корисним, якщо зміни між порівнюваними періодами відбуваються за всіма трьома факторами. Якщо, наприклад, маржинальний дохід для готельного номера залишається таким самим, то не буде ніяких змін у впливі маржинального доходу на позицію номера в загальному маржинальному доході. Менеджери також повинні знати, що цей аналіз є дієвим лише в тому разі, якщо порівняння проводиться серед однакової кількості типів номерів. Сезонність є значним фактором у готельному бізнесі, тому що у високому сезоні можуть застосовуватися різні стратегії продаж і знижок.

Незважаючи на те, що керівництво може бачити позитивні абсолютні і відносні відхилення маржинального доходу від номерів протягом кількох періодів, таке зростання не обов’язково може бути досягнуто за рахунок зростання всіх перерахованих вище кількісних змінних. Готелі можуть мати значне збільшення маржинального доходу від окремого типу номерів, яке позитивно впливає на загальний маржинальний дохід, але при цьому зменшення продажу більш доходних позицій має негативний вплив на загальний маржинальний дохід готелю. Порівняння показників за більшу кількість періодів дає більш детальну характеристику того, як ці фактори змінюються в різних періодах. Це також дає напрям для подальшого дослідження і подальшого аналізу. За такого підходу також може використовуватися ціна продажу номера замість маржинального доходу за окремий номер.

Перевага цього методу полягає у тому, що його можна відносно легко застосувати за допомогою базових програм для роботи з електронними таблицями, таких як Microsoft Excel, СУБД Access, Apache OpenOffice.org Calc, Apple Works, які здатні швидко виконувати всі необхідні розрахунки. Крім того, цей підхід використовує кількісну інформацію, яку керівництво скоріш за все вже має, наприклад маржинальний дохід від номера, кількість проданих номерів і структура продажів.

Отримання даних про продажі готелів допоможе визначити зміни, за яких одна з трьох змінних (маржинальний дохід на окремий номер певного типу, структура проданих номерів та їх кількість) здійснює найбільший вплив на загальний маржинальний дохід від продажу номерів. Логічним продовженням цього дослідження буде визначення того, як ці зміни розрізняються для різних типів готелів і які види знижок здійснюють більший вплив на загальну зміну маржинального доходу від продажу номерів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гринів Б. В., Гринів В. Б. Методичні аспекти аналізу валового доходу торговельного підприємства. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку.* 2009. № 647. С. 317–321.
2. Калайтан Т. В. Організація обліку та аналізу фінансових результатів за центрами відповідальності в умовах трансфертного ціноутворення. *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна.* 2015. Вип. 47. С. 47–53.

3. Костин К. Б. Инновационный подход к формированию ценовой политики туристско-гостиничного предприятия как решающий инструмент маркетинга. *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. 2015. № 6 (96). С. 74–83.
4. Лесник А. Л. Гостиничный менеджмент: политика ценообразования и управления доходом : учеб. пособие. СПб. : Интермедия, 2014. 272 с.
5. Маначинська Ю. А. Облік і аналіз фінансових результатів в готельному господарстві : монографія. Чернівці : Чернів. торг.-екон. інст., Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 423 с.
6. Назаренко Т. П. Бухгалтерський облік і аналіз маржинального доходу: теоретико-методичні засади : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.09; Житомир. держ. технол. ун-т. Житомир, 2011. 21 с.
7. Чхиквадзе Н. А. Стратегии управления доходами гостини. *Сервис в России и за рубежом*. 2013. №9. С. 104–111.
8. Arbel A. Inflation and hotels: The cost of following a faulty routine / A. Arbel, R. H. Woods // *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 1991. Vol. 31. Is. 4, pp. 66–75.
9. Badinelli R. D. An optimal, dynamic policy for hotel yield management / R. D. Badinelli // *European Journal of Operational Research*. 2000. Vol. 121. Pp. 476–503.
10. Baker T. K. A Comparative Revenue Analysis of Hotel Yield Management Heuristics / T. K. Baker, D. A. Collier // *Decision Sciences*. 2007. Vol. 30. Is. 1. Pp. 239–263.
11. Belobaba P. P. Air Travel Demand and Airline Seat Inventory Management. Flight Transportation Laboratory. Cambridge, MIT. PhD. Massachusetts, 1987. 214 p.
12. Chiang W. C. An overview of research on revenue management: current issues and future research / W. C. Chiang, J. C. H. Chen, X. Xu // *International Journal of Revenue Management*. 2007. Vol. 1. Is. 1. Pp. 97–128.
13. Choi S. Electronic distribution channels' effect on hotel revenue management / S. Choi, S. E. Kimes // *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 2002. Vol. 43. Is. 3. Pp. 23–31.
14. Cooper C. The SAGE Handbook of Tourism Management / C. Cooper, S. Volo, W. G. Gartner, N. Scott. – California: SAGE Publications Ltd, 2018. 1232 p.
15. Cross R. Revenue Management, Hard-Core Tactics for Market Domination. – New York, NY: Broadway Books, 1998. 276 p.
16. Ivanov S. Hotel revenue management – a critical literature review / S. Ivanov S., V. Zhechev // *Tourizm*. 2012. Vol. 60. Is. 2. Pp. 175–197.
17. Jauncey S. The meaning and management of yield in hotels / S. Jauncey, I. Mitchell, P. Slamet // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 1995. Vol. 7. Is. 4. Pp. 23–26.
18. Jones P. Yield management in UK hotels: a systems analysis / P. Jones. Vol. 50. Pp. 1111–1119.
19. Kimes S. E. Revenue management: A retrospective / S. E. Kimes // *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 2003. Vol. 44. Is. 5. Pp. 131–138.
20. Kimes S. E. The future of hotel revenue management / S. E. Kimes // *Cornell Hospitality Report*. 2017. Vol. 17. Is. 1. Pp. 3–10.
21. Kimes S. E. The basics of yield management / S. E. Kimes // *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 1989. Vol. 30. Is. 3. Pp. 14–19.
22. Littlewood K. Forecasting and Control of Passenger Bookings. Proc. 12th AGIFORS Symposium / K. Littlewood // *Journal of Revenue and Pricing Management*. 2005. Vol. 4. Pp. 111–123.
23. Netessine S. Introduction to the Theory and Practice of Yield Management / S. Netessine, R. Shumsky // *INFORMS Transactions on Education*. 2002. Vol. 3. Is. 1. Pp. 34–44.
24. O'Connor, P. Yield, Management Practices Across Multiple Electronic Distribution Channels / P. O'Connor, J. Murphy, J. Yield // *Information Technology & Tourism*. 2008. Vol. 10. № 2. Pp. 161–172.
25. Schmidgall R. S. Hospitality Industry Managerial Accounting, 8th ed. / R. S. Schmidgall. Michigan : Educational Institute of the American Hotel and Lodging Association, 2016. 749 p.
26. Seraphin H. Overtourism: a revenue management perspective / H. Seraphin, S. Ivanov // *Journal of Revenue and Pricing Management*. 2020. Vol. 19. Pp. 146–150.
27. Shoemaker S. Handbook of hospitality operations and IT / S. Shoemaker, T. Gorin. Amsterdam: Butterworth–Heinemann, 2008. 448 p.
28. Siguaw J. A. B2B sales force productivity: Applications of revenue management strategies to sales management / J. A. Siguaw, S. E. Kimes, J. B. Gassenheimer // *Industrial Marketing Management*. 2003. Vol. 32. № 7. Pp. 539–551.
29. Walker J. R. Introduction to Hospitality Management, 7th Edition. Florida: University of South Florida, 2017. 654 p.
30. What is the Definition Revenue Management? Xotels. URL: <https://www.xotels.com/en/revenue-management/revenue-management-definition>

REFERENCES

1. Hryniv, B. V. and Hryniv, V. B. (2009), Metodichni aspekty analizu valovoho dokhodu torhovel'noho pidpriemstva, *Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnika"*. Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku, № 647, s. 317–321.
2. Kalajtán, T. V. (2015), Orhanizatsiia obliku ta analizu finansovykh rezul'tativ za tsentrarny vidpovidal'nosti v umovakh transfertnoho tsinoutvorennia, *Visnyk L'vivs'koi komert-sijnoi akademii*. Serii ekonomichna, vyp. 47, s. 47–53.
3. Kostyn, K. B. (2015), Ynnovatsyonnyj podkhod k formirovaniyu tsenovoy polytyky turystsko-hostynynchno predpriyatya kak reshaischyj instrument marketynha, *Yzvestiya Sankt-Peterburhskoho gosudarstvennoho ekonomicheskoho unyversyteta*, № 6 (96), s. 74–83.
4. Lesnyk, A. L. (2014), Hostynynchnyj menedzhment: polytyka tsenoobrazovaniya y upravleniya dokhodom : ucheb. posobye, Yntermedyia, SPb., 272 s.
5. Manachyn's'ka, Yu. A. (2014), Oblik i analiz finansovykh rezul'tativ v hotel'nomu hospodarstvi : monohrafiia, Cherniv. torh.-ekon. inst., Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Chernivtsi, 423 s.
6. Nazarenko, T. P. (2011), Bukhhalters'kyj oblik i analiz marzhynal'noho dokhodu: teoretyko-metodychni zasady : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.09; Zhytomyr. derzh. tekhnol. un-t, Zhytomyr, 21 s.
7. Chkhykvadze, N. A. (2013), Stratehyy upravleniya dokhodamy hostynyns, *Servys v Rossyy y za rubezhom*, № 9, s. 104–111.
8. Arbel, A. and Woods, R. H. (1991), Woods Inflation and hotels: The cost of following a faulty routine, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 31, is. 4, pp. 66–75.
9. Badinelli, R. D. (2000), An optimal, dynamic policy for hotel yield management, *European Journal of Operational Research*, vol. 121, pp. 476–503.
10. Baker, T. K. and Collier, D. A. (2007), A Comparative Revenue Analysis of Hotel Yield Management Heuristics, *Decision Sciences*, vol. 30, is. 1, pp. 239–263.
11. Belobaba, P. P. (1987), Air Travel Demand and Airline Seat Inventory Management. Flight Transportation Laboratory. Cambridge, MIT. PhD. Massachusetts, 214 p.
12. Chiang, W. C. Chen, J. C. H. and Xu Kh. (2007), An overview of research on revenue management: current issues and future research, *International Journal of Revenue Management*, vol. 1, is. 1, pp. 97–128.

13. Choi S. and Kimes, S. E. (2002), Electronic distribution channels' effect on hotel revenue management, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 43, is. 3, pp. 23–31.
14. Cooper C. Volo S. Gartner, W. G. and Scott N. (2018), *The SAGE Handbook of Tourism Management*, SAGE Publications Ltd, California, 1232 p.
15. Cross R. (1998), *Revenue Management, Hard-Core Tactics for Market Domination*, Broadway Books, New York, NY, 276 p.
16. Ivanov S. and Zhechev V. (2012), Hotel revenue management – a critical literature review, *Tourizm*, vol. 60, is. 2, pp. 175–197.
17. Jauncey S. Mitchell I. and Slamet P. (1995), The meaning and management of yield in hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 7, is. 4, pp. 23–26.
18. Jones P. Yield management in UK hotels: a systems analysis, 50, pp. 1111–1119.
19. Kimes, S.E. (2003), Revenue management: A retrospective, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 44, is. 5, pp. 131–138.
20. Kimes, S.E. (2017), The future of hotel revenue management, *Cornell Hospitality Report*, vol. 17, is. 1, pp. 3–10.
21. Kimes, S. E. (1989), The basics of yield management, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, vol. 30, is. 3, pp. 14–19.
22. Littlewood K. (2005), Forecasting and Control of Passenger Bookings. Proc. 12th AGIFORS Symposium, *Journal of Revenue and Pricing Management*, vol. 4, pp. 111–123.
23. Netessine S. and Shumsky R. (2002), Introduction to the Theory and Practice of Yield Management, *INFORMS Transactions on Education*, vol. 3, is. 1, pp. 34–44.
24. O'Connor, P. and J. Murphy, J. Yield (2008), Management Practices Across Multiple Electronic Distribution Channels, *Information Technology & Tourism*, vol. 10, № 2, pp. 161–172.
25. Schmidgall, R. S. (2016), *Hospitality Industry Managerial Accounting*, 8th ed., Educational Institute of the American Hotel and Lodging Association, Michigan, 749 p.
26. Seraphin H. and Ivanov S. (2020), Overtourism: a revenue management perspective, *Journal of Revenue and Pricing Management*, vol. 19, pp. 146–150.
27. Shoemaker S. and Gorin T. (2008), *Handbook of hospitality operations and IT*, Butterworth-Heinemann, Amsterdam, 448 p.
28. Siguaw, J. A. Kimes, S. E. and Gassenheimer, J. B. (2003), B2B sales force productivity: Applications of revenue management strategies to sales management, *Industrial Marketing Management*, vol. 32, № 7, pp. 539–551.
29. Walker, J. R. (2017), *Introduction to Hospitality Management*, 7 nd. ed., University of South Florida, Florida, 654 p.
30. What is the Definition Revenue Management? Xotels: veb-sajt, available at: <https://www.xotels.com/en/revenue-management/revenue-management-definition>

Стаття надійшла до редакції 9 травня 2020 р.

УДК 330.113.6:631.1

Ліпуч Л. Г.

lglipych@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9059-7271

д.е.н., проф. кафедри економіки, безпеки та інноваційної діяльності,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ В ТЕХНОЛОГІЧНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті доведено, що в сучасній економіці, заснованій на знаннях, є потреба у співпраці підприємств із науково-дослідним та науковим середовищем, оскільки це є основною умовою досягнення успіху в бізнесі. Для об'єктивної оцінки зовнішнього середовища та його потенціалу щодо забезпечення трансферу нових технічних і технологічних рішень із сфери науки та досліджень до сфери бізнесу у статті сформовано такі функції інституційного середовища, як: дослідницька, мобілізаційна, функція фінансової підтримки, промоційна та впровадження. Результати опитування власників та менеджерів малих та середніх підприємств дають змогу стверджувати, що ефективна реалізація цілей, пов'язаних із процесом технологічного підприємництва забезпечується, з одного боку, активністю виконання функцій інституційного середовища, а з іншого – адекватною компетентністю малих та середніх підприємств з погляду пошуку та поглинання зовнішньої підтримки.

Ключові слова: технологічне підприємництво, трансфер технологій, здатність до поглинання, функції інституційного середовища, інституції інституційного середовища.

Lipych L. H.

lglipych@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9059-7271

Doctor of Economics,

Professor at the Department of Economics, Security and Innovation Activity,

Lesya Ukrainka Eastern European National University, Lutsk

INSTITUTIONAL ENVIRONMENT IN TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

Abstract. The article proves that in the modern knowledge-based economy, there is a need for cooperation of enterprises with the research and scientific environment, as this is the main condition for success in business. Such entrepreneurship ensures the introduction of new products, the use of modern technologies, flexibly responds to changes in the market, as well as introduces innovations in all areas of the enterprise and its environment. To objectively assess the external environment and its potential to ensure the transfer of new technical and technological solutions from science and research to business, the article forms the following functions of the institutional environment: research, mobilization, financial support, promotion and implementation. It is concluded that the diversity of goals, functions and forms of activity on the one hand, creates great opportunities to use the potential of the institutional environment in the process of technological entrepreneurship, and on the other hand, to use these opportunities SMEs must have appropriate competencies and strategic development concept. to absorb (receive) support and the ability to use it in the development of the enterprise. Analysis of the behavior of the institutional environment shows that some subjects of this environment are trying to calculate whether small and medium enterprises are able to perceive and implement innovations in activities related to technological entrepreneurship. Decisions on the transfer or sale of new technologies, on the provision of financial support for the purchase of specific technical solutions, on training with EU funds and others are made taking into account this ability. During the study, respondents (owners and managers) of small and medium enterprises were asked to assess the frequency of contacts with organizations from the external environment and the importance of these contacts in the acquisition and transfer of new technological solutions. The results of the survey suggest that the effective implementation of goals related to the process of technological entrepreneurship, on the one hand, is ensured by the active implementation of the institutional environment, and on the other adequate competence of small and medium enterprises in terms of finding and absorbing external support. The synergy of different organizations in the institutional environment of the enterprise can lead to success in technological entrepreneurship and ensure the appropriate level of development of enterprises involved in this process.

Key words: technological entrepreneurship, technology transfer, ability to absorb, functions of the institutional environment, institutions of the institutional environment.

JEL Classification: L1

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-07>

Постановка проблеми. В останні роки зростає значення так званого технологічного підприємництва в секторі малого та середнього бізнесу. Воно характеризується набором проектів, спрямованих на забезпечення ефективного трансферу нових технологій та інших технічних та організаційних рішень із сфери наукових досліджень та розробок у бізнес-структури.

У науковій літературі можна знайти інші визначення цього процесу, наприклад, технологічні інновації чи інтелектуальне підприємництво тощо. Трансфер технологій від науково-дослідних підрозділів до підприємств вимагає координації цілей та програм багатьох структур, що працюють у середовищі малого та середнього бізнесу. Вони визначаються як інституційне середовище, до складу якого входять різні установи, такі як університети, науково-дослідні лабораторії, центри передачі технологій, банки, інвестиційні фонди, органи державного та місцевого самоврядування тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Безперечно, одним із найбільш визнаних дослідників, що займалися проблемами інституціоналізму, є нобелівський лауреат Д. Норт та Л. Девісон [1]. Слід відзначити суттєвий внесок у розвиток інституційної теорії таких зарубіжних учених: Дж. Віклунда [2], Х. Патцелта [2], Д. А. Шапхерда [2]. Проблеми інституційного середовища, активізації інноваційних процесів вивчали такі вітчизняні вчені, як: О. Амоша [5], І. Булесв [5], Т. Розит [6], М. Туган-Барановський [3], Л. Шевцова [5], А. Чухно [6], О. Яременко [7] та інші. Незважаючи на значний обсяг наукових праць, теоретичні засади дослідження інституційного середовища інноваційних процесів, його вплив на технологічний розвиток на малих та середніх підприємствах не досить узагальнений та систематизований.

Мета статті – окреслити роль та вплив інституційного середовища на технологічний розвиток на малих та середніх підприємствах.

Вплив інституційного середовища визначався на основі аналізу літератури з цього предмета та наукової рефлексії інституцій на діяльність підприємств. Крім того, проведений аналіз результатів досліджень, яке здійснювалося методом опитування власників або менеджерів підприємств із сектору малого та середнього бізнесу західного регіону України.

Виклад основного матеріалу. Під час виокремлення умов та чинників розвитку сучасних підприємств, як правило, зосереджуються на пошуку напрямів чи бар'єрів розвитку в ресурсній системі організації та її оточенні. Останніми роками все більше уваги приділяється факторам, що пов'язані із зовнішнім середовищем. На основі спостережень та аналізу можна припустити, що це викликано такими причинами, як:

- входження української економіки до системи світової ринкової економіки та її залежність від процесів, що там відбуваються;

- зміни в структурі суб'єктів господарювання, які привели до домінування за кількістю та до збільшення частки зайнятості та вироблення ВВП мікро-, малими та середніми підприємствами, що характеризуються більшою сприйнятливістю до впливу зовнішнього середовища, ніж великі компанії;

- кризові явища у світовій та українській економіці за останні десятиліття показали суттєвий вплив банків-

ського сектору, торгівлі нерухомістю на інших галузях економіки на окремі країни та регіональні ринки;

- зникнення чітких корпоративних кордонів та зростання впливу мережових та віртуальних організацій, у яких межі між підприємством та зовнішнім середовищем є дуже гнучкими, а отже, збільшення «проникливості» різних процесів та реляційних дій;

- психологічні чинники, зокрема схильність багатьох членів ділової спільноти «перекладати» відповідальність за економічні невдачі на державну або місцеву адміністрацію, банківський сектор чи інші установи та процеси у зовнішньому середовищі;

- переконання багатьох керівників, власників та зацікавлених сторін у тому, що потенціал у зовнішньому середовищі підприємства є більшим, креативним та творчим, ніж потенціал власних ресурсів підприємства, а отже, орієнтуючись на потенціал зовнішнього середовища, можна отримати більше можливостей для розвитку;

- глобалізація економіки та поява сильних економічних груп породжують очікування великої зовнішньої підтримки (наприклад, програми Європейського Союзу, Міжнародного валютного фонду, Світового банку тощо). Ці тенденції підкріплюються прагненням до кооперативного підходу, заснованого на філософії поєднання конкуренції та співробітництва в ринковій діяльності;

- швидкі темпи розвитку техніки та технології вимагають кооперації та різних форм співпраці у відносинах між підприємством, наукових дослідженнями та розвитком.

Розвиток бізнесу зараз значною мірою залежить від пошуку наукових грантів, фінансових внесків на спільні проекти з інституцій у середовищі підприємства. Цьому сприяють різні формальні та правові норми (наприклад, патентне законодавство) та система фінансування досліджень і розробок у масштабах країни або їх об'єднань, які віддають перевагу мережам, кластерам, інкубаторам та іншим формам зв'язку бізнесу зі сферою наукових досліджень.

На тлі таких економічних тенденцій та трендів мислення виникає питання, як будувати відносини в середовищі підприємства та як створити умови для ефективного використання активів цього середовища з метою розвитку компанії. Це питання, яке хвилює як науковців, так і практиків упродовж багатьох років. Його вирішення вимагає значної гнучкості в управлінському мисленні, оскільки для підприємств характерні великі масштаби змін та поява нових суб'єктів господарювання, а крім того, кожна організація стосовно зовнішнього середовища приймає свою, відмінну від інших, стратегію поведінки.

Вихідним пунктом, але водночас дуже складним завданням є ідентифікація середовища підприємства, тобто визначення його окремих елементів і процесів, що відбуваються в ньому, та їх наслідків для конкретної бізнес-структури. У літературі з управління, особливо у сфері стратегічного управління, можна знайти безліч методів виявлення та оцінки зовнішнього середовища організації.

Загальною рисою чинників зовнішнього середовища є їх неконтрольованість з боку підприємства, оскільки вони не залежать від нього. Залежно від характеру впливу – прямого або непрямого – еле-

менти зовнішнього середовища бізнес-структур можна поділити на дві групи. Перша група – макросередовище – елементи зовнішнього середовища, що не контролюються підприємством і здійснюють непрямий, опосередкований вплив на його ефективність: економічні, соціальні, політичні, правові, науково-технічні, культурні, демографічні, природні, міжнародні чинники та умови підприємницької діяльності в країні.

Друга група чинників зовнішнього середовища підприємства – це його мікросередовище, тобто чинники, що не контролюються ним, але безпосередньо впливають на його функціонування: постачальники, клієнти, конкуренти, посередники, так звані контактні аудиторії – заклади ринкової, суспільної, державної інфраструктури (банки, біржі, засоби масової інформації, суспільні організації, державні органи тощо).

До зовнішнього середовища підприємства належить інституційне середовище, яке, згідно з визначенням Л. Девісона та Д. Норта, є набором фундаментальних політичних, соціальних та юридичних правил, що скеровують економічну та політичну діяльність [1, с. 133]. Тобто середовище кожного підприємства можна ідентифікувати та оцінити в системі окремих процесів, що відбуваються в ньому, таких як, наприклад, конкуренція, кризові ситуації, попит та пропозиція товарів або інноваційність чи глобалізація. Але, з іншого боку, зовнішнє середовище також може розглядатися як сукупність окремих інституцій, тобто установ, банків, торговельних організацій, промислових підприємств, університетів, шкіл тощо. Зазвичай у господарській діяльності складно відокремити процеси від місць, де вони перебігають, але з погляду аналізу це важлива відмінність.

Останнім часом проведено багато досліджень на предмет впливу зовнішнього середовища на функціонування та розвиток малих та середніх підприємств.

Дж. Віклунд, Х. Патцельт та Д. А. Шепхерд (J. Wiklund, H. Patzelt і D. A. Shepherd), враховуючи вплив зовнішнього середовища в моделях розвитку підприємств із сектору малого та середнього підприємства, концентрують увагу на чотирьох чинниках: підприємницькій орієнтації, умовах зовнішнього середовища, ресурсах (людських, фінансових, соціальних) та ставленні власника (менеджера) до процесів розвитку [2]. Зосереджуючись лише на зовнішньому середовищі, на основі емпіричних досліджень, проведених у секторі малого бізнесу в Швеції, вони констатують, що воно впливає на розвиток підприємства як безпосередньо, так і опосередковано, через підприємницьку орієнтацію. Автори цієї моделі відзначають, що безпосередній вплив зовнішнього середовища є негативним, але опосередкований – позитивним. Тобто невизначеність та ворожість зовнішнього середовища негативно впливають на розвиток підприємства, а його складність – позитивно.

Враховуючи вищезазначені залежності, необхідно підкреслити велике значення інституцій зовнішнього середовища для ефективного функціонування та розвитку підприємств сектору малого та середнього бізнесу. Саме вони значною мірою формують умови для розвитку малих та середніх підприємств. Координація цілей та програм цих організацій або розбіжність у їхніх стратегіях та оперативних діях може створити сприятливу базу для їхнього функціонування або негативний вплив на їхню діяльність.

Вищезазначені умови щодо визначальної ролі інституційного середовища у створенні різних процесів на малих та середніх підприємствах мають особливе значення стосовно технологічного підприємництва. Це той тип підприємництва, що поєднує науковий потенціал університетів, науково-дослідних та дослідно-конструкторських центрів з економічною діяльністю підприємств. Він включає набір проектів, спрямованих на ефективне поширення нових технологій та інших технічних та організаційних рішень із сфери науки, досліджень та розробок у бізнес-діяльність.

Наприкінці XIX та в першій половині XX ст. у світ виходять кілька робіт Михайла Туган-Барановського, Миколи Кондратьєва і Йозефа Шумпетера, в яких були зроблені оригінальні інноваційні спостереження. М. Туган-Барановський у своїй праці «Промислові кризи у сучасній Англії, їх причини і вплив на народне життя» (1894) дослідив різні підходи до пояснення впливу технічного прогресу та відповідних змін на економічний розвиток [3]. Його висновок про те, що не споживання керує виробництвом, а навпаки – виробництво управляє споживанням через нагромадження позичкового капіталу та його інвестування, багато років був основою саме індустріального способу виробництва. Тепер можна констатувати, що саме така теза й описала все, що відбувається у суспільстві, яке орієнтоване на індустріалізацію та виробничі потужності. Тільки в епоху інформаційного суспільства ми почали бачити трансформації цього принципу, і знову споживач із його бажаннями та потребами виходить на перший план під час розвитку нових товарів та послуг. На думку українського вченого, позикові капітали поглинають наукові відкриття і технічні вдосконалення та підштовхують виробництво.

У сучасній економіці, заснованій на знаннях, є потреба у співпраці підприємств із науково-дослідним та науковим середовищем, оскільки це є основною умовою досягнення успіху в бізнесі. Лише таке підприємництво забезпечує впровадження нових товарів, застосування сучасних технологій, гнучко реагує на зміни, що відбуваються на ринку, а також упроваджує інновації в усі сфери діяльності підприємства та його зовнішнього середовища.

Значення інститутів в інноваційній діяльності зумовлено особливостями нововведення, інноваційного процесу та інновації. Сучасний інноваційний процес включає в себе як мінімум одну операцію (обмін, передачу – залежно від характеру відносин між її учасниками). Кількість цих операцій збільшується разом із поглибленням суспільного поділу праці. Якщо до промислової та науково-технічної революції кінцевий продукт створювався в межах однієї організації або за участю мінімуму контрагентів, то з плином часу необхідна кількість економічних зв'язків, що потрібні для виробництва продукту, стала зростати. Аналіз різних видів співпраці як частини технологічного підприємництва, що полягає у реалізації конкретних проектів між наукою та бізнесом, показує, що в цьому процесі беруть участь такі суб'єкти інституційного середовища, як:

- дослідницькі центри (науково-дослідні інститути, університети, лабораторії тощо);
- центри передачі технологій;
- державні та місцеві органи влади;
- фінансові установи, що підтримують комерціалізацію нових технологій;
- підприємства, що впроваджують новації.

Опитування, проведене під керівництвом автора статті у 2018–2019 роках, охопило 168 випадково відібраних підприємств із сектору малого та середнього бізнесу в західному регіоні України, у тому числі 62% малих підприємств із зайнятістю у діапазоні 10–49 осіб та 38% середніх підприємств (зайнятість від 50 до 249 працівників). Анкета опитування стосувалася питань, пов'язаних із участю підприємств у процесах технологічного підприємництва. Вона була надана обстеженим підприємствам у паперовій формі та потім зібрана інтерв'юерами. У дослідженні переважно брали участь підприємства, що мають тривалий досвід роботи (78% працювали на ринку більше 5 років), переважно у виробництві, торгівлі та обслуговуванні. Серед інших видів діяльності були такі, як: транспортні перевезення, хімічна промисловість, швейна, харчова, взуттєва, IT, поліграфія, фінанси та операції з нерухомістю. Сфера технологічного підприємництва мала для них велике значення, бо в основному вони використовують традиційні технології, і лише приблизно 30% оцінили себе як технологічно сучасні. Під час дослідження були порушені питання щодо ролі інституційного середовища в їхній діяльності.

Для об'єктивної оцінки зовнішнього середовища та його потенціалу щодо забезпечення трансферу нових технічних і технологічних рішень із сфери науки та досліджень до сфери бізнесу сформовано такі функції інституційного середовища [4, с. 59–60]:

- дослідницька функція – полягає у створенні ідей, винаходів, патентів та інших технічних та технологічних рішень, у проведенні досліджень науково-дослідними центрами та забезпеченні трансферу результатів цих досліджень у бізнес;
- мобілізаційна функція – пов'язана з мотивуванням та стимулюванням інновацій у малих та середніх підприємствах;
- функція фінансової підтримки – пов'язана з фінансовою, а також організаційною та змістовною підтримкою підприємств, які бажають впроваджувати нові технічні та технологічні рішення;
- промоційна функція – пов'язана із просуванням та поширенням нових методів та технологій у бізнес-середовищі;
- функція впровадження – полягає у допомозі впровадженню нових технічних і технологічних рішень та адаптації підприємств до цих рішень.

У реалізації цих функцій задіяні різні суб'єкти інституційного середовища обстежуваних підприємств. Деякі з них забезпечують декілька функцій (табл. 1).

Суб'єкти інституційного середовища часто мають різні цілі та очікування, пов'язані з процесом технологічного підприємництва. Роль банку або позикового фонду, яка зосереджена головним чином на економічній ефективності, відрізняється від ролі агентства з розвитку підприємства, інкубатора чи технологічного парку, діяльність яких зосереджена більше на сприянні розвитку підприємництва, тобто на рекламних та організаційних функціях.

Це урізноманітнення цілей, функцій та форм діяльності, з одного боку, створює великі можливості використання потенціалу інституційного середовища в процесі технологічного підприємництва, а з іншого – для використання цих можливостей малі та середні підприємства мають мати відповідні компетентності та стратегічну концепцію розвитку. У літературі це трактується як здатність до поглинання (отримання) підтримки, що розуміється як сукупність заходів, спрямованих на отримання різних форм підтримки та вміння її використати у процесах розвитку підприємства. Тобто особлива увага приділяється так званій поглинаючій здатності підприємства, його здатності визначати, акумулювати та використовувати зовнішні ресурси.

Аналізування поведінки інституційного середовища свідчить, що окремі суб'єкти цього середовища намагаються прорахувати, чи малі та середні підприємства здатні сприйняти та реалізувати нововведення під час діяльності, пов'язаної з технологічним підприємництвом. Рішення про передачу чи продаж нових технологій, про надання фінансової підтримки на придбання конкретних технічних рішень, про навчання за кошти ЄС та інші приймаються з урахуванням цієї здатності. Її наявність впливає на масштаби контактів підприємства з іншими організаціями та форму і порядок співпраці, що пропонується інституційним середовищем.

Під час дослідження респондентам малих та середніх підприємств було запропоновано оцінити частоту контактів з організаціями із зовнішнього середовища та важливість цих контактів під час придбання та передачі нових технологічних рішень сектору малого та середнього бізнесу. Структура відповідей наведена в табл. 2.

Таблиця 1

Реалізація функцій інституційного середовища у сфері технологічного підприємництва

Функція інституційного середовища	Організації з інституційного середовища
Дослідницька	Університети, науково-дослідні та дослідно-конструкторські інститути, навчально-консультаційні центри, науково-дорадчі асоціації, технопарки, центри високих технологій тощо.
Мобілізаційна	Клієнти, постачальники, конкуренти, університети, науково-дослідні інститути, стартап-центри тощо.
Функція фінансової підтримки	Банки, страхові компанії, інвестиційні та венчурні фонди, позичкові та гарантійні фонди, лізингові компанії, міністерства та відомства, органи влади, урядові установи, клієнти, організації роботодавців тощо.
Промоційна	ЗМІ, преса, технологічні парки, місцеві органи влади, інкубатори, торгові палати, профспілки, галузеві асоціації, замовники, постачальники, банки, інститути ринку капіталу, центри підприємництва та інновацій тощо.
Функція впровадження	Університети, науково-дослідні та дослідно-конструкторські інститути, технологічні парки, офіси та установи, держава, технопарки, постачальники, замовники, навчальні центри тощо

Джерело: власні напрацювання на основі [4]

Таблиця 2

Частота та значення контактів в інституційному середовищі технологічного підприємництва

Організації інституційного середовища	Рейтинг контакту (діапазон 1–5)	Частота контакту (діапазон 1–5)
Агенції та осередки підприємництва та інновацій	3	2
Університетські інкубатори	5	3
Банки	3	5
Центри трансферу технологій	5	2
Постачальники та стратегічні партнери	4	5
Фонди венчурного капіталу	3	1
Органи місцевої влади	4	4
Науково-дослідні організації	4	2
Конкуренти	3	3
Преса	4	4
Технологічні парки	4	1
Інвестиційні фонди	3	2
Науково-дослідні товариства	3	3
Страхові компанії	3	3
Вищі навчальні заклади	3	2

Джерело: аналіз анкет респондентів

Інформація, що міститься в табл. 2, показує, що респонденти насамперед вказали на велике значення контактів із центрами передачі технологій, з академічними та іншими бізнес-інкубаторами, з постачальниками та стратегічними партнерами, з державними та місцевими органами влади та окремими науково-дослідними і технологічними парками.

Однак коли йдеться про частоту контактів, то найчастіше це стосується банків і постачальників, стратегічних партнерів та державних і місцевих інституцій. Малі та середні підприємства не так часто контактували з організаціями, що впливають на розвиток технологічного підприємництва. Особливо це стосується центрів передачі технологій, дослідницьких інститутів та технологічних парків. Також непокоїть низький рівень контактів з університетами як за їх частотою, так і за важливістю.

Тому, виходячи з вищезазначеного, можна стверджувати про недостатній рівень реалізації в інституційному середовищі промоційної функції та нестачу способів і каналів пошуку інформації малими та середніми підприємствами. Деякі з визначених контактів зовнішнього середовища, що мають високий рейтинг, для процесу технологічного підприємництва мають низьку частоту контактів.

Ці недосконалості у сфері контактів досліджуваних підприємств із зовнішнім середовищем відображені в результатах загальної оцінки респондентами впливу середовища на розвиток технологічного підприємництва. Лише 38% опитаних оцінили цей вплив як позитивний, 11% – негативний. Понад 50% опитаних не зазначили впливу середовища на процес технологічного підприємництва. Цю думку в основному висловлюють представники підприємств, що погано залучені до процесу технологічного підприємництва. Тоді як у групі підприємств, що активно залучені до цього процесу, 71% респондентів описали цей вплив як позитивний і лише 24% – як нейтральний.

На основі цих результатів можна зробити висновок, що лише підприємства, які цінують та вміють вміло використовувати потенціал зовнішніх установ, досягають успіху в передачі нових технологій від науково-дослідної сфери до сфери бізнесу.

Висновки і подальші перспективи досліджень у цьому напрямі. Розвиток світової економіки та пов'язані з нею явища підвищують значення інституційного середовища в діяльності підприємства. Особливо це стосується малих та середніх бізнес-структур, які, з одного боку, дуже сприйнятливі до впливу зовнішнього середовища, а з іншого боку, очікують на залучення зовнішніх ресурсів, особливо у сфері передачі нових технологій.

Наведені у статті результати емпіричного дослідження показали ці залежності на основі процесу технологічного підприємництва, у реалізації якого беруть участь різні організації з інституційного середовища бізнес-структур. Ефективна реалізація цілей, пов'язаних із цим процесом, забезпечується, з одного боку, активністю виконання функцій інституційного середовища, а з іншого – адекватною компетентністю малих та середніх підприємств із погляду пошуку та поглинання зовнішньої підтримки. У дослідженні особлива увага приділялася здатності цих підприємств ідентифікувати суб'єктів зовнішнього середовища з відповідним потенціалом та встановлювати з ними ефективні ділові контакти. Трансфер, упровадження та адаптація нових технічних та технологічних рішень вимагають насамперед доступу до наукових лабораторій та результатів роботи науково-дослідних організацій, а також фінансових та людських ресурсів для їх реалізації. Синергія діяльності різних організацій в інституційному середовищі підприємства може привести до успіху у технологічному підприємстві та забезпечити відповідний рівень розвитку підприємств, що беруть участь у цьому процесі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Lance D., North C. Douglass. Institutional change and American Economic Growth: A First Step Toward a Theory of Institutional Innovation. *Journal of Economic History*. 1970. № 30. P. 131–149.
2. Wiklund J., Patzelt H., Shepherd D.A. Building an Integrative Model of Small Business Growth, *Small Business Economics*. 2009. No. 4, pp. 351–374.
3. Туган-Барановский М. Промышленные кризисы в современной Англии, их причины и влияние на народную жизнь. Санкт-Петербург, 1894.
4. Kozłowski R., Matejun M. (2011). Dynamic Business Environment as a Source of Technology Entrepreneurship Development – a Case Study, [in:] K. Grzybowska, M. Wyrwicka (eds.), Knowledge Management and Organizational Culture of Global Organization, Publishing House of Poznan University of Technology, Poznań, 2011. P. 41–63.
5. Амоша О. І., Булеєв І. П., Шевцова Г. З. Інноваційне оновлення техніко-технологічної бази промислового виробництва на синергетичних засадах: теорія і практика. *Економіка промисловості*. 2007. № 1. С. 3–9.
6. Чухно А. Інституціоналізм: теорія, методологія, значення. *Економіка України*. 2008. № 6. С. 4–13.
7. Яременко О. Л., Розит Т. В. Институциональные характеристики финансовой глобализации. *Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая*. 2011. Вып. 37–1. С. 153–157.

REFERENCES

1. Lance D., North C. Douglass. (1970), Institutional change and American Economic Growth: A First Step Toward a Theory of Institutional Innovation, *Journal of Economic History*, № 30, pp. 131–149.
2. Wiklund J., Patzelt H., Shepherd D.A. (2009), Building an Integrative Model of Small Business Growth, *Small Business Economics*, № 4, pp. 351–374.
3. Tuhán-Baranovskiy, M. (1894), Promyshlennye kryzisy v sovremennoi Anhlyi, ykh prychyny y vlyiyanye na narodnuiu zhyzn, Sankt-Peterburg.
4. Kozłowski, R. and Matejun, M. (2011), Dynamic Business Environment as a Source of Technology Entrepreneurship Development – a Case Study, [in:] K. Grzybowska, M. Wyrwicka (eds.), Knowledge Management and Organizational Culture of Global Organization, Publishing House of Poznan University of Technology, Poznań, pp. 41–63.
5. Amosha, O. I. Bulieiev, I. P. and Shevtsova, H. Z. (2007), Innovatsiine onovlennia tekhniko-tekhnolohichnoi bazy promyslovoho vyrobnytstva na synerhetychnykh zasadakh: teoriia i praktyka, *Ekonomika promyslovosti*, № 1, pp. 3–9.
6. Chukhno, A. (2008), Instytutsionalizm: teoriia, metodolohiia, znachennia, *Ekonomika Ukrainy*, № 6, pp. 4–13.
7. Yaremenko, O. L. and Rozyt, T. V. (2011), Ynstytutsyonalnye kharakterystyky fyansovoi hlobalyzatsyy, *Nauchnye trudy DonNTU. Seryia: ekonomycheskaia*, № 37–1, pp. 153–157.

Стаття надійшла до редакції 5 червня 2020 р.

УДК 339.137.2:65.014.1

Лунак Р. Л.

economist_555@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1830-1800

Researcher ID: I-2980-2017

д.е.н., доц., професор кафедри економіки,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Сакаль М. М.

sakal.k2108@gmail.com

магістрант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Тарасенко Д. Л.

dariyatarasenko1998@gmail.com

магістрантка, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЗМІСТОВО-ТИПОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНКУРЕНЦІЇ КРИЗЬ ПРИЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. З'ясовано змістовну сутність поняття «конкуренція», виділивши низку тверджень науковців, які згруповано стосовно поведінкового, структурного та функціонального трактування. Встановлено, що серед учених-економістів немає єдиної думки щодо сутності категорії конкуренції та її співвідношення з іншими взаємозв'язаними категоріями. Запропоновано розглядати конкуренцію стосовно масштабів її відтворення та задоволення економічних інтересів кожного її учасника. Наголошено, що становлення конкуренції можливе лише за умов збалансованого поєднання приватних інтересів її учасників та публічних інтересів суспільства загалом. Узагальнено еволюційні зміни економічних учень конкуренції: від «теорії абсолютних переваг» до «теорії інтелектуального лідерства». Зроблено висновок, що конкуренція має як позитивні, так і негативні риси. Виділено функції конкуренції (регулюючу, алокаційну, інноваційну, адаптаційну, розподільчу та контролюючу), які визначають напрями забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Наголошено, що конкуренція як примусово-стимулююча сила змушує підприємство брати участь у конкурентній боротьбі і для цього постійно вести пошук ефективних способів досягнення лідерства. Удосконалено типологічні характеристики конкуренції, які, на відміну від наявних, ширше визначають сфери її впливу. Ідентифіковано форми конкуренції (функціональну, предметну, видову), за якими підприємства здійснюють вибір способів та інструментів для забезпечення власної конкурентоспроможності. Згідно з видами цінової (відкрита цінова, прихована цінова (конкуренція «за товар», конкуренція «за умовами продажу») та нецінової (добросовісна, недобросовісна) конкуренції визначено засоби забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Охарактеризовано позитивні та негативні аспекти цінової і нецінової конкуренції для підприємства у контексті вирішення ним завдань щодо формування достатнього рівня конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність підприємства, забезпечення, функції, види, форми, засоби.

Lupak R. L.

economist_555@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1830-1800

Researcher ID: I-2980-2017

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economics,

Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Sakal M. M.

sakal.k2108@gmail.com

Master`s degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Tarasenko D. L.

dariyatarasenko1998@gmail.com

Master`s degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

CONTENT AND TYPOLOGICAL CHARACTERISTICS OF COMPETITION THROUGH THE PRISM OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

Abstract. The substantive essence of the concept of «competition» is clarified, highlighting a number of statements of scientists, which are grouped with respect to behavioral, structural and functional interpretation. It has been established that there is no consensus among economics scholars about the nature of the competition category and its relation to other interrelated categories. It is proposed to consider competition in terms of the extent of its reproduction and the satisfaction of the economic interests of each of its participants. It is emphasized that competition formation is possible only under conditions of balanced combination of private interests of its participants and public interests of the society as a whole. Evolutionary changes in the economic doctrines of competition have been generalized, ranging from «theory of absolute advantage» to «theory of intellectual leadership». It is concluded that competition has both positive and negative features. The functions of competition (regulatory, allocation, innovative, adaptation, distributive and controlling) which determine the directions of ensuring the competitiveness of the enterprise are distinguished. It is emphasized that competition as a force-stimulating force compels the enterprise to take part in competition and for this purpose constantly to search for effective ways to achieve leadership. The typological characteristics of competition, which, unlike the existing ones, broadly define the spheres of its influence are improved. The forms of competition (functional, subject, species) by which enterprises make the choice of ways and tools for ensuring their own competitiveness are identified. According to the types of price (open price, hidden price (competition for «goods», competition «on terms of sale») and non-price (fair, unfair) competition, the means of ensuring the competitiveness of the enterprise are defined. Positive and negative aspects of price and non-price competition for the enterprise are characterized solving problems for them to form a sufficient level of competitiveness.

Key words: competition, enterprise competitiveness, provision, functions, types, forms, means.

JEL Classification: H11, O20, O29

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-08>

Постановка проблеми. Конкуренція вважається однією з найважливіших складових частин механізму функціонування ринкового господарства. Вона приводить до кращого використання потенціалу суспільства, раціоналізації поведінки суб'єктів господарювання. У зв'язку з цим вивчення конкуренції являє собою одну з найважливіших складових частин ринкових досліджень, яка створює основу для вироблення стратегії і тактики діяльності на ринку.

Конкуренція (від лат. *concurrentia* – змагання, суперництво) означає змагальність суб'єктів господарювання, коли їхні самостійні дії обмежують можливість кожного з них впливати на загальні умови реалізації продукції на ринку і стимулюють їх виробництво у необхідних для споживачів обсягах. Вона виражається в економічному суперництві окремих товаровиробників, що відбувається між ними з метою задоволення своїх потреб, забезпечення найвигідніших умов виробництва та збуту продукції, одержання максимального прибутку тощо. При цьому невід'ємними ознаками конкуренції є: наявність на ринку великої кількості незалежних продавців і покупців певного виду товару; наявність на ринку ідентичних або подібних товарів і послуг; відсутність бар'єрів входу (виходу) на ринок для покупців і продавців [1, с. 59–60].

В економічній літературі поширені такі сутнісні трактування поняття «конкуренція» [2]:

– конкуренція – це боротьба підприємств за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, яка ведеться ними на доступних сегментах ринку;

– конкуренція – це суперництво у будь-якій сфері діяльності між окремими юридичними або фізичними особами, зацікавленими у досягненні спільної мети;

– конкуренція – це боротьба підприємств за економічні вигоди від продажу товарів і послуг, а також за ринки постачання і збуту, за робочу силу;

– конкуренція – це об'єктивне економічне явище, яке в розвиненому товарному виробництві примушує суб'єктів господарювання прагнути до збільшення прибутку за рахунок розширення масштабів діяльності, зростання продуктивності праці та удосконалення форм організації виробничого процесу;

– конкуренція – це процес управління підприємствами своїми конкурентними перевагами з метою одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у межах законодавства або в природних умовах;

– конкуренція – це вже не «продукт проти продукту», «ефективність проти неефективності», а «нелінійна інновація проти лінійної»;

– конкуренція – це економічний процес взаємодії, взаємозв'язку та боротьби комерційних суб'єктів ринкової системи в процесі створення, збуту та споживання матеріальних благ. Це регулятор ринкових відносин, стимулятор НТР та ефективності суспільного виробництва.

Значна кількість науковців притримуються однієї з трьох трактовок конкуренції: поведінкової (акцентується увага на боротьбі за грошові кошти покупця шляхом задоволення його потреб); структурної (у суть поняття вкладаються результати аналізу структури ринку з метою визначення ступеня свободи продавця та покупця на ринку (форми ринку) і способу виходу з нього); функціональної (характеризується ступінь суперництва старого з новим (інноваціями), коли приховане стає явним) [3, с. 17–26].

У Господарському кодексі України (ст. 25) під конкуренцією розуміється змагання між суб'єктами господарювання, що забезпечує завдяки їхнім власним досягненням здобуття ними певних економічних переваг, унаслідок чого споживачі та суб'єкти господарювання отримують можливість вибору необхідного товару і при цьому окремі суб'єкти господарювання не визначають умов реалізації товару на ринку [4].

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» конкуренція визначається як «змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначити умови обороту товарів на ринку» [5].

Загалом конкуренція як базовий елемент ринкових відносин примушує підприємства змагатися одне з одним і тим самим сприяти досягненню найвищих результатів. Основним змістом конкуренції є якнайповніше задоволення потреб населення, свобода доступу на різноманітні ринки, здешевлення продукції та підвищення її якості тощо. Вона не дозволяє «економічній владі концентруватися в одних руках», перешкоджає зловживанню такою владою і забезпечує відкритість ринків.

Конкуренція можлива лише за умов збалансованого поєднання приватних інтересів її учасників та публічних інтересів щодо дотримання прав та законних інтересів споживачів, держави як організатора господарського життя в суспільстві, територіальних громад у сфері господарювання. Лише за умови, що вимагає від учасників ринкових відносин добросовісної поведінки у процесі виробництва і збуту, можлива реальна конкуренція і, відповідно, її позитивний вплив на економіку країни й інтереси споживачів [6, с. 14–21].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Від ступеня розвитку конкуренції на макrorівні залежать можливості вдосконалення економіки, економічне зростання, ступінь залученості країни у світову глобальну економічну систему. На мікрорівні економічні

успіхи суб'єктів господарювання насамперед залежать від того, наскільки ними вивчені закони конкуренції, її прояви та форми і наскільки вони готові до конкурентної боротьби.

Еволюція економічних учень конкуренції характеризується зміною поглядів від «теорії меркантилізму» до «теорії інтелектуального лідерства» та обґрунтовує вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства на ефективність конкуренції (табл. 1).

Уперше конкуренцію як механізм, що сприяє вирішенню проблеми економічної результативності й виступає рушійною силою економічного прогресу, проаналізував А. Сміт. У систематизованому вигляді конкуренція (за А. Смітом) – специфічна форма свідомих дій контрагентів ринку, спрямована на досягнення їхніх власних інтересів, а саме їх суперництво. А. Сміт розглядає конкуренцію як форму поведінки контрагентів ринку.

На відміну від А. Сміта, прихильники структурної концепції конкуренції (А. Маршалл, Й. Шумпетер) уявляли розвиток ринкової системи як динамічної якісної та кількісної зміни її властивостей, функцій і структури. Суттєвою рисою структурної концепції конкуренції є зміщення акценту на аналіз структури ринку і тих умов, які визначають конкурентний процес у конкретних ринкових структурах.

Суттєві кроки щодо осмислення конкуренції в капіталістичній ринковій економіці зробили меркантилісти. Основні їх представники Т. Мен («Багатство Англії у зовнішній торгівлі, або баланс нашої зовнішньої торгівлі як принцип нашого багатства» (1664 р.), А. Монкретьєн («Трактат по політичній економії» (1615 р.)) зробили перші спроби у пізнанні законів руху і внутрішнього механізму ринкової економіки, першими поставили завдання «раціонального господарювання» як найважливішої проблеми економічної науки. Підтримка державою дешевої імпоротної сировини, регулювання зовнішньої торгівлі із застосуванням протекціоністських тарифів на імпортні товари, заохочення експорту готових товарів, розширення бази

Таблиця 1

Трансформація економічних теорій та конкуренції

Теорія, представники	Зміст теорії
Теорія абсолютних переваг (А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Мілль)	Приватна ініціатива й вільний конкурентний ринок, на якому рівновага між виробництвом і споживанням підтримувалася, з одного боку, завдяки конкуренції між великою кількістю незалежних виробників, а з іншого – завдяки наявності масових індивідуальних споживачів. Конкуренція базувалася на ідеальній схемі виробничих відносин.
Теорія рівноваги (А. Маршалл)	Конкуренція слугувала ідеальним механізмом встановлення рівноваги на ринку завдяки дії законів граничної корисності та граничної продуктивності. Відтак конкуренція забезпечувала розвиток технологій та споживачьких переваг на основі визначених відносних цін.
Еволюційна теорія (Й. Шумпетер)	Конкуренція враховувала не лише процеси регулювання кон'юнктури ринку, а й вміння суб'єктів ефективно впроваджувати інноваційні технології. Індикатором конкуренції нового типу вважався підприємець-новатор.
Теорія конкурентних переваг (М. Портер)	Конкуренція проявлялась завдяки конкурентним перевагам підприємств в залежності від зміни конкурентного середовища та від їх ефективного використання
Теорія інтелектуального лідерства (Г. Хамел, К. Прахалад)	Використання нових форм бізнесу, інноваційних технологій в глобальному масштабі, прийняття нестандартних рішень щодо задоволення несформованих потреб споживачів стали новими чинниками конкуренції. Конкуренція розпочиналась на етапах проектування нових потреб суспільства.

Джерело: сформовано авторами

оподаткування і нагромадження капіталу підкреслювали меркантилісти як політику збагачення країни та зміцнення конкурентоспроможності національного суб'єкта господарювання.

Динамічність економічного розвитку відображає суттєві недоліки подібних статичних концепцій конкуренції. Зокрема, в США протягом другої половини ХХ ст. було запропоновано нові концепції, що закликали суміщати конкуренцію зі співпрацею (соконкуренція), прирівнювати еволюцію бізнесу до еволюції екосистем (коеволуція).

Серед сучасних дослідників теорії конкуренції виділяються роботи вченого-економіста М. Портера, який у процесі вивчення особливостей економіки країн і компаній виявив способи досягнення ними лідируючих позицій. На його думку, для успішного ведення конкурентної боротьби підприємству необхідно виробити конкурентну стратегію, мета якої – забезпечення переваги над конкурентами через виявлення конкурентних переваг та їх зміцнення в довгостроковому періоді. Способи досягнення конкурентних переваг значною мірою пов'язані зі впровадженням нових технологій та інновацій. Істотне значення має також масштаб конкуренції в умовах, коли конкурують не стільки економіки окремих країн, скільки підприємства, що працюють у різних соціально-економічних умовах.

Одна з перших сучасних концепцій про лідування підприємств на перспективних ринках сформульована в роботах Г. Хамел і К. Прахалад. У ній розкрито теоретичні та практичні особливості конкурентної поведінки підприємств, що прагнуть не тільки зберегти свої лідируючі позиції в галузі, а й докладають максимальних зусиль для «проникнення» на ринки майбутнього. Зокрема, основне стратегічне завдання підприємства – це формувати майбутні потреби споживачів, що є найважливішою сферою радикальних інновацій. Одним з основних способів досягнення цього є формування в компаніях «ключових компетенцій», що дають їм безумовну конкурентну перевагу, а також інтелектуальне лідерство. Велике значення в досягненні лідируючих позицій на глобальному ринку має реалізація підприємствами прогресивних технологічних продуктів на ринки інших країн [6, с. 15–33].

Економічна теорія вказує на те, що конкуренція має як негативні (призводить до економічних криз виробництва, розорення і безробіття, «хижацького» використання ресурсів; інколи переростає у недобросовісну конкуренцію), так і позитивні (виступає передумовою економічного прогресу, інструментом інноваційного розвитку; стимулює економію матеріальних, трудових і фінансових ресурсів; спонукає постійно поновлювати асортимент продукції, що випускається, пильно стежити за науково-технічним прогресом) риси [7, с. 54–78; 8, с. 102–144].

Постановка завдання. Метою статті є наукове обґрунтування змістово-типологічних характеристик конкуренції крізь призму забезпечення конкурентоспроможності підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. У контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємств та розвитку конкурентного середовища в системі ринкових відносин конкуренція виконує низку функцій [9, с. 107–155; 10, с. 252–256]. Йдеться про такі функції, як:

1. Регулююча функція. Обґрунтовуються процеси ціноутворення як одного з основних інструментів забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, одні виробники, що найбільш точно оцінили ринкову ситуацію та більш економічно і раціонально використовують ресурси, краще організують управління виробництвом, усе більше покращують свої конкурентні позиції на ринку. Інші – навпаки, не зуміли пристосуватися до ринку, тоді підприємства погіршують рівень власної конкурентоспроможності, а в окремих випадках припиняють господарську діяльність. Крім того, конкуренція в контексті регулювання дає змогу раціонально розподіляти дохід серед підприємств і домашніх господарств відповідності до їхніх капітальних можливостей до розвитку. А це відповідає загальноприйнятому в конкурентній боротьбі принципу винагороди за результатами.

2. Алокаційна, або функція розміщення (від англ. allocation – розподіл, розміщення), яка виявляється у тому, що в кінцевому підсумку ресурси і вироблені продукти завжди концентруються там, де можуть забезпечити максимальну віддачу: робоча сила мігрує в регіони з максимальною заробітною платою; земля і капітал концентруються в руках тих, хто здатен забезпечити їх використання з найбільшою віддачею (рента, процент, дивіденд). Тільки ефективне використання всіх виробничих можливостей може принести максимальну винагороду. Тому конкуренція забезпечує формування досконалого ринку на всій території країни.

3. Інноваційна функція конкуренції виявляється загалом у фінансуванні і стимулюванні НТП. Підприємства прагнуть упровадити досягнення науки і техніки у господарську діяльність якнайшвидше і тим самим забезпечити лідерство на ринку. Адже усяке відкриття в науці і техніці реалізується конкретно у більш економічному та продуктивнішому технологічному процесі. А це економія ресурсів, отже, формування додаткових резервів для підвищення ефективності підприємництва. Конкурентний пошук інновацій поступово переходить в організацію наукових досліджень і їх фінансування самими підприємствами. Так конкуренція активізує технічний прогрес.

4. Адаптаційна функція конкуренції реалізується у контексті пошуку підприємствами засобів для забезпечення вдалого пристосування до нових вимог бізнес-діяльності. Безперечно, підприємства змушені пристосовуватися до законодавства країни, до її податкової системи, до можливої інфляції, до релігійних і чисто національних звичаїв і традицій – до усього того, що називається середовищем підприємництва. Водночас таке середовище є часто прогнозованим, що дає змогу підприємству попередньо скерувати власний конкурентний потенціал для найкращої адаптації та забезпечення високої конкурентоспроможності. Ця функція відіграє настільки істотну роль у розвитку ринку, що деякі економісти взагалі розглядають пристосовницьку конкуренцію як окремий тип чи вид конкуренції.

5. Розподільна функція конкуренції характерна тим, що в основному реалізується в середовищі споживачів, як індивідуальних, так і продуктивних. Конкуренція виявляється в їхній боротьбі за отримання найбільшої суми сукупних матеріальних благ і послуг, створених у національному господарстві, притому на найбільш вигідних умовах. У межах таких відносин підприємства формують

свою товарну пропозицію, щоб забезпечувати усі потреби споживачів, і, відповідно, це стає об'єктом конкуренції. Водночас завдяки таким ринковим вимогам вдало розподіляється конкурентний потенціал підприємства, де одні здатні його постійно покращувати і тим самим задовольняти прогресивні потреби споживачів, а інші – орієнтуватися на споживачів із сталими потребами, які часто є первинними для людської життєдіяльності.

6. Контролююча функція конкуренції виявляється у недопущенні монополістичного панування окремих підприємств на ринку. Конкуренція обмежує і ставить

у визначені рамки чи форми моделі недосконалої конкуренції. При цьому конкуренція спирається на установлені інституціональні механізми, особливо на антимонопольне законодавство.

Загалом головна функція конкуренції – сформувати ринкове середовище, в якому відбуватиметься боротьба за забезпечення потреб споживачів і при цьому використовуватимуться прогресивні для цього способи.

Аналіз праць науковців із проблем конкуренції дав змогу узагальнити підходи до класифікаційних ознак конкуренції, які наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Класифікація видів конкуренції

Критерії класифікації	Види конкуренції
Залежно від застосовуваних дій, за рахунок яких можна обійти конкурентів	– цінова – конкуренція за рахунок зниження витрат; – нецінова – використання будь-яких законних засобів зниження цін з метою залучення нових споживачів
За характером цінової конкуренції	– пряма – підприємство оповіщає про зниження цін на товари, що випускаються і є наявні на ринку; – прихована – виведення на ринок нових товарів з істотно поліпшеними споживчими властивостями та високою ціновою привабливістю
В залежності від масштабу	– місцева – у групі, відділенні, підприємстві і т.д.; – регіональна – у районі, місті, області і т.д.; – національна – у країні; – міжнаціональна – у декількох країнах; – глобальна – у світовому масштабі, без конкретно визначених країн
За ступенем диференціації товарів	– гомогенна – однорідна конкуренція, яка не включає диференціацію товару; – гетерогенна – різнорідна, з диференціацією товару
У залежності від дотримання норм і правил	– сумлінна – конкуренція, яка здійснюється відкрито на ринку з повним дотриманням чинного законодавства й етичних норм; – несумлінна – конкуренція, яка здійснюється на ринку з повним або частковим порушенням чинного законодавства й етичних норм
За ступенем складності проникнення в галузь	– відкрита – без бар'єрів входження в галузь; – закрита – з бар'єрами входження в галузь
За характером поведінки продавця	– монополія – якщо ситуація на ринку залежить тільки від власної поведінки продавця і реакції на нього покупців; – поліполія – якщо продавець не може спрогнозувати реакцію конкурентів і бере ринкову ціну як дану; – монополістична конкуренція – якщо продавець не може спрогнозувати реакцію конкурентів і обирає ціну, яка не впливає істотно на його конкурентів; – олігополія – якщо продавець повинен враховувати реакцію своїх конкурентів
За ступенем інтенсивності	– приваблива – коли в даному сегменті підприємство якісніше задовольняє свої потреби чи одержує прибуток, більший, ніж у попередньому сегменті; – помірна – дії суб'єктів конкуренції підтримують конкурентне середовище в даному сегменті ринку; – жорстока для об'єкта конкуренції – підприємство поглинає, знищує або витісняє конкурентів із середовища функціонування; – жорстока для суб'єкта конкуренції – коли об'єкт конкуренції поглинає або витісняє підприємство з даного сегмента; – гіперконкуренція – зростаюча динамізація конкуренції для всіх учасників ринку
У залежності від отриманих результатів	– реальна (ефективна) – динамічна конкуренція, яка стимулюється прагненням підприємств до одержання надприбутків за рахунок конкурентних переваг; – потенційна (неефективна) – інтереси підприємств розрізнені в часі і просторі
У залежності від ступеня взаємозамінності товарів	– параметрична – конкуренція серед виробників аналогічної продукції; – товарна – конкуренція за зовнішнім виглядом і функціями; – марочна – конкуренція торгових марок виробників однорідної продукції; – конкуренція бажань – конкуренція принципово іншої продукції, що конкурує на рівні бажань
За територіальною ознакою	– внутрішньогалузева – конкуренція між окремими підприємствами всередині однієї галузі; – міжгалузева – конкуренція капіталів за більш прибуткове їх застосування; здійснюється у вигляді міграції капіталів з одних галузей в інші, де формується середня норма прибутку

Джерело: складено за [10, с. 252–256; 11, с. 40–77]

Однією з важливих характеристик конкуренції є визначення її особливостей, зокрема як для ринкового середовища, так і для окремих підприємств. Зокрема, можна розрізнити міжгалузеву, внутрішньогалузеву та внутрішньогосподарську конкуренцію, де конкурентні взаємозв'язки формуються на рівні системи, підсистеми, об'єктів конкуренції. Очевидно, параметризація конкуренції є доцільною на функціональному рівні, зокрема торгівлі товарами народного споживання та товарними послугами [12, с. 90–101].

Загалом виникнення ринкової економіки ознаменується появою вільної конкуренції. Проте існування купівлі-продажу товарів, використання різного типу грошової валюти можливе й без конкуренції, тому необхідним є розуміння умов виникнення конкуренції: наявність на ринку великої кількості виробників будь-якого конкретного продукту або ресурсу; свобода вибору господарської діяльності новоствореними підприємствами; відповідність між тим, що визначає попит, і тим, що визначає пропозицію (якщо попит перевищує пропозицію, існує дефіцит товарів – вільна конкуренція відсутня); наявність ринку засобів виробництва [13, с. 345–350; 14, с. 26–31].

З одного боку, конкуренція – це економічні змагання за досягнення найкращих результатів у певній діяльності, боротьба товаровиробників за більш вигідні умови підприємництва, отримання найбільшого прибутку, з іншого – це невід'ємна складова частина та найважливіший елемент ринкового механізму, що забезпечує взаємодію різних суб'єктів ринку.

Кожен вид конкуренції характеризує стан ринку, кількість учасників на ньому та їхні інтереси. Звичайно, функціонування ринку залежить від конкуренції, і навпаки, конкурентні відносини виникають завдяки ринку, а це дає змогу виділити такі форми конкуренції (табл. 3).

Так, функціональна конкуренція є характерною для підприємств, що пропонують на ринку товари-замінники і тим самим задовольняють додаткові потреби покупців. Предметна, або формальна конкуренція притаманна підприємствам-конкурентам, які виробляють товари одного асортименту. В умовах видової конкуренції конкурентами вважають усіх виробників, які беруть участь у боротьбі за споживачів.

Насамперед результативність використання методичних інструментів забезпечення конкурентоспроможності підприємства (рис. 1) визначається взаємодією товарних ресурсів із ринковим середовищем, у прагненні завоювати ширше коло покупців, отримати конкурентні переваги щодо збільшення обсягу реалізації продукції та цільового прибутку [13, с. 345–350].

Відповідно, прийнято виділяти цінову і нецінову конкуренцію, які тісно пов'язані формами здійснення боротьби за купівельні фонди покупців. Так, нецінова конкуренція є прихованою, непрямом формою цінової конкуренції, на відміну від відкритої, прямої. Підприємства, що використовують методи нецінової конкуренції забезпечення власної конкурентоспроможності, начебто б формально дотримуються сталої цінової політики, але продають за цими цінами товари різної якості або з різними умовами продажів. Продаж за однаковими цінами різних товарів і з різними умовами продажу рівнозначний нецінової конкуренції.

Прийнято цінову конкуренцію розглядати як вид конкуренції, який проявляється у зниженні цін на товари без зміни їхньої якості та властивостей, порівняно з цінами на аналогічну продукцію інших підприємств-аналогів. Через ціни встановлюються товарні відносини, які зараз вигідні підприємству. Це може відбуватися за рахунок зниження цін без істотної втрати прибутку, або підприємство може свідомо йти на тимчасову втрату частки (а у деяких випадках повністю) прибутку з різким зменшенням цін з метою розорення конкурентів та за рахунок цього захоплення більшої частки товарного ринку.

Водночас відкрита цінова політика підприємства здійснюється за допомогою впровадження певних змін в обґрунтування величини отриманого цільового прибутку: зниження цін до рівня беззбитковості; зниження цін нижче рівня беззбитковості; використання дисконтних карток.

За сучасних умов розвитку ринку все більшого значення набуває прихована цінова конкуренція, яку поділяють на конкуренцію «за товар» та конкуренцію «за умовами продажу». При цьому прихована цінова конкуренція проявляється не прямим зниженням ціни, а завдяки відмінностям у споживчих властивостях товару, якісними умовами його реалізації.

Відзначимо, що конкуренція «за товаром» проявляється у прагненні підприємства захопити частку товарного ринку конкурента шляхом впровадження нового, більш якісного асортименту товарів за незмінного рівня продажних цін або часткового його зменшення. Водночас конкуренція «за умовами продажу» охоплює різноманітні методи просування товарів для залучення покупців, такі як: збільшення терміну гарантійного обслуговування; застосування прийомів мікрорекламу; використання автоматизованих торгових систем; надання споживачам кредитів на придбання товарів (послуг) та інших пільг; використання прийомів бенчмаркінгу; зміна споживчих властивостей товарів

Таблиця 3

Форми конкуренції

Форми	Загальна характеристика
Функціональна	Виникає в ринковій ситуації, коли продукція, що реалізується певним підприємством і поряд з продукцією аналогічних підприємств, задовольняє конкретну потребу споживача. У контексті реалізації подібної продукції підприємства називають продуктово-родовими конкурентами.
Предметна (формальна)	Виступає наслідком аналогічності продукції, що реалізується. Ведеться за різними торговими марками однієї й тієї ж продукції, що реалізується різними підприємствами.
Видова (загальна)	Виникає між різними різновидами товару, що в принципі задовольняють одну й ту ж потребу, при цьому існує хоча б один параметр, за яким вони відрізняються.

Джерело: складено за [9, с. 21; 10, с. 252–256]



Рис. 1. Засоби цінової та нецінової конкуренції, які зорієнтовані на підвищення конкурентоспроможності підприємств

Джерело: складено за [6, с. 141–159]

(послуг); продаж товарів, характеристики яких призводять до зниження витрат під час їх використання та при цьому не знижується їхня ціна.

За нецінової форми конкуренції за моральними принципами ведення боротьби варто виділити: законну (добросовісну) конкуренцію; недобросовісну конкуренцію. Так, законна нецінова форма конкуренції характеризується використанням таких методів забезпечення конкурентоспроможності підприємства, як: реалізація продукції, що задовольняє споживчий попит іншим чином або задовольняє потреби, які не існували раніше; продаж принципово нових товарів, враховуючи моду, престиж; використання інтернет-мережі у реалізації продукції; надання додаткових послуг у процесі продажу товарів; розширення післяпродажного обслуговування; використання реклами; скорочення терміну постачання продукції на склади і у торгові зали; гарантування постачання продукції у визначений час року (з урахуванням сезонності попиту).

До законних методів забезпечення конкурентоспроможності підприємства за нецінової форми конкуренції відноситься надання комплексу додаткових, супутніх послуг, технічної документації, інструкцій, рецептів у процесі реалізації продукції та розширення сфери післяпродажного обслуговування.

У сучасних умовах ринкових перетворень підприємства нерідко використовують методи особливого характеру забезпечення конкурентоспроможності – недобросовісну конкуренцію. Прийнято розглядати недобросовісну конкуренцію в контексті діяльності підприємства щодо одержання комерційної вигоди і забезпечення домінуючого становища на ринку шляхом обману споживачів, партнерів, інших підприємств і державних органів. Так, до таких способів конкуренції відносять: фінансові махінації і спекуляції; економічне шпигунство; підкуп чиновників державного апарату; жорсткі, агресивні дії проти конкурентів; тиск на постачальників продукції і банківських установ із метою перешкоди отримання продукції і кредитів; переманювання кваліфікованих працівників або надання, пропонування їм матеріальних цінностей, майнових чи немайнових благ за неналежне виконання певних завдань; таємні угоди про єдину політику цін і поділ ринків збуту між окремими підприємствами тощо [14, с. 26–31; 15].

Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Загалом характер використання певних засобів одержання конкурентних переваг підприємством для досягнення більш сильної позиції залежить від факторів дії конкуренції, моральних принципів ведення конкурентної боротьби. Тому конкуренція як примусово-стимулюючий фактор примушує підприємство боротися за збільшення прибутку пошуком нових форм і методів ведення бізнесу, використовуючи новітні технології, сучасні способи організації стратегічного управління, а також виступає внутрішнім чинником прогресивного розвитку ринкового середовища, що водночас стимулює і підтримує його життєздатність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Смолин Г. В. Господарське право України: (особлива частина) : навч. посіб. Львів : ЛьвДУВС, 2010. 579 с.

2. Масляєва О. О. Економічна сутність категорії “конкурентоспроможність”: детінізація та систематизація. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=737>

3. Юхименко В. Еволюція концепцій конкуренції: від класичного капіталізму до інноваційно-інформаційної економіки. *Вісник КНЕТУ*. 2010. № 2. С. 17–26.

4. Україна Господарський кодекс № 436-IV від 12.02.2020. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

5. Україна. Закон. Про захист економічної конкуренції № 2210-III від 12.02.2020. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>

6. Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність торговельного підприємства та механізм її забезпечення : дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (економіка торгівлі та послуг); Львівська комерційна академія. Львів, 2008. 230 с.

7. Корецький М. Х., Дачій О. І., Кульнева Г. М., Вініченко І. І. та ін. Економічна теорія : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2007. 256 с.

8. Основи економічної теорії : навч. посіб. / [за ред. С. В. Мочерного]. Київ : ВЦ «Академія», 1997. 462 с.

9. Клименко С. М., Барабась Д. О., Омеляненко Т. В. та ін. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006. 527 с.

10. Лупак Р. Л., Приходько Л. О. Конкурентні переваги як наслідок відтворення підприємством ресурсних можливостей. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2010. Вип. 20.6. С. 252–256.

11. Полтавська Є. О. Управління конкурентними перевагами підприємства : дис. канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами»; Харківський державний економічний університет. Харків, 2004. 188 с.

12. Васильців Т. Г., Юрків Н. Я., Лупак Р. Л. Інституційне забезпечення розширення фінансових можливостей підприємств промисловості та АПК на регіональному рівні. *Фінанси України*. 2012. № 3. С. 90–101.

13. Блонська В. І., Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства – основний чинник розвитку конкурентоспроможності економіки. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2006. Вип. 16.1. С. 345–350.

14. Семак Б. Б., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. Удосконалення методики оцінювання конкурентоспроможності та розробки конкурентної стратегії підприємств сфери послуг. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2016. Вип. 14. Серія економічна. С. 26–31.

15. Україна. Закон. Про захист від недобросовісної конкуренції № 236/96-ВР, від 11.12.2019. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/236/96>.

REFERENCES

1. Smolyn, H. V. (2010), *Hospodarske pravo Ukrainy: (osoblyva chastyna)*, L'vDUVS, Lviv, 579 s.

2. Maslyayeva, O. O. (2018), *Ekonomichna sutnist katehoriyi “konkurentospromozhnist”: detinizatsiya ta systematyzatsiya*, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=737>

3. Yukhymenko, V. (2010), *Evoluytsiya kontseptsiy konkurentsiyi: vid klasychnoho kapitalizmu do inovatsiynoinformatsiynoyi ekonomiky*, *Visnyk KNETU*, № 2, s. 17–26.

4. *Ukrayina. Hospodarskyi kodeks (2020)*, available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

5. *Ukrayina. Zakon. Pro zakhyst ekonomichnoyi konkurentsiyi (2020)*, available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>

6. Lupak, R. L. (2008), *Konkurentospromozhnist torhovelnoho pidpryyemstva ta mekhanizm yiyi zabezpechennya*, *Lvivska komertsyina akademiya*, Lviv, 230 s.

7. Koretskyy, M. Kh., Datsiy, O. I. Kulnyeva, H. M. and Vinichenko, I. I. (2007), *Ekonomichna teoriya*, TSUL, Kyiv, 256 s.

8. Mochernuy, S. V. (1997), *Osnovy ekonomichnoyi teorii*, VTS "Akademiya", Kyiv, 462 s.

9. Vasylytsiv, T. H., Yurkiv, N. Ya. and Lupak, R. L. (2012), *Instytutsiyne zabezpechennya rozshyrennya finansovykh mozhyvostey pidpryyemstv promyslovosti ta APK na rehional'nomu rivni*, *Finansy Ukrainy*, № 3, s. 90–101.

10. Klymenko, S. M., Barabas, D. O. and Omelyanenko, T.V. (2006), *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstva*, KNEU, Kyiv, 527 s.

11. Lupak, R. L. and Prykhod'ko, L. O. (2010), *Konkurentni perevahy yak naslidok vidtvorennya pidpryyemstvom resursnykh mozhyvostey*, *Naukovyy visnyk Natsional'noho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy*, № 20.6, s. 252–256.

12. Poltavska, Ye. O. (2004), *Upravlinnya konkurentnymy perevahamy pidpryyemstva*, Kharkivskyy derzhavnyy ekonomichnyy universytet, Kharkiv, 188 s.

13. Blons'ka, V. I. and Lupak, R. L. (2006), *Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva – osnovnyy chynnyk rozvytku konkurentospromozhnosti ekonomiky*, *Naukovyy visnyk Natsional'noho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy*, № 16.1, s. 345–350.

14. Semak, B. B., Vasylytsiv, T. H. and Lupak, R. L. (2016), *Udoskonalennya metodyky otsynuvannya konkurentospromozhnosti ta rozrobky konkurentnoyi stratehiyi pidpryyemstv sfery posluh*, *Naukovi zapysky L'vivs'koho universytetu biznesu ta prava*, № 14, s. 26–31.

15. *Ukrayina. Zakon. Pro zakhyst vid nedobrosovisnoyi konkurentsii* (2019), available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/236/96>

Стаття надійшла до редакції 22 лютого 2020 р.

УДК 005.591.6(477)

Мислюк В. С.

vladamysyliuk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4941-6766

аспірантка кафедри бізнес-економіки та підприємництва,

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ

ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. У статті розглянуто актуальні проблеми зниження інноваційної активності українських суб'єктів підприємства та у зв'язку з цим погіршення інших оціночних характеристик стану підприємств: втрату конкурентоспроможності, гнучкості, адаптивності та ефективності. Стан та проблеми розвитку корпоративного підприємства визначаються детермінантами низької інноваційності українських підприємств. Метою статті є здійснення аналізу стану інноваційної діяльності українських підприємств та розроблення пропозицій з активізації процесів генерування та впровадження інновацій у внутрішньому корпоративному середовищі. Для досягнення визначеної мети було проведено динамічний та порівняльний статистичні аналізи інноваційної діяльності підприємств України та Європейського Союзу. Результати дослідження вказують на надзвичайно низький рівень та негативну динаміку інноваційної активності українських підприємств, а також колосальне відставання від рівня інноваційності підприємств Європейського Союзу. Ідентифікований стан та тенденції вказують на необхідність удосконалення процесу управління інноваціями на підприємствах шляхом цілеспрямованого впливу вищого керівництва. Практична цінність статті полягає в обґрунтуванні перспектив впровадження корпоративного підприємства як інструменту стимулювання інновацій у внутрішньому середовищі організації.

Ключові слова: інновації, інноваційність, інноваційна активність, інноваційний потенціал, корпоративне підприємство.

Mysyliuk V. S.

vladamysyliuk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4941-6766

Postgraduate Student,

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kyiv

THE EVALUATION OF INNOVATIVENESS OF UKRAINIAN ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF STUDY OF THE STATE AND PROBLEMS OF CORPORATE ENTREPRENEURSHIP

Abstract. The article is devoted to actual problems of decline in innovation activity of Ukrainian organizations and corresponding decline in other valuation indicators of economic state of enterprises: competitiveness, flexibility, adaptability and efficiency. The state and problems of corporate entrepreneurship development are considered as determinant of low innovativeness of Ukrainian enterprises. The purpose of the article is to conduct the analysis of innovation activity of Ukrainian organizations and based on results provide propositions aimed at stimulating innovations in internal corporate environment. The methods applied include dynamic and comparative statistical analysis of innovation activity of organizations from Ukraine and European Union. The results of research proved extremely low level and the existence of negative dynamic of most indicators of innovativeness: the decrease in turnover of innovation goods and services, decline in number of innovations implemented by organizations, a huge gap in level and intensity of innovation activity of Ukrainian and European enterprises. It is highlighted that such tendencies create risks of lack of employee motivation to generate innovative solutions, reduction of market share, decline in efficiency and liquidation of enterprises. The managers of Ukrainian organizations should take purposeful actions aimed at stimulation of corporate innovations. It is emphasized that the implementation of corporate entrepreneurship in practice of organizations can stimulate innovations inside corporate environment. Principles of corporate entrepreneurship like decentralization of resources and power, free exchange of ideas and knowledge, availability of financial resources and equipment, high speed of decision making concerning the realization of innovative ideas create prerequisites for launching corporate startups inside organizations. The increase in number and frequency of generation of innovative solutions by employees and search for external innovative ideas may provide diversified portfolio of innovation for enterprise. It is summarized that corporate entrepreneurship creates favorable circumstances for the opening of new markets and the creation of new business directions, rapid response to change, implementation of the strategy of innovation-oriented enterprise.

Key words: innovation, innovativeness, innovation activity, innovation potential, corporate entrepreneurship.

JEL Classification: M10, M21

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-09>

Постановка проблеми. Сучасні підприємства відчувають гостру потребу в ідентифікації креативності та інноваційних здатностей їхніх працівників, а також задіяння наявного людського потенціалу для підвищення ефективності діяльності підприємств. Система корпоративного (або внутрішнього) підприємництва формує особливу інноваційну практику на підприємстві, де співробітники різних рівнів ієрархії та компетенцій стають генераторами інновацій та нових видів діяльності. Неспроможність трансформувати людський креативний та інноваційний потенціал у реальні економічні результати діяльності виступає фактором низького рівня інноваційності та конкурентоспроможності українських підприємств.

Статистичні дані та різноманітні міжнародні метрики вказують на вкрай низький рівень інноваційності українських підприємств. Наприклад, дані Світового банку [1] вказують на те, що Україна демонструє колосальне відставання за обсягами експорту високих технологій порівняно з більшістю європейських країн. Для порівняння ці показники для України становлять 1,2 млн номінальних дол. США (2018 р.), Болгарії – 2 млн дол. (2018 р.), Литви – 2,5 млн дол. (2018), Польщі – 20 млн дол. (2019 р.), Німеччини – 207 млн дол. (2019 р.). У глобальному рейтингу інноваційності Global Innovation Index 2019 [2] Україна посіла 47 місце серед 129 країн. За субіндексом результатів інноваційної діяльності Україна займає високі позиції – 36 місце, але субіндекс інноваційного потенціалу є досить низьким – 82 місце. Унаслідок зниження інноваційності підприємства втрачають довгострокові конкурентні переваги, що має наслідком погіршення інших оціночних характеристик стану підприємства: конкурентоспроможності, адаптивності, гнучкості, ефективності та ін. Отже, питання активізації інноваційної діяльності підприємств є надзвичайно актуальним. Управлінці можуть здійснювати цілеспрямований вплив на формування інноваційного потенціалу їхніх підприємств та його трансформацію у бажані результати інноваційної діяльності шляхом упровадження системи корпоративного підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичного базису, методології та інструментарію оцінювання інноваційності підприємств присвячено роботи українських учених: Л. О. Лігоненко [3; 4; 5; 6], Ю. В. Великого [7], Я. І. Гнатюка [8] та ін. Обґрунтуванню концепції корпоративного підприємництва, його зв'язку з інноваціями та інноваційним розвитком підприємств присвячено роботи О. Устиної [9], Е. Макфадзеана, А. О'Лофліна та Е. Шоу [10]. Науковці розглядають підприємницьку та інноваційну активність організацій як важливі чинники підтримання їхніх конкурентних переваг у сучасному складному еконо-

мічному середовищі. Характерні риси корпоративного підприємництва, серед яких наявність підприємницького духу, здатність генерувати ідеї та реалізовувати їх із метою отримання вигоди та прибутку для підприємства, вважаються драйверами інновацій у внутрішньому організаційному середовищі. Низький рівень інноваційності українських підприємств актуалізує питання доцільності впровадження принципів корпоративного підприємництва у їхню діяльність.

Постановка завдання полягає у здійсненні аналізу стану інноваційності українських підприємств та формуванні пропозицій стосовно активізації їхньої інноваційної діяльності. Для досягнення визначених цілей було проведено динамічний та порівняльний статистичний аналіз стану інноваційної діяльності підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Результати державного статистичного спостереження стану інноваційної діяльності промислових підприємств (здійснювані за формою № 1-інновація) демонструють масштабне зменшення кількості інноваційно активних промислових підприємств (таблиця 1). Хоча у відносному вираженні кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації, зросла, у абсолютному вираженні відбулося величезне скорочення: з 1371 у 2012 році до 739 у 2018 році (це у 1,9 рази).

Обсяги реалізованої інноваційної продукції на українському ринку мають негативну динаміку, за винятком окремих незначних зростань: якщо у 2011 році оборот інноваційної продукції становив 42 386,7 млн грн., то у 2018 році цей показник був більш ніж на 40% меншим та становив 24 861,1 млн грн. Обсяги реалізованої інноваційної продукції, що була новою для ринку, скоротилися у 2018 році порівняно з 2011 роком у 2,2 рази та становили 7863,8 млн грн [11; 12]. Це означає, що українські промислові підприємства оновлюють асортимент та номенклатуру продукції надзвичайно повільно, освоєння нових ринків відбувається мляво, майже не створено передумов до виходу на міжнародні ринки, які зацікавлені саме в інноваційних продуктах та послугах.

Динаміка обсягів витрат на інноваційну діяльність має пік у 2016 році, коли витрати становили 23 229,5 млн грн, однак одразу відбулося різке скорочення витрат у 2017 році на 60%. Хоча у 2018 році витрати на інновації зросли на 34%, їхній обсяг (12 180,1 млн грн) залишається відносно низьким (рис. 1). Переважно низькі обсяги витрат на інновації не можуть створити умов для формування достатнього інноваційного потенціалу, оскільки їх нестача провокує гасіння будь-яких підприємницьких ініціатив, зменшення рівня експериментаторства всередині підприємства та нівелює здобутки попередніх підприємницьких ініціатив.

Таблиця 1

Кількість інноваційно активних промислових підприємств за період 2010–2018 років

Роки	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість інноваційно активних промислових підприємств, од	1462	1679	1758	1715	1609	824	834	759	777
Частка промислових підприємств, що впроваджували інновації у % від інноваційно активних промислових підприємств	83,2	79,0	78,0	76,5	75,1	87,7	88,1	88,5	95,1

Джерело: сформовано автором на основі даних статистичного збірника «Наукова та інноваційна діяльність в Україні» та доповіді «Інноваційна діяльність промислових підприємств України» [11; 12]

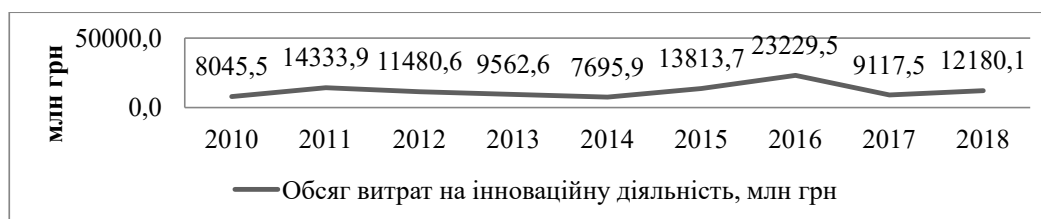


Рис. 1. Динаміка обсягів витрат промислових підприємств на інноваційну діяльність впродовж 2010–2018 років

Джерело: сформовано автором на основі [11; 12]

Кількість упроваджених інноваційних видів продукції кореспондує з обсягами витрат на інноваційну діяльність. Якщо найбільший обсяг витрат на інновації спостерігався у 2016 році, то і найбільша кількість інноваційних видів продукції, а також інноваційних технологічних процесів припадає саме на 2016 рік. У 2018 році порівняно з 2016 роком відбулося скорочення кількості упроваджених інноваційних видів продукції на 7%, а кількості упроваджених інноваційних технологічних процесів – на 43% (таблиця 2). Унаслідок недостатнього фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств створюється ситуація згортання розроблення будь-яких інноваційних ідей.

Кількість промислових підприємств, що створили нові технології, становить 9 підприємств у 2015 році (0,19% від загальної кількості промислових підприємств) та 8 підприємств у 2017 році (0,17%) [11; 12]. Ці значення демонструють слабкість української промисловості у сфері генерування та розроблення нових технологій: не закладаються передумови до формування конкурентних переваг промислових підприємств та створення джерела економічної динаміки.

За результатами динамічного статистичного аналізу інноваційної діяльності промислових підприємств України констатуємо наростання негативних явищ у процесі формування інноваційного потенціалу, а також у забезпеченні результативності та ефективності інноваційної діяльності підприємств. На нашу думку, запобігти ризику неконкурентоспроможності українських підприємств як на локальному, так і на зарубіжному ринках можливо у разі спрямування управлінських зусиль та рішень на активізацію інновацій на підприємствах. Вважаємо, що перспективним способом досягнення визначеної цілі є здійснення управління на основі концепції корпоративного підприємництва. Підкріплюють цю тезу результати дослідження PwC's Innovation Benchmark (2017) [13, с. 14–15], що вказують на важливість наявності досвіду та компетенцій різного роду для успішного впровадження інновацій, які можуть створити цінність для ринку та бізнесу. 60% опитаних

менеджерів (1222 менеджери з 44 країн) вважають, що саме працівники є найбільш важливими партнерами з розроблення та впровадження інновацій. Для цього управлінці повинні створити необхідні умови (інноваційна поведінка, культура, інноваційне лідерство топ-менеджерів) для активізації та задіяння творчого та підприємницького потенціалів співробітників.

Порівняльний статистичний аналіз стану інноваційної діяльності в Україні та країнах Європейського Союзу було здійснено за 2014–2016 роки (це останній доступний період для порівняння з європейськими показниками інноваційної діяльності). Використовуватимуться дані державного статистичного спостереження зі статистики інноваційної діяльності, проведені за формою № ІНН «Обстеження інноваційної діяльності підприємств» [14] та дані Євростату, отримані за результатом дослідження Community Innovation Survey. Форма № ІНН гармонізована з опитувальником Community Innovation Survey [15], що створює можливість для здійснення міжнародних порівнянь.

На рис. 2 показано розрив між кількістю підприємств із різними типами впроваджуваних інновацій у 2014–2016 роках. За кількістю підприємств із продуктовими інноваціями Україна займає останнє місце серед європейських країн: відставання від Румунії становить 2,7 рази; Словачії – у 3 рази; Болгарії – у 5,4 рази; Угорщини – у 6,6 рази; Польщі – у 16,8 рази; а з найбільш інноваційними економіками розрив колосальний: Франція – у 58 разів; Німеччина – у 136 разів. За кількістю підприємств із процесними інноваціями Україну випереджають майже усі європейські країни (окрім Румунії та Словачії), причому різниця варіює від 1,1 рази до 25 разів.

Розрив між рівнем інноваційної активності підприємств в Україні та країнах ЄС зумовлений тим, що, з одного боку, підприємства не мають перспективних інноваційних ідей, а з іншого – не здатні ефективно та результативно їх реалізувати. Надзвичайно важливо створити всередині підприємств середовище, що буде сприятливим для інновацій. Є низка вимог до внутрішньої організації системи менеджменту підприємств

Таблиця 2

Динаміка кількості упроваджених інноваційних видів продукції та технологічних процесів за період 2010–2018 років

Роки	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Кількість найменувань упроваджених інноваційних видів продукції, од	2408	3238	3403	3138	3661	3136	4139	2387	3843
Кількість упроваджених інноваційних технологічних процесів, од	2043	2510	2188	1576	1743	1217	3489	1831	2002

Джерело: розраховано автором на основі [11; 12]

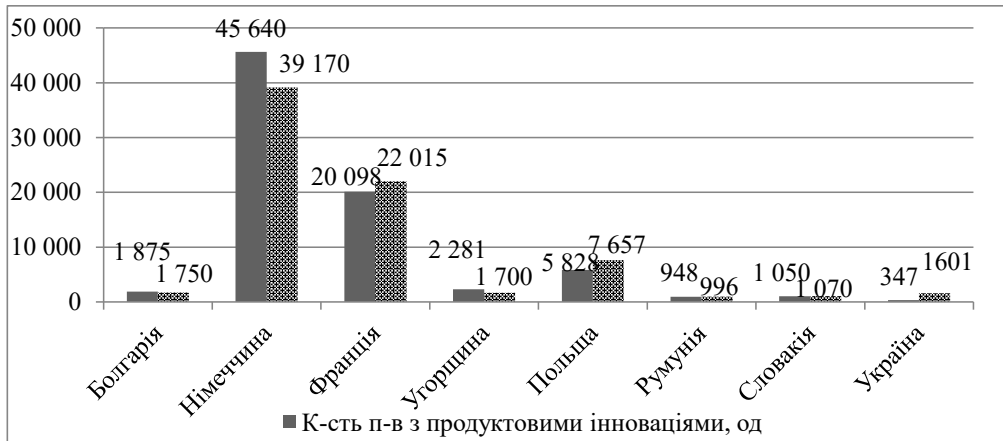


Рис. 2. Кількість підприємств за типом впроваджуваних інновацій за період 2014–2016 років

Джерело: сформовано автором на основі даних статистичного збірника «Наукова та інноваційна діяльність в Україні», доповіді «Обстеження інноваційної діяльності в економіці України (за міжнародною методологією)» та даних сайту Євростату [11; 16; 17]

ства, що дозволяють авторам інноваційних ідей швидко та ефективно доводити їх до реалізації. Принципи, які закладені у концепцію корпоративного підприємництва: децентралізація ресурсів та влади, вільний обмін ідеями, доступ до фінансування та обладнання, швидкість прийняття рішення про реалізацію ідеї створюють передмови до запуску інноваційних стартапів у корпоративному середовищі. Зростання кількості та частоти пропозицій інноваційних рішень, спрямування зусиль та інвестицій у їх реалізацію безумовно підвищить кількість підприємств із різними типами інновацій.

За питомою вагою реалізованої продукції (товарів, послуг) інноваційно активними підприємствами у загальному обсязі реалізованої продукції (товарів, послуг) у 2014 році Україна відстає від Болгарії на 27,8 п.п.; Угорщини на 28,3 п.п.; Польщі на 19,9 п.п.; Словачії на 33,3 п.п.; лише порівняно з Румунією українські значення є відносно високими – спостерігається перевищення на 12,2 п.п. (рис. 3).

Рис. 4 показує, що частка працюючих на інноваційно активних підприємствах України у загальній кількості працюючих у 2014 та 2016 роках становить

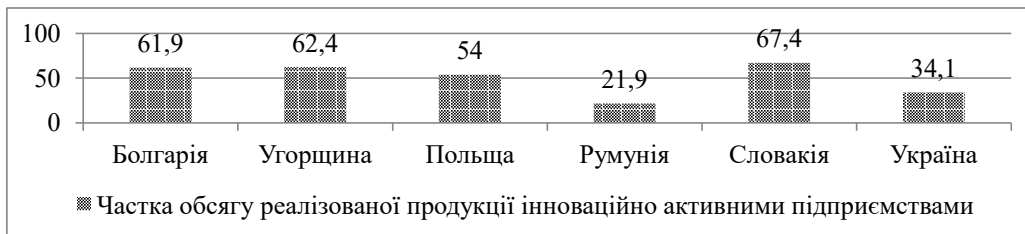


Рис. 3. Частка обсягу реалізованої продукції у 2014 році (у % до загального обсягу реалізованої продукції обстежених підприємств)

Джерело: сформовано автором на основі [11; 16; 17]

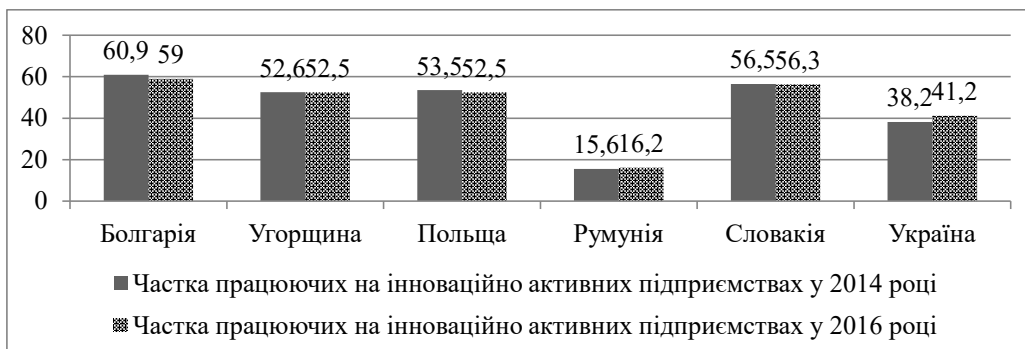


Рис. 4. Частка працюючих на інноваційно активних підприємствах за 2014 та 2016 роки (у % до загальної кількості працюючих на обстежених підприємствах)

Джерело: сформовано автором на основі [11; 16; 17]

Розподіл обсягу витрат на технологічні інновації за видами витрат у 2016 році (у % до загального обсягу витрат підприємств на технологічні інновації)

Країна	Частка витрат на внутрішні НДР	Частка витрат на зовнішні НДР	Частка витрат на придбання інших зовнішніх знань	Частка витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	Частка витрат на іншу інноваційну діяльність
Болгарія	39,4	2,9	1,3	51,5	4,9
Німеччина	47,8	9,5	1,6	24,8	16,3
Франція	55,3	19,3	1,7	18,5	5,2
Угорщина	29,9	8,5	3,3	55,3	3,1
Польща	19,2	5,3	1,7	65,7	8,1
Румунія	40,8	н/д	н/д	44,3	4,0
Словачія	22,4	7,8	3,2	63,6	3,1
Україна	15,0	9,1	69,9	1,1	4,9

Джерело: сформовано автором на основі [11; 16; 17]

38,2% та 41,2% відповідно. У 2014 році цей показник є нижчим, ніж у Болгарії, на 22,7 п.п.; Угорщині – на 14,4 п.п.; Польщі – на 15,3 п.п.; Словачії – на 18,3 п.п. У 2016 році частка працюючих на інноваційно активних підприємствах в Україні є нижчою, ніж у Болгарії, на 17,8 п.п.; Угорщині – на 11,3 п.п.; Польщі – 11,3 п.п.; Словачії – на 15,1 п.п.

Структура витрат на технологічні інновації українських підприємств відрізняється від зарубіжних тим, що найбільший обсяг витрат в Україні припадає на придбання зовнішніх знань – 69,9% від загального обсягу витрат на інновації і незначна частина на внутрішні НДР – 15% та на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 1,1% (таблиця 3). У Болгарії (1,3%), Німеччині (1,6%), Франції (1,7%), Угорщині (3,3%), Польщі (1,7%), Словачії (3,2%) витрати

на придбання зовнішніх знань є несуттєвими. В Україні цей показник становить майже 70%, що підштовхує до висновку про брак власних внутрішніх знань та розробок. Цей фактор може бути одним із тих, що перешкоджають інноваційному розвитку українських підприємств. Така ситуація також пояснюється відносно невисокими значеннями витрат українських підприємств на внутрішні НДР, у інших країнах цей показник є вищим: у Болгарії на 24,4 п.п.; Німеччині – на 32,8 п.п.; Франції – на 40,3 п.п.; Угорщині – на 14,9 п.п.; Польщі – на 4,2 п.п.; Румунії – на 25,8 п.п.; Словачії – на 7,4 п.п. Підприємства країн Європейського союзукладають значну частину коштів саме на внутрішні НДР, що сприяє реалізації креативного потенціалу працівників. Варто звернути увагу також на різницю у витратах на придбання машин, обладнання

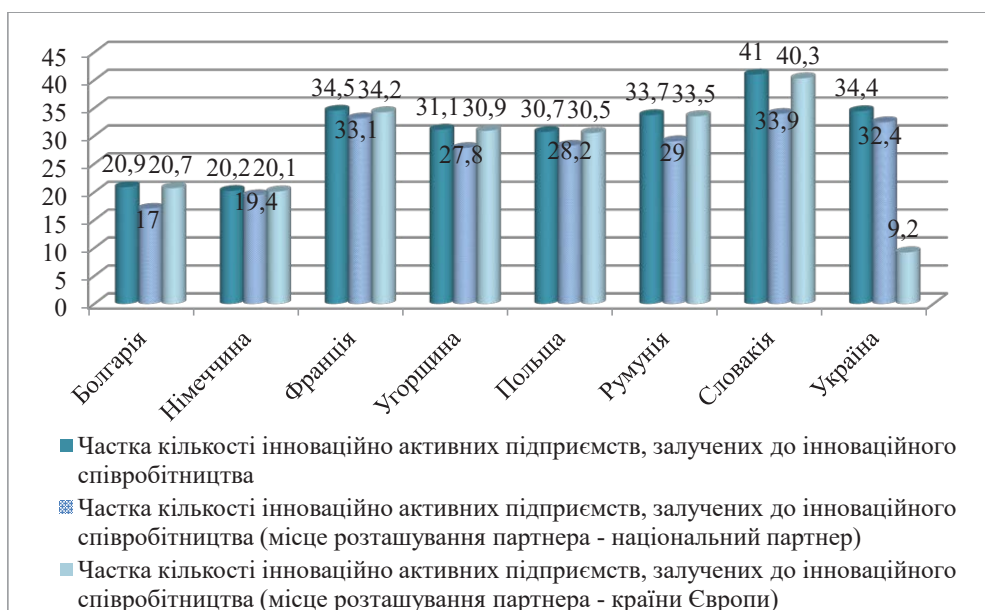


Рис. 5. Частка кількості інноваційно активних підприємств, залучених до інноваційного співробітництва, за місцем розташування партнерів впродовж 2014–2016 років (у % до загальної кількості інноваційно активних підприємств із технологічними інноваціями)

Джерело: сформовано автором на основі [11; 16; 17]

та програмного забезпечення між країнами: якщо для українських підприємств це лише 1,1% від загального обсягу витрат на інновації, то для більшості інших країн цей показник наближається або перевищує половину витрат: для Болгарії – 51,5%, Німеччини – 24,8%, Франції – 18,5%, Угорщини – 55,3%, Польщі – 65,7%, Румунії – 44,3%, Словачії – 63,6%. Українські підприємства значно відстають в оновленні обладнання та програмного забезпечення.

Третина українських інноваційно активних підприємств залучені до інноваційного співробітництва, що загалом відповідає середньому значенню для європейських країн (рис. 5). Особливість здійснення інноваційного співробітництва українськими підприємствами полягає у тому, що більшість підприємств мають національного партнера (32,4% від загальної кількості інноваційно активних підприємств) та лише іноді співпрацюють із підприємствами країн Європи (9,2%). Європейські підприємства досить активно співпрацюють із зарубіжними підприємствами: для Болгарії цей показник становить 20,7% від загальної кількості інноваційно активних підприємств; для Німеччини – 20,1%; для Франції – 34,2%; для Угорщини – 30,9%;

для Польщі – 30,5%; для Румунії – 33,5%; для Словачії – 40,3%. Інтенсивність обміну знаннями та досвідом серед європейських країн є значно вищою, що має результатом більш активний інноваційний розвиток підприємств, слідування сучасним трендам у налагодженні внутрішніх процесів, пропозиції якісно нової продукції та послуг, а також швидшому оновленню техніко-технологічної бази підприємств.

Динамічний та порівняльний статистичні аналізи інноваційної діяльності підприємств дають підстави зробити висновок про низький рівень інноваційності, що становить загрозу виживанню та функціонуванню підприємств. На рис. 6 схематично зображено основні індикатори, загрози та предиктори інноваційного розвитку підприємств України.

У процесі дослідження було виявлено такі характеристики стану інноваційного розвитку підприємств: низька інноваційна активність підприємств, негативна динаміка кількості упроваджених інновацій та обсягів реалізації інноваційної продукції, відставання майже за всіма параметрами інноваційності від країн ЄС. Подібна тенденція створює загрозу відсутності мотивації працівників до пропозиції нових рішень, втрати



Рис. 6. Ідентифікація поточного стану інноваційності підприємств України

Джерело: сформовано автором на основі результатів проведеного дослідження

частки ринку через застарілу (неякісну) продукцію, зниження показників ефективності, збитковості та закриття підприємств. Успішна практика зарубіжних підприємств вказує на те, що корпоративне підприємство напряму пов'язане з інноваційними процесами на підприємстві, а тому через систему інструментів може поєднати існуючий контур та бізнес-процеси усталеного підприємства з ініціативою та свободою розвитку інноваційних ідей серед працівників. Корпоративне середовище стане сприятливим для інновацій, що створюватиме передумови до відкриття нових ринків та створення нових напрямів бізнесу, швидкого реагування на зміни, реалізації стратегії інноваційно орієнтованого підприємства та ін.

Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Результати статистичного аналізу показали низький рівень інноваційної активності українських підприємств. Виявлені тенденції створюють загрозу втрати конкурентоспроможності, зниження адаптивності та гнучкості, а також погіршення показників ефективності та фінансового стану підприємств. Для оновлення та оживлення українських підприємств менеджери шляхом цілеспрямованого управлінського впливу повинні створити умови, що стимулюватимуть інновації у корпоративному середовищі. Для вирішення поставленого завдання необхідною є розбудова системи менеджменту підприємства на засадах корпоративного підприємництва, що передбачає залучення творчої енергії та здатності до підприємництва співробітників.

ЛІТЕРАТУРА

1. Світові обсяги експорту високих технологій. *Світовий банк*: веб-сайт. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.TECH.CD?view=chart> (дата звернення: 26.08.2020).
2. Глобальний індекс інноваційності (Україна). *Все-світня організація інтелектуальної власності*: веб-сайт. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/ua.pdf (дата звернення: 26.08.2020).
3. Лігоненко Л. О. Цільові параметри планування інноваційного розвитку підприємства. *Економіка розвитку*. 2015. № 3 (75). С. 80–87.
4. Лігоненко Л. О. Інноваційність як об'єкт дослідження та оцінювання. *Економічний форум*. 2015. № 3. С. 40–46.
5. Лігоненко Л. О. Методологія та інструментарій оцінювання інноваційності підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С. 105–117.
6. Лігоненко Л. О., Селезова М. В. Інформаційне забезпечення аналізу інноваційної діяльності підприємств в Україні: стан, проблеми, шляхи їх розв'язання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 414–417.
7. Великий Ю. В. Інноваційність як засіб забезпечення конкурентних переваг машинобудівних підприємств. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету*. 2013. № 24. С. 216–225.
8. Гнатюк Я. І. Інноваційність як основа розвитку конкурентоспроможності. *Наукові записки*. 2014. № 1. С. 32–38.
9. Устинова О. Е. Корпоративное предпринимательство как стратегический ресурс инновационного развития компании. *Вопросы инновационной экономики*. 2020. № 2. С. 993–1006.
10. McFadzean E., O'Loughlin A., Shaw E. Corporate entrepreneurship and innovation part 1: the missing link.

European Journal of Innovation Management. 2005. Vol. 8. № 3. P. 350–372.

11. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність в Україні». *Державна служба статистики України*: веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm (дата звернення: 26.08.2020).

12. Доповідь «Інноваційна діяльність промислових підприємств України». *Державна служба статистики України*: веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_idpp_dop.htm (дата звернення: 26.08.2020).

13. PwC's Innovation Benchmark 2017. *PwC*: веб-сайт. URL: <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/business-innovation/assets/2017-innovation-benchmark-findings.pdf> (дата звернення: 26.08.2020).

14. Форма державного статистичного спостереження зі статистики інновацій № ІНН. *Державна служба статистики України*: веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2016/225/225_2016.htm (дата звернення: 26.08.2020).

15. Опитувальник Community Innovation Survey 2014–2016. *Євростат*: веб-сайт. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/inn_cis10_esms_an2.pdf (дата звернення: 26.08.2020).

16. Доповідь «Обстеження інноваційної діяльності в економіці України (за міжнародною методологією)». *Державна служба статистики України*: веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_obs_inov_d.htm (дата звернення: 26.08.2020).

17. Результати інноваційного обстеження Community Innovation Survey 2014–2016. *Євростат*: веб-сайт. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database> (дата звернення: 26.08.2020).

REFERENCES

1. The official website of the World Bank (2020), “High-technology exports (current US\$)”, available at: <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.TECH.CD?view=chart> (accessed 26 August 2020).
2. The official website of the World Intellectual Property Organization (2019), “Global Innovation Index (Ukraine)”, available at: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019/ua.pdf (accessed 26 August 2020).
3. Ligonenko, L. O. (2015), “Target parameters of enterprise innovative development planning”, *Ekonomika rozvytku*, vol. 3, no. 75, pp. 80–87.
4. Ligonenko, L. O. (2015), “Innovation as object of research and estimation”, *Ekonomichnyi forum*, vol. 3, pp. 40–46.
5. Ligonenko, L. O. (2015), “Methodology and tools of enterprise innovativeness evaluation”, *Marketynh i menedzhment innovatsii*, vol. 3, pp. 105–117.
6. Ligonenko, L. O. and Selezova, M. V. (2017), “Information support of innovation activities analysis of Ukrainian enterprises: current state, problems and their solving”, *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 20, pp. 414–417.
7. Velykyi, Yu. V. (2013), “Innovation as a means of competitive advantage engineering companies”, *Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu*, vol. 24, pp. 216–225.
8. Hnatiuk, Ya. I. (2014), “Innovativeness as a base of development of competitiveness”, *Naukovi zapysky*, vol. 1, pp. 32–38.
9. Ustinova, O. E. (2020), “Corporate entrepreneurship as a strategic resource for innovative development of the company”, *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki*, vol. 2, pp. 993–1006.

10. McFadzean, E., O'Loughlin, A. and Shaw, E. (2005), "Corporate entrepreneurship and innovation part 1: the missing link", *European Journal of Innovation Management*, vol. 8, no. 3, pp. 350–372.

11. The official website of the State Statistics Service of Ukraine, Statistical reports "Scientific and innovative activity in Ukraine", available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm (accessed 26 August 2020).

12. The official website of the State Statistics Service of Ukraine, Report "Innovative activity of industrial enterprises of Ukraine", available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_idpp_dop.htm (accessed 26 August 2020).

13. The official website of PwC (2017), "PwC's Innovation Benchmark", available at: <https://www.pwc.com/us/en/advisory-services/business-innovation/assets/2017-innovation-benchmark-findings.pdf> (accessed 26 August 2020).

14. The official website of the State Statistics Service of Ukraine, "The form of state statistical observation on innova-

tion statistics № IHH", available at: http://www.ukrstat.gov.ua/norm_doc/2016/225/225_2016.htm (accessed 26 August 2020).

15. The official website of Eurostat, "The harmonised Community Innovation Survey questionnaire (2014–2016)", available at: https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/inn_cis10_esms_an2.pdf (accessed 26 August 2020).

16. The official website of the State Statistics Service of Ukraine, Report "The survey of innovation activity in the economy of Ukraine (according to international methodology)", available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_obs_inov_d.htm (accessed 26 August 2020).

17. The official website of Eurostat, "The results of the Community Innovation Survey 2014–2016", available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database> (accessed 26 August 2020).

Стаття надійшла до редакції 28 травня 2020 р.

УДК 621.3

Ніколайчук Л. Г.

lnikolayhuk74@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2693-6635

Researcher ID: F-9967-2019

к.т.н., доц., доцент кафедри товарознавства та технології непродовольчих товарів,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Бобуська-Дьєрдь Х. В.

магістрантка,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ВИМОГИ ДО ЯКОСТІ ТЕХНІЧНИХ ПАРАМЕТРІВ ТА ОЗНАКИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ

Анотація. Однією з найважливіших галузей суспільного виробництва є автомобільний транспорт, який покликаний задовольняти потреби населення, розвитку цивілізації і виробництва загалом. Розвиток і вдосконалення транспорту здійснюється відповідно до національної програми з урахуванням його пріоритету та на основі досягнень науково-технічного прогресу і забезпечується державою. Тому досить актуальним є питання законодавчого регулювання вільного обігу легкових автомобілів. Законами, кодексами (статутами) окремих видів транспорту та іншими актами законодавства України регулюються відносини, пов'язані з діяльністю транспорту. У роботі розглянуті особливості товарознавчих властивостей та оцінки якості легкових автомобілів. За сучасних високих темпів науково-технічного прогресу асортимент транспортних засобів став більш динамічним і складним. Все це вимагає всебічного аналізу властивостей, асортименту, вивчення і прогнозування тенденцій його розвитку, що дає підтвердження актуальності вибраної нами теми. Згідно з чинною нормативною базою, технічний стан транспортного засобу або агрегату визначається сукупністю змінних властивостей, які позначаються показниками конструктивних параметрів. Для автомобілів під час визначення технічного стану використовують параметри діагностики, які поєднані з конструктивними параметрами і демонструють про них ту чи іншу інформацію. Дуже важливим є питання ідентифікації легкового автомобіля, яка полягає у визначенні типу, моделі, версії транспортного засобу, а саме: його року виготовлення, комплектності, укомплектованості, повної маси, робочого об'єму двигуна тощо, визначається за даними підприємства-виробника легкового автомобіля. У роботі розкриті питання, що окреслюють перспективні напрями розвитку, а саме: створення на базі вдосконалених технічних засад виробів із принципово новими споживними властивостями, що надає споживачам зручності під час купівлі легкових автомобілів; створення умов для більшої конкурентоспроможності на ринку транспортних засобів.

Ключові слова: асортимент, якість, ознаки ідентифікації, індивідуальні транспортні засоби, властивості, діагностика, легкові автомобілі.

Nikolaichuk L. G.

lnikolayhuk74@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2693-6635

Researcher ID: F-9967-2019

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commodity Research and Technology of Non-food Products, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Bobuska-Dierd Kh. V.

Master's degree student,

Lviv University of Trade and Economics, Lviv

QUALITY REQUIREMENTS FOR TECHNICAL PARAMETERS AND SIGNS OF IDENTIFICATION OF INDIVIDUAL VEHICLES

Abstract. One of the most important branches of social production is road transport, which is designed to meet the needs of the population, the development of civilization and production in general. The development and improvement of transport is carried out in accordance with the national program, taking into account its priority, on the basis of scientific and technological progress and is provided by the state. Therefore, the issue of legislative regulation of free circulation of cars is quite relevant. Laws, codes (statutes) of certain types of transport and other acts of legislation of Ukraine regulate relations of the transport activities. The peculiarities of commodity properties and quality assessment of cars are considered in the work. With the current high pace of scientific and technological progress, the range of vehicles has become

more dynamic and complex. All this requires a comprehensive analysis of the properties, range, study and forecasting trends in its development, which confirms the relevance of our topic chosen. According to the current regulatory framework, the technical condition of the vehicle or unit is determined by a set of variable properties, which are defined by indicators of design parameters. When determining the technical condition of the cars, diagnostic parameters are used, which are combined with design parameters and demonstrate certain information about them. It is very important to identify the car, which is to determine the type, model, version of the vehicle, namely: its year of manufacture, completeness, equipment, gross weight, engine capacity, etc.; all the data are noted by the manufacturer of the car. The paper reveals the issues outlining promising areas of development, namely: the creation of products with fundamentally new consumer properties on the basis of improved technical principles, which provides consumers with convenience when buying cars; creating conditions for greater competitiveness in the vehicle market.

Keywords: range, quality, identification marks, individual vehicles, properties, diagnostics, cars.

JEL Classification: L91

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-10>

Постановка проблеми. Зважаючи на проблеми сьогодення, ми вибрали для дослідження транспортний засіб, який застосовують для перевезення людей та вантажів, із механічним приводом від двигуна, а саме легковий автомобіль. Згідно з чинною нормативною базою, технічний стан транспортного засобу або агрегату визначається сукупністю змінних властивостей, які позначаються текучими показниками конструктивних параметрів. Для автомобілів під час визначення технічного стану використовують параметри діагностики, які поєднані з конструктивними параметрами і демонструють про них ту чи іншу інформацію.

Дуже важливим є питання ідентифікації легкового автомобіля, яка полягає у визначенні типу, моделі, версії транспортного засобу, а саме: його року виготовлення, комплектності, укомплектованості, повної маси, робочого об'єму двигуна тощо, яка відбувається за даними підприємства-виробника легкового автомобіля.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Складна система, сукупність взаємодіючих агрегатів та механізмів, які роблять виконання певних операцій залежно від призначення, – це автомобіль. У процесі експлуатації автомобіль взаємодіє з навколишнім середовищем, а його елементи взаємодіють між собою. Ця взаємодія забезпечує навантаження в елементах та окремих частинах, зміни в процесі праці фізичних величин і конструктивних показників, таких як розміри, взаємне розміщення деталей, їх взаємна міграція, тертя, нагрівання, хімічні перетворення зазорів, електричних та інших параметрів. Згідно з чинною нормативною базою, що наведена в таблиці 1, технічний стан транспортного засобу або агрегату визначається сукупністю змінних властивостей, які позначаються текучими показниками конструктивних параметрів. Наприклад, для гальм це розміри гальмівних накладок, барабанів та зазорів між ними, а для двигуна – розміри деталей циліндро-поршневої групи і кривошипо-шатунного механізму [1].

Для автомобілів під час визначення технічного стану використовують параметри діагностики, які поєднані з конструктивними параметрами і демонструють про них ту чи іншу інформацію. Це потрібно, тому що можливість безпосередньо виміряти конструктивні параметри без часткового або повного розбирання більшості механізмів та агрегатів обмежена. Наприклад, технічний стан двигуна оцінюють за вмістом продуктів зносу в маслі, розходом масла, зміною

потужності двигуна, компресії в циліндрах. У процесі роботи транспортного засобу параметри його технічного стану змінюються від початкових або номінальних значень до мінімальних, за чим настає зміна діагностичних параметрів [2].

Постановка завдання. Мета статті: сформулювати та обґрунтувати критерії оцінки рівня якості та ознаки ідентифікації індивідуальних транспортних засобів, а саме легкових автомобілів.

Викладення основного матеріалу дослідження. До основних технічних параметрів легкових транспортних засобів, які формуються під час проектування та автомобілебудування, відносяться: економія палива, надійність, вантажопідйомність або вмістимість, продуктивність, динамічність, комфортабельність, безпека. У якість включається перелік властивостей виробу. Кожна його властивість характеризується параметрами або фізичними величинами, які можуть приймати будь-які кількісні значення, що називаються показниками та забезпечують його функціонування. Наприклад, одним із параметрів довговічності автомобіля є ресурс до капітального ремонту. Частина показників властивостей легкових машин залишаються фактично незмінними під час всього періоду експлуатації, наприклад вмістимість та номінальна вантажопідйомність [2].

Однак є показники властивостей машин, що формують якість, наприклад продуктивність, динамічність, економічність, безпечність, безпека, комфортабельність тощо, які погіршуються в процесі експлуатації (старіння) автомобілів [1]. Для окремих показників (напрацювання до відказу, продуктивність, працездатність та ін.) характерна зміна з часом роботи або пробігу автомобіля по експоненційній залежності:

$$P_k(t) = P_{k1} \exp[-k(t-1)], \quad (1)$$

де t – тривалість експлуатації, років;

P_{k1} , $P_k(t)$ – показники якості на першому і t -му році експлуатації;

k – коефіцієнт, який визначає інтенсивність зміни показника якості по напрацюванню.

Від співвідношення між потребами в транспортній сфері та обсягами виробництва легкових авто, умов експлуатації, їхньої конструкції, а також технології виробництва залежить термін служби автомобіля. Реальний показник якості залежить від початкового значення, інтенсивності його зміни в часі та терміну служби виробу. Початкове значення показника якості

Нормативна документація з оцінки якості транспортних засобів

№ з/п	Номер стандарту	Назва стандарту
1	ДСТУ 2219-93	Шини пневматичні. Конструкція. Терміни та визначення.
2	ДСТУ 2302-93	Батареї акумуляторні свинцеві стартерні. Приймання до ремонту і видача.
3	ДСТУ 2322-93	Автомобілі легкові відремонтовані. Загальні технічні умови.
4	ДСТУ 2323-93	Автомобілі легкові і мототехніка. Передпродажна підготовка. Порядок.
5	ДСТУ 2324-93	Автомобілі легкові. Кузови. Приймання до ремонту і видача після ремонту.
6	ДСТУ 2518-94	Автотransпортні засоби. Несучі системи автомобілів. Терміни та визначення.
7	ДСТУ 2885-94	Автотransпортні засоби. Автомобілі легкові. Типи кузовів. Терміни та визначення.
8	ДСТУ 2886-94	Автотransпортні засоби. Гальмівні властивості. Терміни та визначення.
9	ДСТУ 2919-94	Автотransпортні засоби. Гальмівні системи. Терміни та визначення.
10	ДСТУ 2925-94	Якість продукції. Оцінювання якості. Терміни та визначення.
11	ДСТУ 2942-94	Автотransпортні засоби. Тягово-швидкісні властивості та паливна економічність. Терміни та визначення.
12	ДСТУ 2947-94	Автотransпортні засоби. Підвіски автомобілів. Терміни та визначення.
13	ДСТУ 2984-95	Засоби транспортні дорожні. Типи. Терміни та визначення.
14	ДСТУ 3519-97	Засоби транспортні дорожні. Причепи та напівпричепи спеціалізовані. Терміни та визначення.
15	ДСТУ 3649-97	Засоби транспортні дорожні. Експлуатаційні вимоги безпеки до технічного стану та методи контролю.
16	ТУ 238 України 36-92	Автомобілі і їх складові частини. Здача до капітального ремонту та приймання з капітального ремонту.
17	РСТ УРСР 1683-88	Деталі автомобільні. Здача та видача при централізованому відновленні. Загальні технічні умови.
18	42. ГОСТ 7593-80	«Покриття лакокрасочные грузовых автомобилей. Технические требования».
19	41. ТУ 238 України 03 112 739-017-99	Покришки пневматичних автомобільних шин і безкамерні шини, придатні для відновлення накладанням нового протектора.
20	ГОСТ 9.032-74	«Единая система защиты от коррозии и старения. Покрyтия лакокрасочные. Группы, технические требования и обозначения».
21	ГОСТ 9.105-80	«Единая система защиты от коррозии и старения. Покрyтия лакокрасочные. Классификация и основные параметры методов окрашивания».
22	ГОСТ 9.402-80	«Единая система защиты от коррозии и старения. Покрyтия лакокрасочные. Подготовка металлических поверхностей перед окрашиванием».
23	РСТ УРСР 1719-87	Кузови-фургони. Технічні умови.
24	РСТ УРСР 1777-77	Мотовелосипеди відремонтовані. Загальні технічні умови.
25	ГОСТ 24309-90	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения подголовников, вмонтированных или не вмонтированных в сиденье транспортных средств.
26	ДСТУ 3850-99	Засоби транспортні дорожні. Причепи та напівпричепи спеціалізовані. Загальні технічні умови.
27	ГОСТ 4.396-88	СПКП. Автомобили легковые. Номенклатура показателей.
28	ГОСТ 4.397-89	СПКП. Мототранспортные средства. Номенклатура показателей.
29	ГОСТ 4.400.85	СПКП. Прицепы и полуприцепы автомобильные. Номенклатура показателей
30	ГОСТ 4.401-88	СПКП. Автомобили грузовые. Номенклатура показателей.
31	ГОСТ 17.2.2.03-87	Охрана природы. Атмосфера. Нормы и методы измерений содержания окиси углерода и углеводородов в отработавших газах автомобилей с бензиновыми двигателями. Требования безопасности.
32	ГОСТ 1902-74.	Буфера легковых автомобилей. Размеры.
33	ГОСТ 5727-88	Стекло безопасное для наземного транспорта. Общие технические требования.
34	ДСТУ 3649-97	Засоби транспортні дорожні. Експлуатаційні вимоги безпеки до технічного стану та методи контролю.
35	ГОСТ 2023.1-88 (МЭК 809-85)	Лампы для дорожных транспортных средств. Требования к размерам, электрическим и световым параметрам.
36	ГОСТ 3163-76	Прицепы и полуприцепы автомобильные. Общие технические требования.
37	ГОСТ 3185-75 (Правила ЕЭК ООН № 60)	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения двухколесных мотоциклов и мопедов в отношении органов управления, приводимых в действие водителем, включая обозначения органов управления, контрольных приборов и индикаторов.

(Закінчення таблиці 1)

№ з/п	Номер стандарту	Назва стандарту
38	ГОСТ 3544-75	Фары дальнего и ближнего света автомобилей. Технические условия.
39	ГОСТ 4754-97	Шины пневматические для легковых автомобилей, прицепов к ним, легких грузовых автомобилей и автобусов особо малой вместимости. Технические условия.
40	ГОСТ 5513-97	Шины пневматические для грузовых автомобилей, прицепов к ним, автобусов и троллейбусов. Технические условия.
41	ГОСТ 21393-75	Автомобили с дизелями. Дымность отработавших газов. Нормы и методы измерений. Требования безопасности.
42	ГОСТ 10984-74 (R 6, 7, 23, 38, 50)	Фонари внешние сигнальные и осветительные механических транспортных средств, прицепов и полуприцепов. Световые и цветовые характеристики. Нормы и методы испытаний.
43	ГОСТ 8769-75	Приборы внешние световые автомобилей, автобусов, троллейбусов, тракторов, прицепов и полуприцепов. Количество, расположение, цвет, углы видимости.
44	ГОСТ 21398-89.	Автомобили грузовые. Общие технические требования.
45	ГОСТ 18837-89	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения ремней безопасности и удерживающих систем для взрослых пассажиров и водителей механических транспортных средств.
46	ГОСТ 21015-88	Места крепления ремней безопасности легковых, грузовых автомобилей и автобусов. Общие технические требования и методы испытаний.
47	ГОСТ 22895-77	Тормозные системы и тормозные свойства автомобильных средств. Нормативы эффективности. Общие технические требования.
49	ГОСТ 27436-87	Внешний шум автотранспортных средств. Допустимые уровни и методы измерений.
50	ГОСТ 24350-88	Органы управления ножные легковых автомобилей. Расположение. Общие технические требования и методы испытаний.
51	ГОСТ 27435-87	Внутренний шум автотранспортных средств. Допустимые уровни и методы измерений.
52	ГОСТ 27472-87	Средства автотранспортные специализированные. Охрана труда, эргономика. Требования.
53	ГОСТ 27815-88	Автобусы. Общие требования к безопасности конструкции.
54	ГОСТ 28070-89	Автомобили легковые и грузовые, автобусы. Обзорность с места водителя. Общие технические требования. Методы испытаний.
55	ГОСТ 28262-89	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения транспортных средств в отношении прочности сидений и устройств для их крепления, а также характеристик подголовников, которые могут устанавливаться на эти сидения.
56	ГОСТ 28345-89	Единообразные предписания, касающиеся конструкции маломестных транспортных средств общего пользования.
57	ГОСТ 28359-89	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения сменных систем глушителей.
58	ГОСТ 28429-90	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения мототранспортных средств в отношении торможения.
59	ГОСТ 28443-90	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения механических транспортных средств в отношении замков и устройств крепления дверей.
60	ГОСТ 28557-90	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения автомобилей в отношении их наружных выступов.
61	ГОСТ 28559-90	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения грузовых транспортных средств в отношении их наружных выступов, расположенных перед задней панелью кабины водителя.
62	ГОСТ 28691-90	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения транспортных средств в отношении защиты водителя от удара о систему рулевого управления.
63	ГОСТ 29120-91	Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения: I. Задних защитных устройств; II. Транспортных средств в отношении установки заднего защитного устройства официально утвержденного типа; III. Транспортных средств в отношении их задней защиты.
64	ОСТ 37.001.220-80	Прицепы к легковым автомобилям. Параметры, размеры и общие технические требования.
65	ОСТ 37.001.262-83	Мотоциклы и двигатели. Выбросы вредных веществ. Нормы и методы определения.
66	ОСТ 37.004.013-83	Мопеды. Выбросы вредных веществ. Нормы и методы определения.
67	ОСТ 37.004.022-86	Мотоциклы, мотороллеры, мопеды. Шум. Предельно допустимые уровни. Методы измерений.

визначається сферою виробництва з урахуванням потреб сфери експлуатації. Інтенсивність зміни показників якості залежить від сфери виробництва та експлуатації.

Експлуатаційні властивості тим гірші, чим швидша зміна показників якості легкової машини в часі. Тому визначення цих показників повинно здійснюватися з урахуванням часу експлуатації транспортного засобу. Фактичний показник якості – це середнє значення показника якості за певний час служби або реальний пробіг автомобіля (рис. 1).

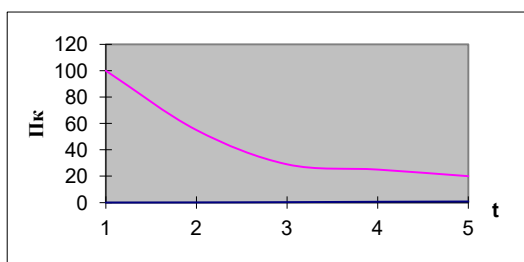


Рис. 1. Схема зміни показників якості в часі

На реалізованій показник та інтенсивність зміни показників якості впливає сфера експлуатації, вдосконалюючи засоби та методи забезпечення працездатності, кваліфікації персоналу, та іншими способами. Автомобілебудування впливає на інтенсивність зміни показників якості шляхом покращення якості сировини, що використовується; підвищення зносостійкості та міцності деталей, вдосконалення конструкції та технології виробництва легкових машин. За допомогою надійності здійснюється кількісне вимірювання процесу зміни показників якості автомобіля в часі (або за пробігом).

Надійність – це властивість будь-якого товару, в тому числі й автомобіля, виконувати задані функції, зберігаючи у часі значення встановлених експлуатаційних показників у заданих межах. Надійність є складним комплексним показником, який включає у себе такі одиничні показники, як безвідмовність, довговічність, ремонтпридатність та довговічність [1].

Безвідмовність – це властивість автомобіля зберігати працездатність протягом певного часу або пробігу. Довговічність – це властивість автомобіля зберігати працездатність до настання критичного стану та під час проведення встановлених робіт із ремонту. Ремонтпридатність – властивість автомобіля, яка полягає в його пристосованості до попередження, виявлення та усунення відмов та несправностей під час проведення ремонту [1].

Під впливом постійно діючих причин, зумовлених роботою самого механізму, випадкових причин, а також зовнішніх умов, у яких працює або зберігається транспортний засіб, відбувається зміна його технічного стану, агрегатів та механізмів. До випадкових причин належать перевантаження конструкцій, які перебільшують допустимі норми і приховані дефекти. На всі транспортні засоби особистого користування вітчизняного виробництва є ДСТУ, ГОСТ і ТУ. Контроль якості проводиться відповідно до них. У цих нормативних документах наведені вимоги до конструкції транспортних засобів кожної моделі, включаючи основні параметри, розміри і показники якості [3; 4].

Властивості легкових транспортних засобів та номенклатуру показників якості, що їх характеризують, наведено в таблиці 2.

Загальний приведений розхід палива визначається для автомобілів, у яких позначення показника 1.18. вище від 130 км/год., визначається як арифметична сума 25% значення показника 3.2, 3.3 і 50% значення показника 3.4. Для автомобілів із показником 1.18. менше 130 км/год. визначається як арифметична сума 50% показників 3.2. і 3.4.

Ідентифікація легкового автомобіля полягає у визначенні типу, моделі, версії транспортного засобу, а саме його року виготовлення, комплектності, укомплектованості, повної маси, робочого об'єму двигуна тощо, яка відбувається за даними підприємства-виробника легкового автомобіля. Визначальним при цьому є ідентифікаційний номер (VIN-код) [5].

Міжнародним стандартом ISO 3779-1983, гармонізованим із державним стандартом України ДСТУ 3524-97 для обов'язкового застосування в Україні, визначаються структура і зміст VIN-коду, побудова якого складається з міжнародного коду виробника транспортного засобу (перші три символи), описової частини (подальші шість символів) і розпізнавальної частини (останні вісім символів). Ідентифікаційний номер являє собою літеро-цифрове позначення, що складається з 17 знаків, умовно поділених на 3 частини [6].

На нероз'ємних складових частинах кузова або шасі і на спеціальних номерних табличках (шильдиках) наноситься ідентифікаційні номери. У разі визначення VIN-коду вищезазначеними стандартами передбачено використання арабських цифр і великих букв латинського алфавіту (за винятком букв «I», «O», «Q»). Кодування номерів кузова може бути з відхиленням від рекомендацій цього стандарту у країнах, де застосування міжнародного стандарту ISO 3779-1983 є не обов'язковим або частково обмеженим [6].

За описовою частиною ідентифікаційного номера – VIN-коду (позиції з першої до дев'ятої) за реєстраційними документами країни-виробника та за міжнародним кодом виробника визначаються тип і модель досліджуваного транспортного засобу. Перші три символи VIN-коду визначають географічну зону, коди країни і виробника машини. Якщо виробник виготовляє менше ніж 500 авто за рік, то третій символ VIN-коду зазначається цифрою «9», а виробник транспортного засобу визначається подальшими трьома символами.

У разі механічних і корозійних пошкоджень, знищення ідентифікаційного номера, номерних табличок, номера двигуна легкового автомобіля у встановленні типу, моделі, версії, року виготовлення, робочого об'єму двигуна за VIN-кодом, а також визначення вартості легкового автомобіля та його складових провадиться після відповідного експертного дослідження зазначених номерів на предмет їх автентичності.

Особливістю визначення року виробництва транспортного засобу є те, що за міжнародним стандартом ISO 3779-1983 виробники машини зазначають у VIN-коді календарний або модельний рік виготовлення авто, але в цьому разі наступний модельний рік починається після 1 липня поточного календарного року. В ідентифікаційному номері зазначаються дані автомобілебудівельника, на підставі яких можна визначити рік виготовлення легкового автомобіля. Розпізнати

Номенклатура показників якості автомобіля

Назва показника якості	Назва властивості, що характеризує
1. Показники надійності	
1.1. Тип перевезень	-
1.2. Тип кузова	-
1.3. Вмістимість (число місць для сидіння, включаючи місце водія)	Несуча властивість
1.4. Тип трансмісії	
1.5. Тип двигуна, число і розташування циліндрів...	Характеристика двигуна
1.6. Показники двигуна (ГОСТ 14846)	Енергетичні можливості автомобіля
1.6.1. Номінальна потужність, кВт (к.с.), при частоті повертання колінчастого валу, хв ¹	
1.6.2. Максимальний крутящий момент, Н·м	
1.6.3. Робочий об'єм, л	
1.6.4. Сорт палива	
1.7. Показники маси	
1.7.1. Маса неспорядженого автомобіля, кг	
1.7.2. Маса спорядженого автомобіля, кг	
1.7.3. Повна конструктивна маса автомобіля, кг	Несуча властивість
1.8. Габаритні розміри автомобіля, мм	Характеристика конструкції
1.8.1. Довжина	-/-
1.8.2. Ширина	
1.8.3. Висота (без навантаження)	
1.9. Корисна довжина салону, мм	Вмістимість
1.10. Корисна ширина салону, мм	-/-
1.11. База автомобіля (ГОСТ 22748), мм	Характеристика конструкції
1.12. Зовнішній мінімальний габаритний радіус повороту автомобіля, м	Маневрувальність
1.13. Коефіцієнт аеродинамічного протистояння	Аеродинамічність
1.14. Розміри шин.....	-
1.15. Ємність паливного баку, л	Автономність
1.16. Питома корисна площа салону, м ² /людину	Комфортність
1.17. Об'єм вантажного відділення (кузова), м ³	Вантажомісткість
1.18. Максимальна швидкість (ГОСТ 22576), км/год.	Динамічні якості
1.19. Час набирання швидкості від 0 до 100 км/год., с	-/-
1.20. Час набирання швидкості на IV і V передачах на швидкості від 60 до 100 км/год., с	-/-
2. Показники надійності	
2.1. Ресурс до капітального ремонту або повний ресурс, тис. км	Довговічність
2.2. Установлена безвідмовна коробка, тис. км	Безвідмовність
2.3. Середня коробка на відмову, тис. км	-/-
2.4. Корозійна стійкість кузова, роки	Довговічність
2.5. Гарантійний термін експлуатації (гарантійна коробка), роки (тис. км)	Гарантійні зобов'язання
3. Показники економічного використання сировини, матеріалів, палива, енергії, трудових ресурсів	
3.1. Питома вага, км/м ²	Характеристика конструкції
3.2. Розхід палива під час руху з постійною швидкістю 90 км/год. (ГОСТ 20306), л/100 км	Паливна економічність
3.3. Розхід палива під час руху з постійною швидкістю 120 км/год. (ГОСТ 20306), л/100 км	-/-
3.4. Розхід палива в міському циклі (ГОСТ 20306), л/100 км	-/-
3.5. Загальний приведений розхід палива, л/100 км	-/-
4. Ергономічні показники	
4.1. Рівень внутрішнього шуму при швидкості 100 км/год., ДБА	Акустичні умови в кабіні
4.2. Рівень внутрішнього шуму (ГОСТ 27435), ДБА	-/-
4.3. Максимальне зусилля на педалі гальмування, Н	Відповідність силовим можливостям людини
5. Показники технологічності	
5.1. Питома оперативна працездатність (ГОСТ 21624), люд.-год./тис. км	Експлуатаційна технологічність та ремонтпридатність
5.1.1. Технічне обслуговування	
5.1.2. Технічний ремонт	
5.2. Періодичність технічного обслуговування (ГОСТ 21624)	-/-
6. Екологічні показники	
6.1. Вміст шкідливих речовин у відпрацьованих газах бензинових двигунів (ГОСТ 17.2.2.03), %	Ступінь забруднення оточуючого середовища
6.2. Димність відпрацьованих газів дизельних двигунів (ГОСТ 17.2.2.01), %	-/-
6.3. Рівень зовнішнього шуму (ГОСТ 27436), ДБА	-/-
7. Показники безпечності	
7.1. Відповідність законодавчим вимогам по безпечності конструкцій	Відповідність вимогам активної і пасивної безпечності
8. Естетичні показники	
8.1. Показник удосконалення по художньо-конструктивному рішенню, бал	

марку і модель транспортного засобу можна за сукупністю знаків з першої до дев'ятої позиції VIN-коду. Літеро-цифрові позначення в описовій частині VIN-коду (позиції з четвертої до дев'ятої) містять кодовані дані про робочий об'єм двигуна, тип автомобіля, конструкцію приводу, його конструкцію, тип кузова, тип двигуна та ін. Вид символів XL, GL, SL, SRDT – це позначення, які виконуються на панелях кузовів легкового автомобіля на прикріплених до них елементах та означають їхні моделі і модифікації, можуть сприяти ідентифікації легкового автомобіля, але не є визначальними з огляду на можливість їхньої заміни [7].

Календарна дата виготовлення транспортного засобу (день, місяць, рік) приймається за рік виготовлення машини. Календарний і модельний роки виготовлення можуть також визначатися за розпізнавальною частиною ідентифікаційного номера (останні 8 знаків VIN-коду). Якщо календарну дату виробництва визначити неможливо, то базовим приймається модельний рік виготовлення, визначений за його ідентифікаційним номером з урахуванням календарної дати першої реєстрації машини (день, місяць, рік). Датою першої реєстрації транспортного засобу, який перебував у експлуатації (зокрема, який ввозиться на митну територію України), є дата, що вказана у спецграфі техпаспорту (свідоцтва про реєстрацію), наприклад, у паспорті німецького зразка, або дата видачі технічного паспорта (свідоцтва про реєстрацію) [5].

З роком початку експлуатації, коли встановлений модельний рік виготовлення легкового автомобіля збігається, під час оцінки за дату виготовлення приймається 1 січня встановленого модельного року, у разі відсутності даних про календарну дату першої реєстрації або виникнення сумнівів щодо її достовірності.

Під час оцінки за дату виготовлення приймається 1 липня зазначеного в реєстраційних документах року, якщо встановлений модельний рік виготовлення не збігається з роком початку експлуатації легкового автомобіля, який зазначено у реєстраційному документі і перевищує його. Визначення року виробництва транспортного засобу за датою виготовлення його окремих складових елементів неприпустимо у зв'язку з можливістю їхньої заміни під час користування або можливого значного терміну з початку їх виробництва до часу складання з них машини. Зазначені дати можуть мати інформативний характер тільки в усій своїй цілісності [5].

Загальні висновки.

1. Щоби споживач отримував транспорт власного користування з відповідним пакетом документів та в належному стані автомобіль, доводиться у разі виникнення спірних ситуацій звертатися до фахівців – товарознавців.

2. Автомобільні транспортні засоби повинні відповідати таким вимогам: не загрожувати безпеці осіб, які ними користуються, або іншим учасникам руху; рівень шкідливих речовин, що виділяються ними, не повинен перевищувати встановлені законодавством значення; не спричиняти нищення доріг та сприяти їх облаштуванню; забезпечувати достатнє поле огляду водієві, а також легке, зручне і повне користування засобом керування, гальмування, сигналізації та освітлення дороги; не спричиняти радіоелектричних перешкод вище встановленого рівня.

3. Для збільшення продажу автомобілів виробникам необхідно розширювати мережу автосалонів та сервісного обслуговування. Виробникам необхідно також провадити політику на зниження цін на автомобілі, постійно оновлювати модельний ряд, тому що люди завжди прагнуть купити щось таке, чого нема в інших.

4. Для покращення чинної в Україні законодавчо-нормативної бази необхідно звернути увагу на спірні питання, які виникають у цій сфері, а саме розробити єдину загальну класифікацію на легкові автомобілі. Необхідно також переймати досвід робіт в цій сфері розвинутих країн. У світових експортно-імпорتنних операціях автомобілі займають досить суттєву частку. Нині вони пропонуються з різноманітними типами кузовів, силових агрегатів, різноманітною комплектацією салонів. Пропонується також встановлення безлічі додаткових опцій (клімат-контроль, круїз-контроль та ін). Тому для класифікації необхідно розробити таку систему класифікації, яка давала б можливість без зайвих проблем віднести певний автомобіль до певного класифікаційного угруповання і яка була б легкою в користуванні.

5. Нині спостерігається коливання цін на ринку автомобілів, що зумовлено в основному змінами митних тарифів. Враховуючи це, для визначення залишкової вартості та розміру завданого матеріального збитку необхідно постійно забезпечувати автотоварознавця всією необхідною довідковою літературою, виділяти кошти на оновлення періодичної літератури, без якої неможливо дати товарознавчу характеристику.

Таблиця 3

Встановлення модельного року виготовлення легкового автомобіля за описовою частиною VIN-коду

Рік виготовлення	Символ	Рік виготовлення	Символ	Рік виготовлення	Символ	Рік виготовлення	Символ
1	2	3	4	5	5	7	8
1981	1	1991	B	2001	M	2011	1
1982	2	1992	C	2002	N	2012	2
1983	3	1993	D	2003	P	2013	3
1984	4	1994	E	2004	R	2014	4
1985	5	1995	F	2005	S	2015	5
1986	6	1996	G	2006	T	2016	6
1987	7	1997	H	2007	V	2017	7
1988	8	1998	J	2008	W	2018	8
1989	9	1999	K	2009	X	2019	9
1990	A	2000	L	2010	Y	2020	A

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеев Н. С., Ганцов Ш. К. и др. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров. Москва : Экономика, 1988. 336 с.
2. Бирюков Б. М. Справочник. Классификация, идентификация и маркировка легковых автомобилей [Текст]. Москва : "Издательство ПРИОР", 2000. 320 с.
3. ДСТУ 3525-97. Засоби транспортні дорожні. Маркування. URL: <http://lindex.net.ua/ua/shop/bibl/500/doc/2136>
4. ДСТУ 2518-94. Автотранспортні засоби. Несівні системи автомобілів. Терміни та визначення. URL: <http://www.standards.in.ua/?dk=1&c=21&g=3>
5. Идентификация автомобилей [Текст]. Москва : Прайс-Н Союз НАМИ, 2002. 180 с.
6. ISO 3779:2009. Транспорт дорожный. Идентификационный номер автомобилей (VIN). Содержание и структура. URL: <http://www.vniiki.ru/document/4528771.aspx>
7. Алексеев С. С. Ідентифікаційні ознаки визначення року виготовлення транспортного засобу [Текст] : матер. IV Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених „Формування механізмів управління якістю та підвищення конкурентоспроможності підприємств” (Дніпропетровськ, 28 березня 2013 р.). Дніпропетровськ, 2013. С. 19–21.

REFERENCES

1. Alekseev, N. S., Hantsov, Sh. K. i dr. (1988), Teoreticheskiye osnovy tovarovedeniya neprodovol'stvennykh tovarov, Ekonomika, Moskva, 336 s.
2. Byriukov, B. M. (2000), Spravochnyk. Klassyfykatsiya, ydentyfykatsiya y markyrovka lehkovykh avtomobylej [Tekst], "Yzdatel'stvo PRYOR", Moskva, 320 s.
3. DSTU 3525-97. Zasoby transportni dorozhni. Markuvannya, available at: <http://lindex.net.ua/ua/shop/bibl/500/doc/2136>
4. DSTU 2518-94. Avtotransportni zasoby. Nesivni systemy avtomobiliv. Terminy ta vyznachennia, available at: <http://www.standards.in.ua/?dk=1&c=21&g=3>
5. Ydentyfykatsiya avtomobylej [Tekst] (2002), Prais-N Soiuз NAMY, Moskva, 180 s.
6. ISO 3779:2009. Transport dorozhnyj. Ydentyfykatsyonnyj nomer avtomobylej (VIN). Soderzhanye y struktura, available at: <http://www.vniiki.ru/document/4528771.aspx>
7. Aleksieiev, S. S. (2013), Identyfikatsijni oznaky vyznachennia roku vyhotovlennia transportnoho zasobu [Tekst]: mater. IV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii studentiv, aspirantiv ta molodykh vchenykh „Formuvannia mekhanizmiv upravlinnia yakistiu ta pidvyschennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv” (Dnipropetrovs'k, 28 bereznia 2013 r.), Dnipropetrovs'k, s. 19–21.

Стаття надійшла до редакції 2 червня 2020 р.

УДК 640.438

Ощипок І. М.

him1960@ukr.net, ORCID ID:0000-0002-5427-3376

Researcher ID: F-4641-2019

д.т.н., проф., завідувач кафедри харчових технологій,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ КУРИЛЬНИХ ПРИСТРОЇВ ТА КАЛЬЯНУ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Анотація. У статті розглянуті питання щодо нових курильних пристроїв – електронних сигарет. Наведено інформування про проблеми куріння, зокрема кальяну. Дим кальянів, як і дим інших тютюнових виробів, містить токсичні речовини, які викликають рак легень та інші види раку, серцево-судинні, респіраторні та інші захворювання. Небезпека для здоров'я від кальяну може навіть бути більшою через деякі специфічні для кальянів особливості. Під час куріння тютюнова суміш нагрівається за допомогою горіння вугілля, яке кладеться на тютюнову суміш. Тому курці кальяну (і ті, хто перебуває поряд) вимушені вдихати не тільки продукти згорання тютюнової суміші, але і продукти згорання вугілля, насамперед чадний газ. Під час горіння вугілля в кальяні утворюється не лише чадний газ, але і багато канцерогенів, наприклад бенз(а)пірен та поліароматичні вуглеводні, а також важкі метали, такі як свинець, кобальт та нікель, що призводить до небезпечних концентрацій цих шкідливих речовин у повітрі. ВООЗ вважає, що Електронні системи доставки нікотину (ЕСДН) зараз перебувають на етапі становлення, тому мають як загрози, так і перспективи для контролю над тютюном. Небезпека в тому, що більшість таких електронних систем не були тестовані незалежними вченими. Багато електронних сигарет містять нікотин, який негативно впливає на багато біологічних процесів організму людини. Їхні заправні контейнери містять концентровану кількість ароматизаторів, що потенційно вказують на їхню цитотоксичність, тобто здатність руйнувати клітини організму. ЕСДН, що є альтернативою традиційним тютюновим виробам, набули поширення на світовому ринку і відрізняються від традиційних сигарет утворенням високодисперсного аерозолу за відсутності процесу горіння. В українському законодавстві немає визначення електронних сигарет. Вони продаються як електронні пристрої нарівні із флешками. Це означає, що ніхто не знає та не регулює вміст електронних систем доставки нікотину в нашій країні. Класифікована нова продукція як окрема категорія виробів ЕСДН, виділені основні групи споживчих товарів цієї категорії. Надана загальна характеристика зразків рідини для заправки ЕСДН як в'язкої, слабо текучої рідини різних кольорів на основі високоатомних спиртів – гліцерину (пропан-1,2,3- тріол, харчова добавка E422) і пропіленгліколю (пропан-1,2-діол, харчова добавка E1520), води, ароматизатора, з нікотиним/без нікотину (залежно від зразка), щільність розчину – не менше 1,2 мг/мл, водневий показник рН – 4,5–7,5. У результаті досліджень встановлено: відсутність монооксиду вуглецю в газовій фазі аерозолу ЕСДН одноразового використання – кількісний перехід нікотину з рідини в аерозоль незначний, що є підтвердженням відсутності процесу горіння під час споживання ЕСДН.

Ключові слова: сигарета, електронна сигарета, кальян, нікотин, процес, горіння.

Oshchypok I. M.

him1960@ukr.net, ORCID ID:0000-0002-5427-3376

Researcher ID: F-4641-2019

Doctor of Engineering, Professor, Head of the Department of Food Technologies,
Lviv University of Trade and Economics, Lviv

MODERN APPROACHES TO THE USE OF ELECTRONIC SMOKING DEVICES AND HOOKAHS IN THE RESTAURANT BUSINESS

Abstract. The article deals with issues regarding new smoking devices – electronic cigarettes. Submitted information about smoking issues, including hookah. Hookah smoke, like the smoke of other tobacco products, contains toxic substances that cause lung cancer and other cancers, cardiovascular, respiratory and other diseases. The health risk of hookah may even be greater due to some hookah-specific features. When smoking a hookah, the tobacco mixture is heated by burning coal that is put on the tobacco mixture. Therefore, hookah smokers (and those who are nearby) are forced to inhale not only the combustion products of the tobacco mixture, but also the combustion products of coal, primarily carbon monoxide. Not only carbon monoxide but many carcinogens, such as benzo (a) pyrene and polyaromatic hydrocarbons, as well as heavy metals such as lead, cobalt and nickel, are produced by burning coal in the hookah, resulting in dangerous concentrations of these harmful substances in the air. WHO believes that Electronic Nicotine Delivery Systems

(ESDN) are now in the making and therefore have threats and prospects for tobacco control. The danger is that most such electronic systems have not been tested by independent scientists. Many electronic cigarettes contain nicotine, which adversely affects many biological processes in the human body. Their filling containers contain a concentrated amount of flavors that potentially indicate their cytotoxicity, that is, the ability to destroy the body's cells. ESDN, an alternative to traditional tobacco products, has become widespread in the world market and differs from traditional cigarettes by the formation of fine aerosol in the absence of the combustion process. There is no definition of electronic cigarette in Ukrainian legislation. They are sold as flash drives. This means that nobody knows or regulates the content of electronic nicotine delivery systems in our country. Classified new products as a separate category of products ESDN, identified the main groups of consumer products in this category. The general characteristics of liquid samples for ESDN filling as a viscous, weakly fluid liquid of different colors based on high-atomic alcohols – glycerol (propane-1,2,3-triol, food additive E422) and propylene glycol (propane-1,2-diol, food additives E1520), water, flavoring, with nicotine / without nicotine (depending on the sample), the density of the solution is not less than 1.2 mg/ml, the hydrogen pH is 4.5-7.5. As a result of the researches it is established: – absence of carbon monoxide in the gas phase of single use ESDN aerosol – quantitative transition of nicotine from liquid to aerosol is insignificant. The absence of carbon monoxide aerosol was detected in the gas phase, which is a confirmation of the absence of the combustion process when consuming ESDN.

Key words: cigarette, electronic, hookah, nicotine, process, burning.

JEL Classification: L23, L29, L84, O14, O24

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-11>

Постановка проблеми. Сьогодні точиться чимало дискусій навколо нових курильних пристроїв – електронних сигарет, які досить часто використовують споживачі в закладах ресторанного господарства, зокрема барах. В експертних колах до нового покоління сигарет ставляться дуже обережно. Адже головна мета антитютюнової діяльності – це повністю викоринити куріння з повсякденного життя, зокрема в закладах ресторанного господарства, і зробити так, щоб прийдешні покоління забули, що таке сигарета взагалі. А такий новий «винахід» підриває прагнення захисників здоров'я. Варто усвідомлювати, що ринок електронних сигарет – це звичайний бізнес. Найбільшими компаніями електронних сигарет володіють усім відомі тютюнові корпорації. Тобто тютюновики чудово усвідомлюють сучасні тренди здорового способу життя: люди відмовляються від куріння, займаються спортом, намагаються правильно харчуватися. У зв'язку з цим ринок тютюнових виробів скорочується, зокрема у державах із високим рівнем розвитку. Наприклад, у Великій Британії нещодавно закрилась остання тютюнова фабрика. А за допомогою електронних сигарет корпорації намагаються втримати своїх клієнтів. Останні дослідження свідчать, що підлітки, які курять електронні сигарети, у 6 разів більш схильні почати курити звичайні сигарети. У США зараз б'ють на сполох через значне збільшення кількості вейперів серед молоді. Тобто нове покоління сигарет фактично створює нове покоління залежності. Створився міф, що електронні сигарети нібито допомагають кинути курити. Але дослідження свідчать, що ця теза не має серйозних наукових доказів. Наприклад, за даними Євробарометра, лише 14% курців, які взяли участь у європейському дослідженні, кинули курити за допомогою електронних сигарет.

Куріння кальяну останніми роками теж дуже поширилося серед населення України [8], що певною мірою пов'язано з очікуванням споживачів на те, що це є менш шкідливим, ніж куріння сигарет та інших тютюнових виробів. Опитування 2010 року [8] виявило: 93% мешканців України вважали, що куріння сигарет може призвести до серйозних захворювань, тоді як куріння кальяну вважали небезпечним лише 31%

опитаних. Ці очікування підкріплювала тенденційна інформація, яка поширювалася різними комерційними підприємствами, зацікавленими у продажу сумішей для кальяну заради прибутків. Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) ще у 2005 році [4] попередила, що дим кальянів, як і дим інших тютюнових виробів, містить токсичні речовини, які викликають рак легень та інші види раку, серцево-судинні, респіраторні та інші захворювання. Небезпека для здоров'я від кальяну може навіть бути більшою через деякі специфічні особливості. Під час такого куріння тютюнова суміш нагрівається за допомогою горіння вугілля, яке кладеться на тютюнову суміш. Тому курці кальяну (і ті, хто перебуває поряд) вимушені вдихати не тільки продукти згорання тютюнової суміші, але і продукти згорання вугілля, насамперед чадний газ. Чадний газ (монооксид вуглецю – CO) є токсичною речовиною, яка в малих дозах викликає головний біль, запаморочення, а у великих дозах може призвести до смерті. Дослідження показали, що у видиху курців сигарет вміст CO в середньому в 10 разів вищий, ніж у видиху некурців, а у видиху курців кальяну він у кілька разів вищий, ніж у видиху курців сигарет [2]. Через високий вміст чадного газу в курців кальяну (а також у працівників кальяно-барів) вже траплялися випадки запаморочень, які іноді потребували госпіталізації та кисневої терапії [6]. Проте і відносно невеликі дози CO мають багато негативних ефектів. Дослідження показали, що через зумовлену чадним газом гіпоксію погіршуються навички управління автомобілем, і тому курці кальяну мають на 33% вищий ризик ДТП [1]. Під час горіння вугілля в кальяні утворюється не лише чадний газ, але і багато канцерогенів, наприклад бенз(а)пірен та поліароматичні вуглеводні, а також важкі метали, такі як свинець, кобальт та нікель [7], що призводить до небезпечних концентрацій цих шкідливих речовин у повітрі. Додаткова безпека куріння кальяну полягає в тому, що дим проходить через воду. Вода фільтрує незначну частку диму, але 85% тютюнового диму складається з газів, які не мають кольору, смаку і запаху і не затримуються водою. Вода переважно фільтрує речовини, які формують запах тютюнового диму. Тому люди, які самі

не курять кальян, але перебувають у приміщенні, де є його дим, не відчувають небезпеки. Дослідження показують, що концентрації чадного газу в повітрі кальян-барів є в кілька разів вищими, ніж у барах, де курять лише сигарети [2]. Концентрації дрібних часток, які є важливим фактором ризику серцево-судинних захворювань, у повітрі кальян-барів удвічі вищі, ніж у повітрі барів, де курять інші тютюнові вироби [11]. Вода в кальяні охолоджує тютюновий дим, завдяки чому курці затягуються глибше, і токсичні речовини диму потрапляють до нижніх частин легень, що підвищує ризик важких респіраторних захворювань. Люди, які курять кальян у публічних місцях, наражаються на ризик інфекційних захворювань [10]. Кальяни не проходять стерилізації після використання іншою особою. Частки слини інших споживачів неодмінно потрапляють у воду, через яку проходить дим, тому під час куріння кальяну можуть передаватися туберкульоз, грип, герпес, гепатит та інші інфекційні захворювання. Змінні мундштуки лише частково зменшують цей ризик. За даними ВООЗ, до 17% нових випадків туберкульозу в країнах Близького Сходу викликано спільним курінням кальяну [9]. У тютюнову суміш для кальянів зазвичай додають гліцерин та багато інших речовин. Якщо гліцерин перегрівається, утворюється токсична речовина акролеїн. Вплив вдихання багатьох речовин, які додаються до кальянної суміші, на здоров'я не досліджений. До тютюнової суміші технологічно дуже легко додати заборонені наркотичні та інші речовини. Іноді дим кальяну фільтрують не через воду, а через алкогольні напої, що становить додаткову небезпеку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Всесвітня організація охорони здоров'я вважає, що Електронні системи доставки нікотину (ЕСДН) зараз перебувають на етапі становлення, тому мають як загрози, так і перспективи для контролю над тютюном. Небезпека в тому, що більшість таких електронних систем не були тестовані незалежними вченими. Багато електронних сигарет містять нікотин, який негативно впливає на біологічні процеси організму людини. Короткострокові наслідки споживання електронних сигарет включають подразнення очей та дихальних шляхів під дією пропіленгліколю. Їх заправні контейнери містять концентровану кількість ароматизаторів, що потенційно вказують на їхню цитотоксичність, тобто здатність руйнувати клітини організму. Пара електронних сигарет становить особливу небезпеку для здоров'я вагітних жінок і дітей. Адже ця газоподібна речовина містить нікотин, деякі канцерогени та інші токсичні речовини у такій кількості, як і тютюновий дим. Було також виявлено, що в деяких брендах електронних сигарет рівень вмісту певних речовин, що викликають рак, наприклад формальдегіду та акролеїну, так само високий, як і в димі сигарет.

ВООЗ рекомендує заборонити робити заяви, що електронні сигарети справді допомагають кинути палити, пояснюючи це тим, що досі немає достатньої кількості наукових підтверджень. Також експерти радять накласти заборону на куріння цих нових виробів у приміщеннях та громадських місцях і вилучити їхню рекламу. Потрібно ще розкрити вміст електронних виробів та пару, що виділяється.

В українському законодавстві немає визначення електронних сигарет. Вони продаються як електронні

пристрої нарівні з флешками. Це означає, що ніхто не знає та не регулює вміст електронних систем доставки нікотину в нашій країні.

В Україні зареєстрували комплексний антитютюновий законопроект № 2820, який ґрунтується на новітній європейській Директиві 2014/40/ЄС. У цьому документі серед іншого передбачене й регулювання електронних сигарет. Зокрема, на їхніх упаковках мають бути текстові попередження про шкоду куріння, які займають 30% від поверхні пачки. Виробників хочуть зобов'язати подавати інформацію про вміст електронних сигарет. Також передбачається, що рідини для заправки електронних сигарет, які містять нікотин, мають постачатися на ринок тільки в спеціальних заправних контейнерах, які не перевищують обсяг 10 мл, в одноразових електронних сигаретах або в окремих картриджах для використання, які мають обсяг не більше 2 мл. Рідини, які містять нікотин, не мають містити його в концентрації більше 20 мг/мл.

ЕСДН, що є альтернативою традиційним тютюновим виробам, набули поширення на світовому ринку і відрізняються від традиційних сигарет утворенням високодисперсного аерозолу за відсутності процесу горіння. Рекомендації ВООЗ і необхідність адекватної оцінки нових тютюновмісних і нікотиновмісних продуктів попереджають про те, що стрімке зростання використання електронних систем доставки нікотину в усьому світі не можна ні ігнорувати, ні приймати, не докладаючи зусиль із регулювання належним чином цих виробів, із тим, щоб звести до мінімуму наслідки.

Перша електронна модель для імітації процесу паління сигарети розроблена і випущена у 2003 р. на підставі винаходів, запатентованих у Китаї, в Beijing SBT RUYAN Technology Development Company Limited [6].

Постановка завдання. Дослідити електронні системи доставки нікотину одноразового і багаторазового використання. Надати класифікацію продукції як окремої категорії виробів, виділити основні групи споживчих товарів цієї категорії. Показати наявність монооксиду вуглецю в газовій фазі аерозолу ЕСДН одноразового використання, кількісний перехід нікотину з рідини в аерозоль. Виявити присутність у газовій фазі аерозолу монооксиду вуглецю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поява систем доставки нікотину (електронних сигарет, електричних систем нагрівання тютюну) привела до зародження принципово нового сектору економіки, який охоплює розроблення, виробництво й організацію збуту як самих пристроїв, так і матеріалів до них. Принципи, що дають змогу класифікувати нову продукцію як окрему категорію виробів ЕСДН, відображено на рис. 1.

Виділено основні групи споживчих товарів цієї категорії (рис. 2).

Електронна система доставки нікотину (ЕСДН) – електронний пристрій, що використовується для вдихання аерозолу, одержуваного внаслідок нагрівання рідини. ЕСДН є загальним поняттям, у тому числі для електронних випарників, електронних генераторів пари й інших пристроїв, що відповідають опису ЕСДН. ЕСДН одноразового використання – тип ЕСДН, в якому елемент живлення, атомайзер і картридж із рідиною є єдиним цілим і утворюють нерозбірну конструкцію.



Рис. 1. Класифікація продукції як окремої категорії виробів ЕСДН



Рис. 2. Основні групи споживчих товарів категорії ЕСДН

Всі ЕСДН одноразового використання мають ідентичні конструкції: пластиковий або металевий корпус; датчик затяжки; індикатор роботи пристрою; елемент живлення разового використання; блок управління й індикації; картридж із пористим матеріалом, просочений рідиною; випарник, який являє собою ніхромову або фехральову спіраль. Підприємства і виробники протягом низки років досліджують різні електронні системи доставки нікотину. Загальна характеристика зразків рідини для заправки ЕСДН: в'язка, слабо текуча рідина різних кольорів на основі високоатомних спиртів – гліцерину (пропан-1,2,3-тріол, харчова добавка E422) і пропіленгліколю (пропан-1,2-діол, харчова добавка E1520), води, ароматизатора, з ніотином/без нікотину (залежно від зразка), щільність розчину – не менше 1,2 мг/мл, водневий показник рН – 4,5–7,5.

У процесі досліджень використовували методи, загальноприйняті в тютюновій галузі. Для прокурювання ЕСДН одноразового використання на курильній машині застосовувалася «Методика прокурювання одноразових електронних курильних пристроїв і отримання вологого конденсату, газової фази диму за допомогою лінійної курильної машини CERULEAN SM 405». Фізичні характеристики електронних пристроїв і компонентний склад рідини для ЕСДН одноразового використання LUXLITE і PONS наведені в табл. 1.

Як продукт споживання ЕСДН продукується під час нагрівання високодисперсного аерозолі, фізіологічну і смакову міцність якого визначає вміст нікотину. Для об'єктивної оцінки наслідків впливу на організм людини споживання ЕСДН необхідно мати у своєму

Таблиця 1

Характеристики ЕСДН одноразового використання

Показник	Розмірність	Значення
Характеристики ЕСДН одноразового використання		
Діаметр	мм	9–10
Довжина	мм	84–155
Маса	г	10–35
Акумулятор	одноразовий	
Компонентний склад рідини для ЕСДН		
Гліцерин	%	40–75
Пропіленгліколь	%	20–50
Ароматизатор	%	0–10
Нікотин	%	0–2,5

розпорядженні правильні дані про склад генерованого аерозолі, однак нині відсутні вимоги до якісних показників ЕДСН і методична база для контролю складу речовин, що виділяються в генерований аерозоль під час споживання. Єдиного міжнародного підходу до регулювання інноваційної нікотиновмісної продукції немає, що приводить до використання різних режимів прокурювання. Розроблено й апробовано методику, яка дає змогу отримати вологий конденсат на фільтр зі скловолокна з метою подальшого визначення кількісного вмісту хімічних сполук, а також отримати газову фазу, яка збирається в герметичні мішки різного об'єму, для інструментального визначення монооксиду вуглецю. Закінчення процесу збору аерозолі ЕСДН

одноразового використання відбувається або під час випаровування рідини в картридж, або після закінчення зарядки батареї і може бути визначено за допомогою спеціального детектора під час контролю втрати маси виробу чи зміни маси використовуваних пасток. Для тестування ЕСДН застосовується також метод CORESTA CRM № 81 "Routine analytical machine for e-cigarette aerosol generation and collection – definitions and standard conditions". Параметри наявних режимів прокурювання електронних систем доставки нікотину наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Основні параметри тестування ЕСДН

Параметри процесу	CRM 81	CERULEAN SM 405
Тривалість затяжки, сек.	3	6
Обсяг затяжки, мл	55 ± 0,3	35 ± 0,3
Пауза між затяжками, сек.	30 ± 0,5	20 ± 0,5
Блокування вентиляції	–	–

Проведено дослідження одноразових ЕСДН торгових марок LUXLITE і PONS, визначені їхні характеристики (табл. 3, 4) [5].

Таблиця 3

Параметри ЕСДН одноразового використання LUXLITE і вміст токсичних компонентів в аерозолі

Показник	Розмірність	Значення
Кількість затяжок	раз	до 250
Обсяг конденсату	м ³	0,0125–0,021
Випаровування робочої рідини	%	до 75
Зменшення маси пристрою	%	8–11
Вміст компонентів в аерозолі		
Нікотин	мг/12 затягувань	0–0,031
Монооксид вуглецю	%	не виявлений

Таблиця 4

Характеристика ЕСДН одноразового використання PONS

Показник	PONS Classic	PONS Slim
Діаметр, мм	8,5	5,5
Довжина, мм	88	103
Маса, г	35,0	21,0
Ємність акумулятора, мАг	180	180
Час роботи акумулятора, затягувань	150	150
Вміст нікотину в рідині картриджа, %	7,0	4,4
Вміст компонентів в аерозолі		
Нікотин, мг / 12 затягувань	0,019	0,006
Монооксид вуглецю, %	не виявлений	

За «Методикою прокурювання одноразових електронних курільних пристроїв і отримання вологого конденсату, газової фази диму за допомогою лінійної курільної машини CERULEAN SM 405» визначено вміст токсичних компонентів аерозолі ЕСДН одноразового використання LUXLITE і PONS.

Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. У результаті досліджень встановлено відсутність монооксиду вуглецю в газовій фазі аерозолі ЕСДН одноразового використання – кількісний перехід нікотину з рідини в аерозоль незначний. Виявлено відсутність у газовій фазі аерозолі монооксиду вуглецю, що є підтвердженням відсутності процесу горіння під час споживання ЕСДН.

Єдиного міжнародного підходу до регулювання інноваційної нікотиновмісної продукції немає, відсутні вимоги безпеки і методична база для контролю складу речовин, що виділяються в аерозоль під час споживання. Подальші дослідження необхідно спрямовувати на визначення токсичних (карбонільні сполуки, тютюнові специфічні нітросоаміни) компонентів аерозолі, генерованого системами доставки нікотину; на розроблення науково обґрунтованих вимог безпеки до електронних систем доставки нікотину.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреева Т. И. Воздействие пассивного курения на здоровье детей. Обзор литературы. *Главный врач*. 2009. № 9. С. 86–95; № 10. С. 75–83. URL: <http://www.library.ukma.kiev.ua/dspace/handle/123456789/250>
2. Глобальне опитування дорослих щодо вживання тютюну (GATS), Звіт за результатами дослідження, Україна, 2010 / Т. Андреева, В. Захожа, Н. Король, К. Красовський, В. Лі, Д. Лі, Ч. Уоррен, Н. Харченко. Київ, 2010. 176 с. URL: http://moz.gov.ua/ua/portal/zvit_tutun_2010.html
3. Дятленко Г. Маркетингові стратегії тютюнової індустрії, що впливають на сприйняття та споживання кальяну в Україні. *Контроль над тютюном й охорона громадського здоров'я у Східній Європі*. 2013, т. 3, № 1. С. 29–38.
4. Каданер Є. І., Федотов В. П. Оцінка якості життя хворих на екзему курців тютюну. *Дерматовенерология, косметология, сексопатология*. Днепропетровск, 2008. № 1/2. С. 32–35.
5. Кочеткова С. К., Остапенко И. М. Исследование безопасности курения кальянных табаков и электронных сигарет. *Инновационные пищевые технологии в области хранения и переработки сельскохозяйственного сырья* : матер. Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар, 2011. С. 189–193.
6. Красовський К. С., Андреева Т. І., Григоренко А. А., Бутильська Н. А. Оцінка динаміки поширеності тютюнокуріння в Україні. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2009. № 2. С. 91–99.
7. Михайлов Є. А. Економічний механізм функціонування ринку тютюну в Україні : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.03; Нац. наук. центр «Ін-т аграр. економіки» УААН. Київ, 2009. 20 с.
8. Харченко Е. Н., Синицкая Т. В., Рыткис И. С., Гуркова А. В. Разработка модели и алгоритма медико-социальной помощи подросткам с аддиктивным поведением, употребляющим психоактивные вещества / *Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 10-летию кафедры психиатрии и психосоматики Курского государственного медицинского университета «Актуальные вопросы пограничной психической патологии (биопсихосоциальный подход)»*, 14–15 мая 2013 г. Курск. С. 233–236.
9. Peng L. The impact of cigarette taxes and advertising on the demand for cigarettes in Ukraine / L. Peng, H. Ross // *Cent Eur J Public Health*. 2009. 17. № 2. С. 93–98.
10. Pobedyonna G. P., Golovnya D. V., Kotova I. S. Smoking among the young people and its effects. *Український журнал клінічної та лабораторної медицини*. 2013. Т. 8, № 1.

11. Ross H.Z., Shariff S., Gilmore A. Economics of Tobacco Taxation in Ukraine. Paris: International Union Against Tuberculosis and Lung Disease, 2008.

REFERENCES

1. Andreyeva, T. I. (2009), *Vozdeystviye passivnogo kureniya na zdorov'ye detey. Obzor literatury, Glavnyy vrach*, № 9, s. 86–95; № 10, s. 75–83, available at: <http://www.library.ukma.kiev.ua/dspace/handle/123456789/250>

2. Hlobal'ne opytuvannya doroslykh shchodo vzhivannya tyutyunu (GATS), *Zvit za rezul'tatamy doslidzhennya, Ukrayina, 2010* / T. Andreyeva, V. Zakhozha, N. Korol', K. Krasov's'kyi, V. Li, D. Li, C. Uorren, N. Kharchenko (2010), Kyiv, 176 s., available at: http://moz.gov.ua/ua/portal/zvit_tutun_2010.html

3. Dyatlenko, H. (2013), *Marketynhovi stratehiyi tyutyunovoyi industriyi, shcho vplyvayut' na spryynyattya ta spozhyvannya kal'yanu v Ukrayini, Kontrol' nad tyutyunom y okhorona hromads'koho zdorov'ya u Skhidniy Yevropi*, t. 3, № 1, s. 29–38.

4. Kadaner, YE. I. and Fedotov, V. P. (2008), *Otsinka yakosti zhyttya khvorykh na ekzemu kurtsiv tyutyunu, Dermatovenerolohyya, kosmetolohyya, seksopatolohyya*, Dnepropetrovsk, № 1/2, s. 32–35.

5. Kochetkova, S. K. and Ostapchenko, I. M. (2011), *Issledovaniye bezopasnosti kureniya kal'yannykh tabakov i elektronnykh sigaret, Innovatsionnyye pishchevye tekhnologii v oblasti khraneniya i pererabotki sel'skokhozyaystvennogo syr'ya: mater. Mezhdunar. nauch.-prakt. konf.*, Krasnodar, s. 189–193.

6. Krasov's'kyi, K. S., Andreyeva, T. I., Hryhorenko, A. A. and Butyl's'ka, N. A. (2009), *Otsinka dynamiky poshyrenosti tyutyunokurinnya v Ukrayini, Visnyk sotsial'noyi hihiyeny ta orhanizatsiyi okhorony zdorov'ya Ukrayiny*, № 2, s. 91–99.

7. Mikhaylov, E. A. (2009), *Yekonomichniy mekhanizm funktsionuvannya rinku tyutyunu v Ukraïni: avtoref. dis. ... kand. yekon. nauk: 08.00.03 /; Nats. nauk. tsentr "In-t agrar. yekonomiki" UAAN, Kyiv, 20 s.*

8. Kharchenko, Ye. N., Sinitskaya, T. V., Rytkis, I. S. and Gurkova, A. V. (2013), *Razrabotka modeli i algoritma medikosotsial'noy pomoshchi podrostkam s addiktivnym povedeniyem, upotreblayushchikh psikhoaktivnyye veshchestva, Materialy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiyem, posvyashchennoy 10-letiyu kafedry psikiatrii i psikhosomatiki Kurskogo gosudarstvennogo meditsinskogo universiteta "Aktual'nyye voprosy pogranichnoy psikhicheskoy patologii (boipsikhosotsial'nyy podkhod)", 14–15 maya 2013 g., Kursk, s. 233–236.*

9. Peng, L. and Ross, H. (2009), *The impact of cigarette taxes and advertising on the demand for cigarettes in Ukraine, Cent Eur J Public Health*, 17, № 2, s. 93–98.

10. Pobedyonna, G. P., Golovnya, D. V. and Kotova, I. S. (2013), *Smoking among the young people and its effects, Ukrainskyi zhurnal klinichnoi ta laboratornoi medytsyny*, t. 8, № 1.

11. Ross, H. Z., Shariff, S. and Gilmore, A. (2008), *Economics of Tobacco Taxation in Ukraine*, International Union Against Tuberculosis and Lung Disease, Paris.

Стаття надійшла до редакції 27 квітня 2020 р.

УДК 65.012.32.009

Ситник О. Ю.

oysytnyk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5234-7792

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту, економіки та туризму,

Льотна академія Національного авіаційного університету, м. Кропивницький

Смутчак З. В.

zinulechka@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-6079-9227

д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту, економіки та туризму,

Льотна академія Національного авіаційного університету, м. Кропивницький

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПЕРСОНАЛУ: СКЛАДНИКИ І НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ

***Анотація.** Розглянуто актуальну проблему формування конкурентоспроможності персоналу підприємств. Проаналізовано підходи сучасних науковців до категорії «конкурентоспроможність персоналу», визначено її характеристики. Систематизовано перелік факторів формування конкурентоспроможності персоналу. Охарактеризовано конкурентні переваги персоналу та джерела їх формування, як екзогенні, так і ендогенні. Деталізовано складники конкурентоспроможності найманого працівника. Акцентовано увагу на необхідності розвитку емоційного інтелекту, критичного та креативного мислення найманого працівника в межах навчання протягом життя як обов'язкових складників його здатності до конкуренції. Обґрунтовано напрями підвищення конкурентоспроможності персоналу, оскільки здатність найманих працівників (за сукупністю якостей) відповідати вимогам ринку взаємопов'язана із розвитком конкурентноздатності країни, галузі, регіону та підприємства зокрема, чим і зумовлено запропонований перелік заходів з її підвищення.*

Ключові слова: безперервний розвиток, конкурентоспроможність підприємства, найманий працівник, конкурентоспроможність персоналу, людські ресурси.

Sytnyk O. Y.

oysytnyk@gmail.com, ORCIDID: 0000-0001-5234-7792

Ph.D., Associate Professor,

Associate Professor of Management Economy and Tourism Department,

Flight Academy of National Aviation University, Kropivnitskiy

Smutchak Z. V.

zinulechka@ukr.net, ORCIDID: 0000-0002-6079-9227

Doctor of Economics, Associate Professor,

Head of Management Economy and Tourism Department,

Flight Academy of National Aviation University, Kropivnitskiy

COMPETITIVENESS OF PERSONNEL: COMPONENTS AND DIRECTIONS FOR INCREASING

***Abstract.** The actual problem of forming the personnel of enterprises' competitiveness as a component of increasing the efficiency of management was considered in the article, which is explained by the decisive role of human resources among other factors of production, as well as by the peculiarities of the functioning of the knowledge economy. The approaches of modern scientists to the category of personnel competitiveness are analyzed, its characteristics are determined, such as the level of knowledge, skills, abilities; the ability of employees to realize a combination of personal, professional and business qualities and meet the requirements of employers; the duality of the nature of the term, which includes both the effectiveness and efficiency of employees, and the costs necessary to restore the physical and psychological strength of staff. The list of factors of the formation of personnel competitiveness has been systematized, at the meta-, macro-, meso- and individual levels. The competitive advantages of personnel and the sources of their formation, both exogenous and endogenous, are considered. The properties of the competitive advantages of personnel are indicated, such as comparative and relative nature, dynamism, duality of nature, attachment to specific conditions of functioning. The criterias of achievement of a competitive advantage by the personnel of the enterprise are considered such as value, rarity, uniqueness and irreplaceability. The components of the competitiveness of an employee are detailed; the determining influence of the personnel management system on the formation of his ability to compete is indicated. Attention is focused on the need to develop emotional intelligence, critical and creative thinking of an employee, in the process of lifelong learning, as mandatory components of his ability to compete. The directions of increasing the competitiveness of*

personnel are substantiated as a prerequisite for increasing the human potential of the country and the region. It is concluded that increasing the competitiveness of personnel is interconnected with the development of the competitiveness of the country, industry, region and the competitiveness of an enterprise in particular, which is the reason for the proposed list of measures to improve it. In further research, it is necessary to focus on the development of social capital as a factor in increasing the competitiveness of staff.

Key words: lifelong development, enterprise competitiveness, employee, personnel competitiveness, human resources.

JEL Classification: J24

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-12>

Постановка проблеми. Зростання конкурентної боротьби як на національному, так і на світовому ринку сьогодні для сучасних підприємств вимагає безперервного впровадження інновацій та використання інформаційних технологій. З огляду на те, що людські ресурси набувають усе більшого значення серед факторів виробництва, успіх підприємства на ринку все більшою мірою визначається конкурентоспроможністю його персоналу. Реаліями сьогодення є значне падіння здатності персоналу в Україні конкурувати, причинами чого є: низка проблем соціально-економічного характеру на рівні держави; руйнація системи середньої спеціальної освіти внаслідок перебудови 90-х рр.; падіння престижу багатьох технічних спеціальностей; втрата цілого покоління висококваліфікованих і досвідчених фахівців, які виїхали працювати за кордон; небажання чи неможливість роботодавців витратити кошти на розвиток і підвищення кваліфікації найманих працівників тощо. Саме тому питання чинників формування та підвищення конкурентоспроможності персоналу викликають значну наукову та практичну зацікавленість та потребують ретельного вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Забезпеченню конкурентоспроможності персоналу на рівні держави приділяють увагу такі дослідники, як Д. П. Богиня, О. А. Бугуцький, С. В. Васильченко, О. А. Грішнова, М. І. Долішній, Е. М. Лібанова, Л. С. Лісогор, М. В. Семікіна, С. Сотнікова; пропонують вирішення завдань формування та розвитку конкурентоспроможності персоналу на рівні управління підприємством В. М. Коломієць, О. М. Левченко, О. О. Смірнов, Р. А. Фатхутдінов, Т. В. Хлопова, С. О. Цимбалюк.

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні поняття конкурентоспроможності персоналу, виділенні чітких його характеристик і властивостей, груп факторів формування та розвитку конкурентоспроможності персоналу, визначенні напрямів його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімкий розвиток науки і техніки, постійне підвищення попиту споживачів на різні групи товарів і послуг, безперервне впровадження інновацій у виробництво та управління підприємствами на сучасному етапі господарювання вимагає зміни підходів до формування конкурентоспроможності персоналу.

Нині в науковій літературі відсутнє єдине трактування терміна «конкурентоспроможність персоналу», проте більшість дослідників наголошують на необхідності врахування економічної цінності персоналу як складника його конкурентоспроможності, яка включає як його економічну корисність – здатність приносити дохід, так і економічні витрати, пов'язані з відновлен-

ням фізичних та психічних сил найманого працівника, його навчанням, розвитком, мотивацією тощо. Так, С. Сотнікова та Ю. Немцева розглядають конкурентоспроможність персоналу як властивість людського капіталу, що характеризує ступінь задоволення ринкової потреби у праці, тобто як джерело, можливість, засіб, які використовуються працівником для максимального задоволення ринкової потреби в товарах і послугах у процесі оптимального використання наявних ресурсів [8].

В. Коломієць наголошує на тому, що це складна економічна категорія, яка визначає здатність працівників генерувати ідеї, розробляти і швидше за конкурентів впроваджувати інновації; якнайкраща відповідність вимогам роботодавців за рівнем знань, умінь, навичок; спроможність найкращим чином докласти особистісні, професійні та ділові якості й повною мірою реалізувати власний потенціал, а також вміння ефективно виконувати управлінські функції та своєчасно приймати рішення [4].

С. О. Цимбалюк зазначає, що конкурентоспроможність персоналу – це здатність управлінців своєчасно виявляти загрозу для діяльності підприємства, вирішувати проблеми, генерувати ідеї, винаходити швидше від конкурентів та впроваджувати нововведення, забезпечувати досягнення поставлених цілей та виконання підприємством його місії [6].

Т. Хлопова вважає, що конкурентоспроможність персоналу – це «інтегральна характеристика ступеня розвитку трудового потенціалу підприємства та ступеня його використання в наявних виробничо-економічних умовах, що визначає рівень конкурентоспроможності продукції, яка випускається підприємством» [10].

Р. А. Фатхутдінов та Г. В. Осовська підкреслюють, що конкурентоспроможність персоналу визначають його конкурентні переваги порівняно з персоналом інших підприємств, уміння розробити систему забезпечення конкурентоспроможності підприємства та управляти колективом [9].

Отже, виходячи з аналізу визначень, конкурентоспроможність персоналу характеризується: рівнем знань, умінь, навичок; спроможністю найкращим чином докласти особистісні, професійні та ділові якості та повною мірою реалізувати власний потенціал; можливістю найманих працівників реалізувати сукупність особистих, професійних та ділових якостей та задовольнити вимоги роботодавців [3]; подвійною природою, яка включає як результативність та ефективність праці найманих працівників, так і витрати, необхідні для відновлення фізичних та психологічних сил персоналу; взаємозумовленістю рівня конкурентоспроможності персоналу та рівня конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, пропонуємо трактувати конкурентоспроможність персоналу як сукупну здатність людських ресурсів підприємства досягати поставлених цілей у межах досягнення його місії через максимальну реалізацію власного трудового потенціалу із застосуванням набутих навичок, знань, умінь, досвіду з метою отримання якнайвищого ступеня задоволення потреб споживачів порівняно з конкурентами.

Загалом конкурентоспроможність персоналу визначається обсягом та особливостями попиту на робочу силу, ступенем ринкової потреби у відповідних навичках, знаннях та вміннях, рівнем унікальності якості робочої сили, станом та здатністю до мобільності найманих працівників тощо.

Більшість дослідників, розглядаючи розмаїття факторів впливу на формування і підвищення конкурентоспроможності персоналу, поділяють їх на екогенні та ендогенні; локальні та глобальні; міжнародні, державні, регіональні; індивідуальні та мікроекономічного рівня; загальнооб'єктивні, соціально-демографічні, соціально-психологічні, економічну мотивацію праці тощо [4; 5; 6; 9; 10].

Вважаємо за доцільне конкретизувати фактори формування конкурентоспроможності персоналу за такими відповідними рівнями, як мета-, макро-, мікро- та індивідуальний (рис. 1). Серед факторів макрорівня, які визначають конкурентоспроможність персоналу, варто відзначити рівень розвитку економіки держави, яка має прямий зв'язок із конкурентоспроможністю персоналу. Слід зазначити, що сьогодні конкурентоспроможність економіки держави визначається передусім рівнем розвитку науки та технологій і наявністю висококваліфікованих людських ресурсів, а також можливістю

доступу та використання природних та фінансових ресурсів. У цьому контексті погоджуємося з думкою З. Варналій та О. Гармашової, що у довгостроковому періоді конкурентоспроможність держави залежить не стільки від екстенсивних, скільки від інтенсивних факторів розширеного відтворення, які забезпечуються впровадженням у виробництво досягнень української та світової науки, освоєнням нових технологій та технічних нововведень, активізацією творчої ініціативи як найманих працівників, так і організацій загалом [2, с. 141].

Отже, як на мікро-, так і на макрорівні вирішальними факторами стають інновації, які впроваджуються в маркетингову та управлінську діяльність організацій, у виробничий процес та процес розвитку персоналу тощо. У цьому контексті важливими є галузева приналежність, організаційна форма, ресурси підприємства та масштаби його діяльності.

Варто зауважити, що рівень конкурентоспроможності персоналу зумовлюється також його конкурентними перевагами, які формуються під впливом низки чинників зовнішнього та внутрішнього характеру (рис. 1). Так, зовнішні конкурентні переваги корелюють із рівнем конкурентоспроможності організації, в якій працюють наймані працівники. В умовах економіки знань конкурентоспроможність персоналу компанії проявляється у виробничій діяльності і відбивається у конкурентоспроможності товарів та послуг підприємства, відображенням рівня розвитку якої є такі показники, як продуктивність і ефективність праці, фондівіддача, кількість реалізованих інноваційних пропозицій, що відображає спроможність найманих працівників виробляти нові ідеї та реалізувати їх у виробництві.

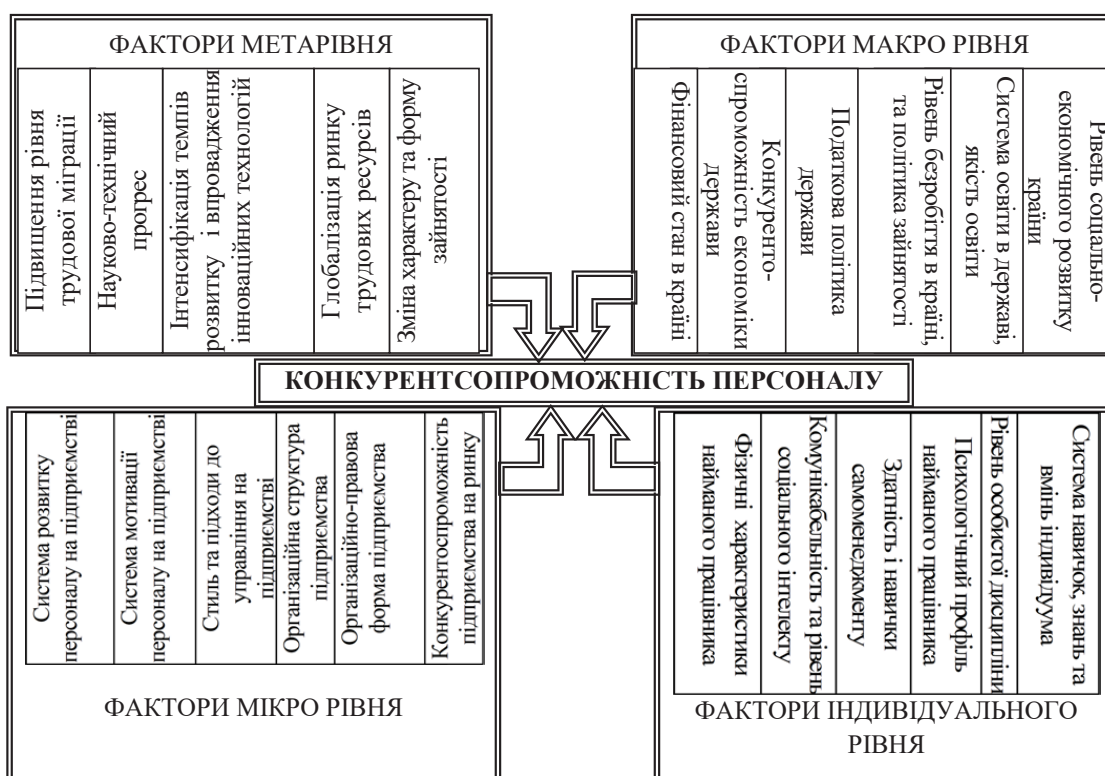


Рис. 1. Фактори формування конкурентоспроможності персоналу

Джерело: розроблено авторами з використанням джерел [1; 6; 7]



Рис. 2. Складники конкурентоспроможності найманого працівника (індивідуальний рівень)

Джерело: побудовано авторами

Внутрішні конкурентні переваги персоналу залежать від психо-фізіологічних якостей, здібностей, отриманої освіти та знань, набутих навичок і умінь, культури окремих найманих працівників.

Як відомо, конкурентна перевага персоналу – це сукупність компетенцій, які визначають кількісні і якісні характеристики праці, що створюють для підприємства чи організації певну перевагу над персоналом інших підприємств чи організацій, з якими вони конкурують у реалізації власної місії і досягненні як довгострокових, так і короткострокових цілей. Саме тому конкурентні переваги мають порівняльний та відносний характер, реалізуються у прив'язці до конкретних умов і причин та є динамічними, тобто змінюються

у часі, мають дуальну природу, оскільки джерела формування походять як від кожного окремого індивідуума, так і від елементів системи управління конкурентного підприємства.

С. Сотнікова підкреслює, що наявний персонал приводить до досягнення конкурентної переваги, коли відповідає критеріям: цінності, тобто знання і вміння працівника відповідають вимогам роботодавця; раритетності, тобто усвідомлення обмеженості джерел залучення окремих категорій кваліфікованих фахівців, керівників, робітників порівняно з потребами ринку, що приводить до конкуренції за володіння найважливішими і дефіцитними їх категоріями; неповторюваності, тобто роботодавці-конкуренти не можуть точно

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ	Макрорівень (як складова системи конкурентоспроможності держави)
	- забезпечення ефективної зайнятості; - підвищення рівня соціальної безпеки і соціальної захищеності працівників через нормативно-законодавчі й правові акти; - впровадження концепції гідної праці.
	Мезорівень (як складова конкурентоспроможності регіону/галузі)
	- покращення соціальної безпеки найманих працівників через регіональні та галузеві програми розвитку; - залучення та спрямування інвестицій у безперервний професійний розвиток на виробництві у рамках програм розвитку регіону.
	Мікрорівень (як складова конкурентоспроможності підприємства)
- покращення соціально-психологічного клімату підприємства; - формування та розвиток сильної і здорової корпоративної культури; - стимулювання інновацій, активна інноваційна політика; - підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому; - підвищення продуктивності праці та вдосконалення системи мотивації та оплати праці, оцінки та розвитку працівників; - забезпечення відповідного соціального пакету для працівників; - активізація партисипативного управління підприємством.	
Індивідуальний рівень (як складові конкурентоспроможності найманого працівника)	
- набуття нових професійних знань і прагнення до безперервного розвитку; - розвиток емоційного інтелекту; - розвиток креативного і критичного мислення; - засвоєння культури самоменеджменту, формування культури здорового способу життя.	

Рис. 3. Напрями підвищення конкурентоспроможності персоналу

Джерело: побудовано авторами

продублювати людські ресурси конкретного суб'єкта, тому що не зможуть скопіювати унікальну комбінацію процесів, процедур, особистостей, стилів, здібностей і організаційної культури, характерних для конкретної організації; незамінності, оскільки людські ресурси здатні до постійного вдосконалення і розвитку, мають унікальні знання або унікальну комбінацію знань, що дає змогу приносити більшу чи меншу додаткову цінність в умовах організації і цілком визначає ефективність її конкурентної політики [8].

В основі конкурентоспроможності персоналу лежить здатність найманих працівників організації конкурувати, яка складається з індивідуальних характеристик окремої особи (стану її здоров'я і фізичного розвитку), рівня і якості отриманої освіти та сформованих компетентностей тощо (рис. 2).

Іншою важливою складовою частиною конкурентоспроможності персоналу, яка має стійку пряму кореляцію з підвищенням конкурентоспроможності найманих працівників, є стан системи менеджменту персоналу на підприємстві, в межах якої повинні вживатися заходи щодо формування і підтримки культури здорового способу життя, запобігання випадків професійних захворювань найманих працівників, стимулюватися безперервний розвиток персоналу, підвищення рівня його відповідальності, активізація креативного та критичного мислення з метою впровадження інновацій у виробництво, вдосконалення системи мотивації на підприємстві.

Наголосимо, що конкурентоспроможність персоналу забезпечується не лише за рахунок вмілого використання індивідуальних конкурентних переваг окремих найманих працівників, але й за рахунок ефективної системи управління персоналом та підприємством загалом.

Напрями підвищення конкурентоспроможності персоналу повинні бути реалізовані в певній системі заходів, які загалом будуть спрямовані на збереження і підвищення людського потенціалу (рис. 3).

Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. З метою підвищення конкурентоспроможності персоналу доцільно реалізувати систему заходів, спрямованих на збереження та розвиток людського потенціалу вітчизняних підприємств, яка включає забезпечення ефективної зайнятості, підвищення рівня соціальної захищеності працівників, мотивацію до безперервного розвитку найманих працівників тощо. Цей перелік заходів як опосередковано, так і безпосередньо впливає на формування соціального капіталу, який визначає і конкурентоспроможність персоналу, що і є перспективним напрямом подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Борисова Н. Н. Факторный анализ конкурентоспособности персонала. *Статистика и экономика*. 2013. № 3. С. 20–24.

2. Варналій З. С., Гармашова О. П. Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення. Київ : Знання України, 2013. 378 с.

3. Грошелева О. Г., Рябцева О. Є. Нові підходи до оцінки конкурентоспроможності управлінського персоналу. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2007. № 1. С. 103–110.

4. Коломієць В. М. Місце конкурентоспроможності персоналу в системі трудових відносин підприємства. *Економіка та підприємництво. Держава та регіони*. 2006. № 4. С. 169–172.

5. Богиня Д. П. та ін. Конкурентоспроможність робочої сили в системі соціально-трудових відносин. Київ : Ін-т економіки НАН України, 2003. 214 с.

6. Даник В. М. Менеджмент персоналу / за заг. ред. В. М. Даниюка. Київ : КНЕУ, 2006. 98 с.

7. Семикіна М. В. Мотивація конкурентоспроможної праці: теорія і практика регулювання. Кіровоград : ПіК, 2003. 426 с.

8. Сотникова С. И., Немцева Ю. В. Конкурентоспособность персонала как объект управления. *Вестник Омского университета. Серия «Экономика»*. 2003. № 4. С. 68–75.

9. Фатхудинов Р. А. Управление конкурентоздатностью организации: Підручник. Київ : Кондор, 2009. 470 с.

10. Хлопова Т. В. Трудовой потенциал и конкурентоспособность работников. Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2003. 159 с.

REFERENCES

1. Bory'sova, N. N. (2013), Faktornij analiz konkurentosposobnosti personalu, *Statystyka y ekonomyka*, № 3, s. 20–24.

2. Varnalij, Z. S. and Garmashova, O. P. (2013), Konkurentospromozhnist nacionalnoyi ekonomiky: problemy ta priorytety innovacijnogo zabezpechennya, *Znannya Ukrainy*, Kyiv, 378 s.

3. Grosheleva, O. G. and Ryabceva, O. Ye (2007), Novi pidhody do ocinky konkurentospromozhnosti upravlinskogo personalu, *Ekonomichnyj visnyk Nacionalnogo girnichogo universytetu*, № 1, s. 103–110.

4. Kolomiyecz, V. M. (2006), Misce konkurentospromozhnosti personalu v systemi trudovyx vidnosyn pidpryyemstva, *Ekonomika ta pidpryyemnytstvo. Derzhava ta regiony*, № 4, s. 169–172.

5. Bogunya, D. P. and Kulikov, G. T. (2003), Konkurentospromozhnist robochoyi syly v systemi socialno-trudovyx vidnosyn, *In-t ekonomiky NAN Ukrainy*, Kyiv, s. 214.

6. Danyuk, V. M. and Petyuk, V. M. (2006), Menedzhment personalu, *KNEU*, Kyiv, s. 98.

7. Semykina, M. V. (2003), Motyvaciya konkurentospromozhnoyi praci: teoriya i praktyka regulyuvannya, *PiK, Kirovograd*, s. 426.

8. Sotnykova, S. Y and Nemceva, Yu. V. (2003), Konkurentospobnost personala kak obekt upravlenyya, *Vestnyk Omskogo unyversyteta. Seryya «Ekonomyka»*, № 4, s. 68–75.

9. Fatxudinov, R. A. (2009), Upravlinnya konkurentozdatnisty organizaciyi, *Kondor*, Kyiv, s. 470.

10. Xlopova T. V. (2003), Trudovoj potencyal y konkurentospobnost rabotnykov, *Yrkutsk*, s. 159.

Стаття надійшла до редакції 4 червня 2020 р.

УДК 336.145:631.16

Титарчук І. М.

titarchuk_ira@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-5838-974X

к.е.н., доцент кафедри виробничого та інвестиційного менеджменту,
Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

АНАЛІЗ БЮДЖЕТНИХ ПРОГРАМ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Анотація. У статті розглянуто та проаналізовано основні бюджетні програми аграрної сфери, за які було відповідальне в минулому Міністерство аграрної політики та продовольства України та сьогодні Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Визначено особливості програм, їх значимість та обсяг фінансування (без урахування програм державної підтримки). Окреслено важливі проблемні аспекти, що негативно позначаються на етапі здійснення планування та показниках виконання програм, призводячи до зниження очікуваного економічного ефекту від їх запровадження, розпорошеності державних коштів і, подекуди, невиконання бюджету. Внесено пропозиції щодо удосконалення планів формування бюджетних програм та ефективності виконання бюджету за видатками на аграрний сектор економіки України.

Ключові слова: аграрний сектор, бюджетна підтримка, бюджетна програма, Міністерство аграрної політики та продовольства України, державна аграрна політика.

Титарчук І. М.

titarchuk_ira@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-5838-974X

Ph.D., Associate Professor at Department of Production and Investment Management,
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine, Kyiv

ANALYSIS OF BUDGET PROGRAMS IN THE AGRICULTURAL SECTOR

Abstract. The article considers and analyzes the main budget programs of the agricultural sector, for which the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine was responsible in the past and today the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture of Ukraine. Study identifies the features of the programs, their significance and amount of funding (excluding government support programs). The analysis conducted in this article covers budget expenditures for the period 2014-2019 (2020-2021 forecast years) and identifies the possibility of reducing specific areas of inefficient government spending, and contains conclusions and recommendations for participants in the budget process, outlining the positive changes and identifying a number of issues that need to be addressed. Forecast data are taken from the plans formed as of April 2019. Given the time and resource constraints for the study, official published budget-related documents have become a major source of data in the preparation of this study. The article considers ten budget support programs, which have been some transformed due to changes related to the elimination of the Ministry of Agriculture. The specifics of the administration of budget programs are also taken into account, because currently the main administrator of funds for agriculture is the Ministry of Economy. Budget programs are analyzed in general and detailed by purpose, given their planned volume and financing, analyzed changes also indicate certain problems, which are created at the planning stage of budget programs and therefore require prompt intervention in the execution of the budget. Conclusions and proposals contain recommendations for improving the planning of budget programs and taking into account the systemic problems of recent years in the areas of budget support. The study of the assessment of planning of budget programs agricultural support demonstrates the need for more accurate implementation of the legislative acts in Ukraine and to build a more streamlined and efficient system for financing this sector, taking into account previous achievements and with a clear prioritization of funding for future periods.

Key words: agricultural sector, budget support, budget program, Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine, state agricultural policy.

JEL Classification: H59, Y61, Q14**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-13>

Постановка проблеми. Підтримка фінансування аграрної сфери є важливим напрямком її розвитку та масштабування. Умовно вона поділяється на підтримку загального функціонування галузі та підтримку, яка впливає безпосередньо на аграрних товаровиробників. Після скасування спецрежиму із ПДВ, прямі субсидії з бюджету стали основним інструментом підтримки

сільгоспвиробників в Україні (дозволена в межах СОТ), а держдопомога на рівні 1% аграрного ВВП – єдина, фактично, допомога держави галузі, яка, до того ж, надається не в повному обсязі та із суттєвими затримками. Але виконання бюджетних програм безпосередньо закріплених за апаратом Мінагрополітики, а наразі за Мінекономіки, також потребує детального аналізу та

формування ефективної політики планування витрат, адже від цього багато в чому залежить результат реалізації загальної державної аграрної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджень, що розкривають особливості здійснення бюджетного фінансування аграрної сфери багато, вони містять поради та пропозиції по ефективності державної підтримки та бюджетного фінансування. На важливості державної підтримки аграрної сфери, зважаючи на її особливості, наголошує у своїх дослідженнях С. Гасанов [1]. Ми погоджуємось із тезами автора в частині розмежування понять державна підтримка та бюджетна підтримка, тому наше дослідження направлене на аналіз бюджетних програм, не пов'язаних безпосередньо з виробником, але які опосередковано впливають на ефективність його діяльності.

У 2017 році з бюджету виділялись великі суми коштів для виробників продукції тваринництва, але згідно дослідження Центру економічної стратегії це негативно вплинуло на розвиток компаній, не забезпечуючи реального захисту від банкрутства та перешкоджаючи їх розвитку, зменшило внутрішнього запасу сільськогосподарської продукції, збільшилася частка експорту сировини, виникла перешкода в інклюзивному зростанні сектору через проблеми надання основної частки фондів підтримки чотирьом найбільшим виробникам в тому числі [2]. Тобто запланованого результату не було досягнуто, тому варто детально аналізувати.

Європейська комісія, дослідивши вплив COVID-19 на діяльність аграрних виробників, запропонувала ряд програм по їх підтримці, в яких визначено важливі результативні показники попередження негативного стану та підтримки в часи пандемії. Такі показники можуть бути базовими та слугувати прикладом в деяких бюджетних програмах підтримки українських виробників [3].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз бюджетних програм, які виконувались апаратом Мінагрополітики в минулому та апаратом Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України сьогодні.

Виклад основного матеріалу. Міністерство аграрної політики та продовольства України довгий час було є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого забезпечувала [4]:

- формування та реалізацію державної аграрної політики, державної політики у сферах сільського господарства та з питань продовольчої безпеки держави, охорони прав на сорти рослин, тваринництва, насінництва та розсадництва;

- формування та реалізацію державної політики у сферах рибного господарства та рибної промисловості, охорони, використання та відтворення водних біоресурсів, регулювання рибальства та безпеки мореплавства суден флоту рибного господарства, лісового та мисливського господарства, ветеринарної медицини, безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, у сферах карантину та захисту рослин, у сфері топографо-геодезичної і картографічної діяльності, земельних відносин, землеустрою, у сфері Державного земельного кадастру, державного нагляду (контролю) в агропромисловому комплексі в частині дотримання земельного законодавства, використання та охорони земель усіх категорій і форм власності, родючості ґрунтів;

- формування державної політики у сфері нагляду (контролю) у системі інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу.

За підсумками 2018 року понад 40,7 % усіх видатків бюджетних програм апарату Мінагрополітики склали видатки розвитку (рис. 1).

За 2014-2019 роки цей показник коливався в межах від 32,3 % до 46,1 %. Цей рівень є одним з найвищих

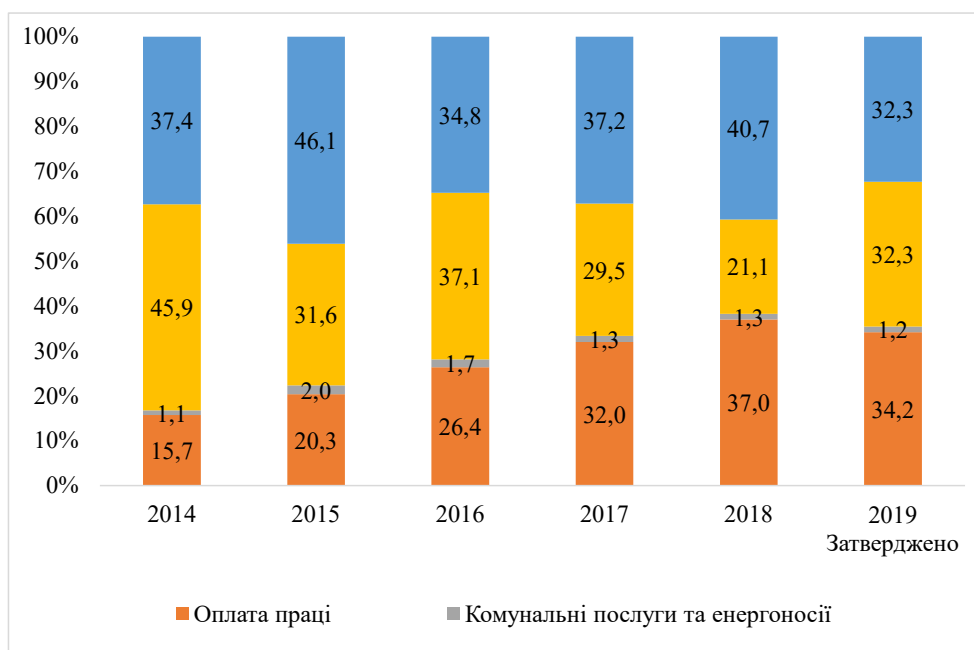


Рис. 1. Економічна структура видатків бюджетних програм, які виконувались апаратом Мінагрополітики (без урахування програм державної підтримки)

Джерело: сформовано станом на 04.2019 на основі [5; 6; 7]

**Структура бюджетних програм, які виконувались апаратом Мінагрополітики
(без урахування програм державної підтримки) у 2018 р., млн грн**

Найменування	Затверджено на початок року	Затверджено зі змінами	Факт
Загальне керівництво та управління у сфері агропромислового комплексу	163,0	183,0	162,2
Дослідження, прикладні наукові та науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням у сфері розвитку агропромислового комплексу, підготовка наукових кадрів, наукові розробки у сфері стандартизації та сертифікації сільськогосподарської продукції, дослідження та експериментальні розробки у сфері агропромислового комплексу	132,6	205,5	185,7
Підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації робітничих кадрів, підвищення кваліфікації фахівців агропромислового комплексу	21,6	23,5	21,7
Ліквідація та екологічна реабілітація території впливу гірничих робіт державного підприємства «Солотвинський солерудник» Тячівського району Закарпатської області	8,5	8,5	3,9
Організація і регулювання діяльності установ в системі агропромислового комплексу та забезпечення діяльності Аграрного фонду	128,4	142,8	123,1
Витрати Аграрного фонду пов'язані з комплексом заходів із зберігання, перевезення, переробки та експортом об'єктів державного цінового регулювання державного інтервенційного фонду	52,2	52,2	0,0
Формування Аграрним фондом державного інтервенційного фонду, а також закупівлі матеріально-технічних ресурсів для потреб сільськогосподарських товаровиробників	894,0	894,0	0,0
Розвиток електронного урядування у сфері агропромислового комплексу	0,0	2,0	2,0
Виконання судових рішень, що набрали законної сили, в частині стягнення фінансових зобов'язань на користь суб'єктів господарювання та фізичних осіб	0,0	0,1	0,1
Всього	1 400,3	1 511,6	498,7

Джерело: сформовано станом на 04.2019 на основі [5; 6; 7]

серед усіх відповідальних виконавців бюджетних програм колишнього Мінагрополітики.

У 2018 році апарат Мінагрополітики був відповідальний за виконання 9-ти бюджетних програм (без урахування програм державної підтримки). Їх загальний обсяг фінансування склав 498,7 млн грн (табл. 1).

Розглянемо детальніше ці бюджетні програми в складі колишнього Мінагрополітики та Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України як головного розпорядника коштів сьогодні.

Як демонструють дані таблиці, у 2018 році на бюджетну програму «Загальне керівництво та управління у сфері агропромислового комплексу» було спрямовано 162,2 млн грн (рис. 2), що у 4,4 рази більше ніж у 2014 році. І у планах поданих у 2019 році було визначено суми необхідні на фінансування цього напрямку до 2021 р. (станом на квітень 2019 р.) [8].

На 2019 рік фінансування цієї програми було заплановано суму 176,2 млн грн. Це складало 12,3 % обсягу усіх бюджетних програм, які виконувались апаратом Мінагрополітики (без урахування програм державної підтримки). При цьому загальна потреба розрахована Мінагрополітики складала 270,3 млн грн. За даними наведеними у бюджетному запиті, додаткові кошти потрібні, зокрема, на повне забезпечення оплати праці працівників апарату Мінагрополітики, на сплату членських внесків до Міжнародної ради по зерну, Міжнародної організації по цукру, Міжнародної організації виноградарства і виноробства, Міжнародного союзу з охорони прав на сорти рослин, для виконання ремонту, утеплення та оздоблення зовнішніх стін адмінбудинку

Мінагрополітики. Відтак наведені дані свідчать, що обсяги фінансування цієї програми щорічно збільшуються, водночас потреба розрахована Мінагрополітики не покривалась у повному обсязі. У 2019 році Постановою від 2 вересня Мінгарополітики приєднано до Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства, тому усі витрати передані до цього Міністерства, як головного розпорядника бюджетних коштів на аграрний напрям [9]. Витрати на керівництво та управління у сфері розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства у 2020 році становлять близько 628,1 млн грн [10].

Основні пріоритети напрямку бюджетної програми «Дослідження, прикладні наукові та науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням у сфері розвитку агропромислового комплексу, підготовка наукових кадрів, наукові розробки у сфері стандартизації та сертифікації сільськогосподарської продукції, дослідження та експериментальні розробки у сфері агропромислового комплексу» закладені у нормах Положення №1119 [4]. У 2017 році аудиторським дослідженням встановлено відсутність дотримання цих пріоритетів. Учасники цієї програми не завжди узгоджували свої тематичні плани із Мінагрополітики, а останнє неналежно виконувало функції координатора діяльності наукових та науково-дослідних установ [11].

У 2018 році на виконання цієї програми було спрямовано 185,7 млн грн (рис. 3), що становить 90,4 % від запланованого з урахуванням змін річного обсягу.

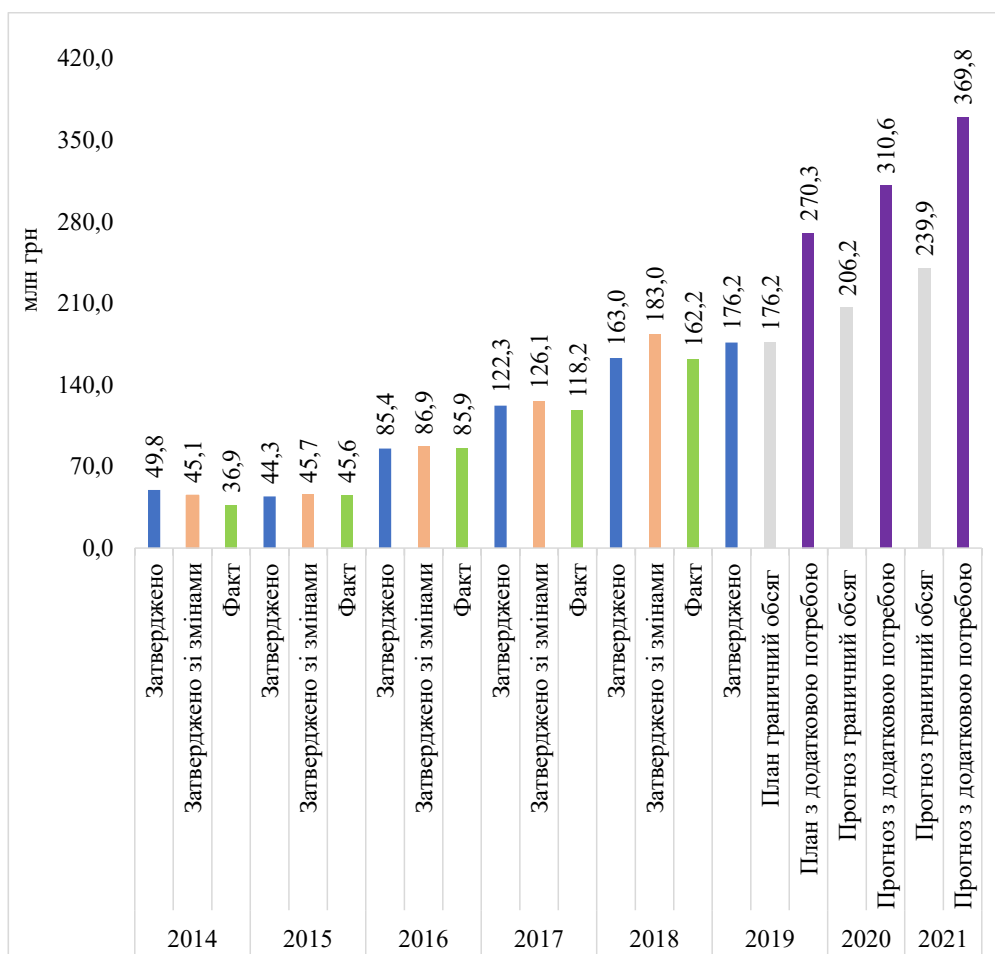


Рис. 2. Загальне керівництво та управління у сфері агропромислового комплексу
 Джерело: сформовано станом на 04.2019 на основі [5; 6; 7]

У 2018 році весь обсяг цієї програми спрямовувався на видатки розвитку. Програма виконувалась за такими напрямками:

- прикладні науково-технічні розробки в системі інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу, машиновикористання та технічного регулювання;
- проведення випробувань для формування Державного реєстру та реєстру технічних засобів;
- прикладні науково-дослідні розробки з експертизи та оптимізації систем технологічних операцій і комплексів машин;
- прикладні науково-дослідні розробки галузевих систем економічних норм і нормативів та методик для ефективного використання виробничого потенціалу агропромислового комплексу та інших наукових і аналітичних досліджень у сфері сталого розвитку агропрому;
- прикладні наукові дослідження з обстеження сільськогосподарських угідь;
- прикладні науково-дослідні розробки з проведення досліджень ґрунтів, якості сільськогосподарської продукції, сировини та добрив, екологічні дослідження об'єктів довкілля;
- прикладні наукові та науково-технічні розробки та послуги у сфері розвитку спиртової галузі, виробництва алкогольних та безалкогольних напоїв, оцінки відповідності та розроблення галузевих норм і нормативів.

На 2019 рік її обсяг скорочено до 143,0 млн грн. Водночас потреба розрахована Мінагрополітики складала 247,3 млн грн. Аналіз витрат на виконання досліджень і розробок за галузями наук та секторами діяльності у 2019 р. свідчить, що якщо у підприємницькому секторі надають перевагу технічним наукам, частка яких у загальному обсязі витрат на дослідження і розробки цього сектору становить 88,2 %, то у державному секторі перше місце за обсягом витрат належить природничим наукам (39,0 %). У сільськогосподарській галузі науки за 2019 р. було здійснено досліджень та розробок на суму 963,3 млн грн [12, с. 12].

А у 2020 році у Державному бюджеті взагалі не закладено коштів на фінансування програми «Дослідження, прикладні наукові і науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням, підготовка наукових кадрів та фінансова підтримка розвитку наукової інфраструктури у сфері економічного розвитку», яка могла б частково покривати потреби в наукових дослідженнях у аграрному напрямку. Разом з тим виділено кошти на програму «Наукова і науково-технічна діяльність у сфері розвитку агропромислового комплексу, стандартизації та сертифікації сільськогосподарської продукції» в розмірі 136,7 млн грн.

На бюджетну програму «Підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації робітничих кадрів,

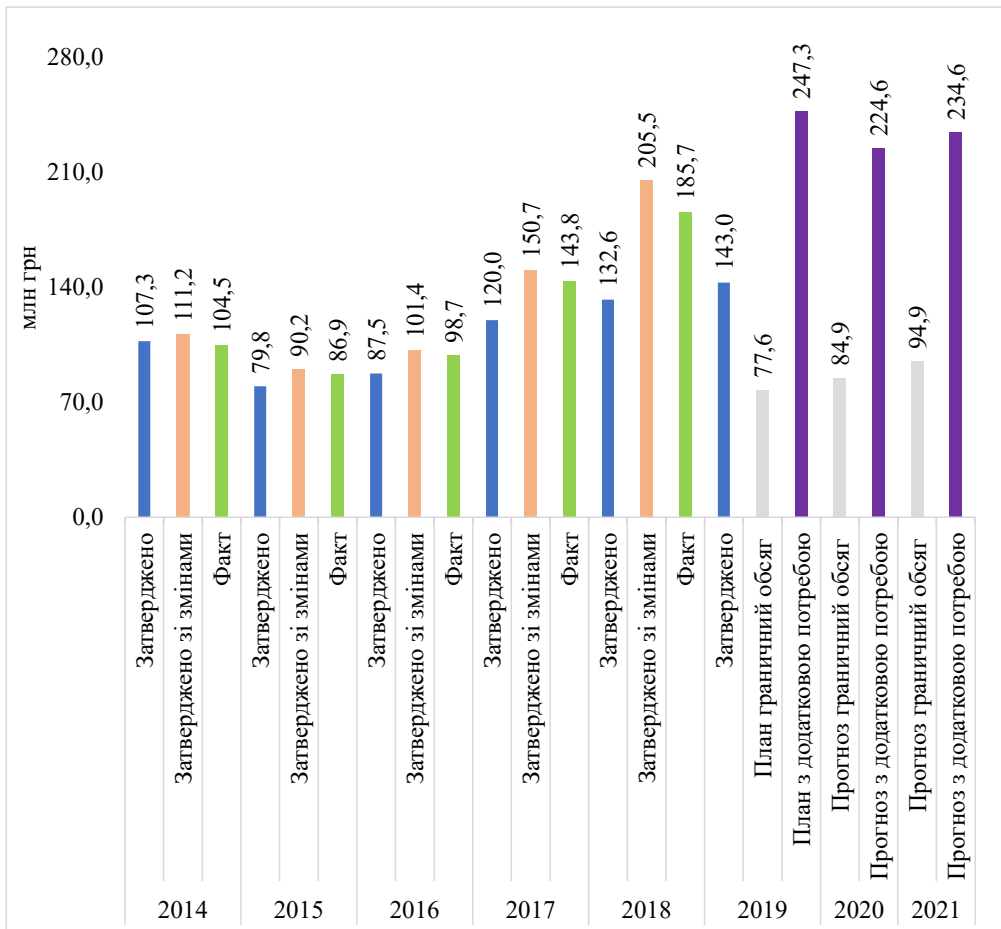


Рис. 3. Дослідження, прикладні наукові та науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням у сфері розвитку агропромислового комплексу, підготовка наукових кадрів, наукові розробки у сфері стандартизації та сертифікації сільськогосподарської продукції, дослідження та експериментальні розробки у сфері агропромислового комплексу
 Джерело: сформовано станом на 04.2019 на основі [5; 6; 7]

підвищення кваліфікації фахівців агропромислового комплексу» у 2018 році було спрямовано 21,7 млн грн (рис. 4), що становить 92,3 % запланованого з урахуванням змін річного обсягу фінансування. Цей обсяг фінансування лише на 5,3 % вище, ніж було спрямовано на виконання цієї програми у 2014 році.

На 2019 рік для фінансування цієї програми заплановано 24,0 млн грн, і цей обсяг є вищим за додаткову потребу розраховану Мінагрополітики при формуванні бюджетних запитів (потреба складала 19,0 млн грн). У 2020 році витрати на цей напрям зафіксовані у державному бюджеті склали 23,9 млн грн, що більше запланованої у 2019 р. додаткової потреби на 2 млн. Така ситуація потребує детального аналізу та вивчення аргументів, які призвели до підвищення обсягів фінансування у розмірах більших, ніж розрахована попередня потреба, і чому така ситуація повторюється з року в рік.

На фінансування бюджетної програми «Ліквідація та екологічна реабілітація території впливу гірничих робіт державного підприємства «Солотвинський солерудник» Тячівського району Закарпатської області»

у 2018 році було спрямовано 3,9 млн грн (рис. 5), що становить 45,9 % запланованого обсягу на рік. Аналогічна ситуація з виконанням плану спостерігалась і у 2017 році.

На 2019 рік за цією програмою було заплановано фінансування у сумі 6,8 млн грн. Водночас загальна потреба розрахована Мінагрополітики майже у 10 разів більша і складає 65,7 млн грн. Граничні обсяги визначені у 2019 році на наступні два роки теж майже вдвічі менші за додаткову потребу. У 2020 році у Державному бюджеті на цю програму виділено 10,2 млн грн.

Загалом фінансування цієї програми не відповідає профільній діяльності Мінагрополітики, та аграрному напрямку і мало би бути передано іншим головним розпорядникам державного бюджету, для яких така діяльність є профільною. Низький обсяг фінансування цієї програми не дозволяє проводити роботи навіть на мінімальному рівні. Так у 2016 році Управлінням внутрішнього аудиту Мінагрополітики було проведено аудит діяльності державного підприємства «Виробнича дирекція з ліквідації Солотвинського солерудника» [13]. Аудитом встановлено,

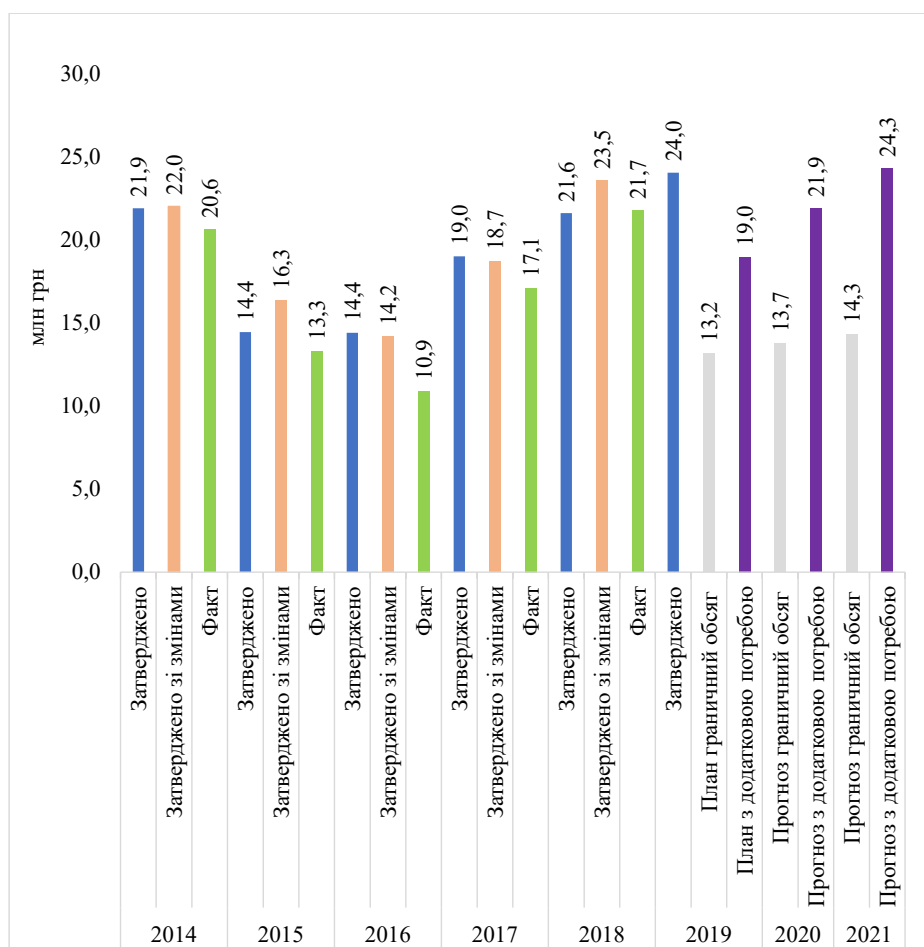


Рис. 4. Підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації робітничих кадрів, підвищення кваліфікації фахівців агропромислового комплексу за 2014-2021 роки

Джерело: сформовано станом на 04.2019 на основі [5; 6; 7]

що не виконання основної мети створення підприємства, спричинене недостатнім бюджетним фінансуванням програми, яке у 2013 році становило 14,5 % від потреби, у 2014 році – 4,2 % від потреби, у 2015 році – 3,1 % від потреби, за 9 місяців 2016 року – 3,0 % від потреби. При систематичному недофінансування зазначеної бюджетної програми впродовж 2013-2016 років, виконання заходів (робіт), передбачених проектом «Ліквідація та екологічна реабілітація території впливу гірничих робіт державного підприємства «Солотвинський солерудник» не проводилося (за винятком робіт, які проводяться власними силами підприємства по очищенню водовідливних каналів в штольнях «Тиса», «Південна», «Східна», а також поточний ремонт елементів кріплення вказаних штолень та інших, які відносяться до загальнопромислових витрат), що не сприяє відновленню безпеки життєдіяльності населення смт. Солотвино, зумовлює ризики подовження визначених нормативних термінів їх виконання та, як наслідок, можливого збільшення вартості робіт у майбутньому.

У 2018 році на фінансування бюджетної програми «Організація і регулювання діяльності установ в системі агропромислового комплексу та забезпечення діяльності Аграрного фонду» було спрямовано 123,1 млн грн (рис. 6).

Це становить 86,2 % запланованого річного обсягу, та найбільше порівняно з попередніми роками дослідження.

В межах цієї програми здійснювалось фінансування таких напрямів:

- забезпечення діяльності Українського інституту експертизи сортів рослин;
- забезпечення діяльності Українського державного фонду підтримки фермерських господарств та його регіональних відділень;
- забезпечення діяльності ДСБУ «Аграрний фонд»;
- забезпечення діяльності бюджетних установ: Центральна лабораторія виноробної промисловості, Українська державна контрольно-виробнича лабораторія продуктів м'ясної і молочної промисловості, Центральна науково-технічна бібліотека харчової і переробної промисловості.

На 2019 рік обсяг цієї програми склав 141,7 млн грн, що перевищує додаткову потребу розраховану Мінагрополітики при формуванні бюджетних запитів, а у 2020 році сума зафіксована у державному бюджеті склала 148,4 млн. грн. Така ситуація потребує детального аналізу та вивчення аргументів, які призвели до підвищення обсягів фінансування у розмірах більших, ніж розрахована потреба.

У 2018 році на бюджетну програму «Витрати Аграрного фонду пов'язані з комплексом заходів із збе-

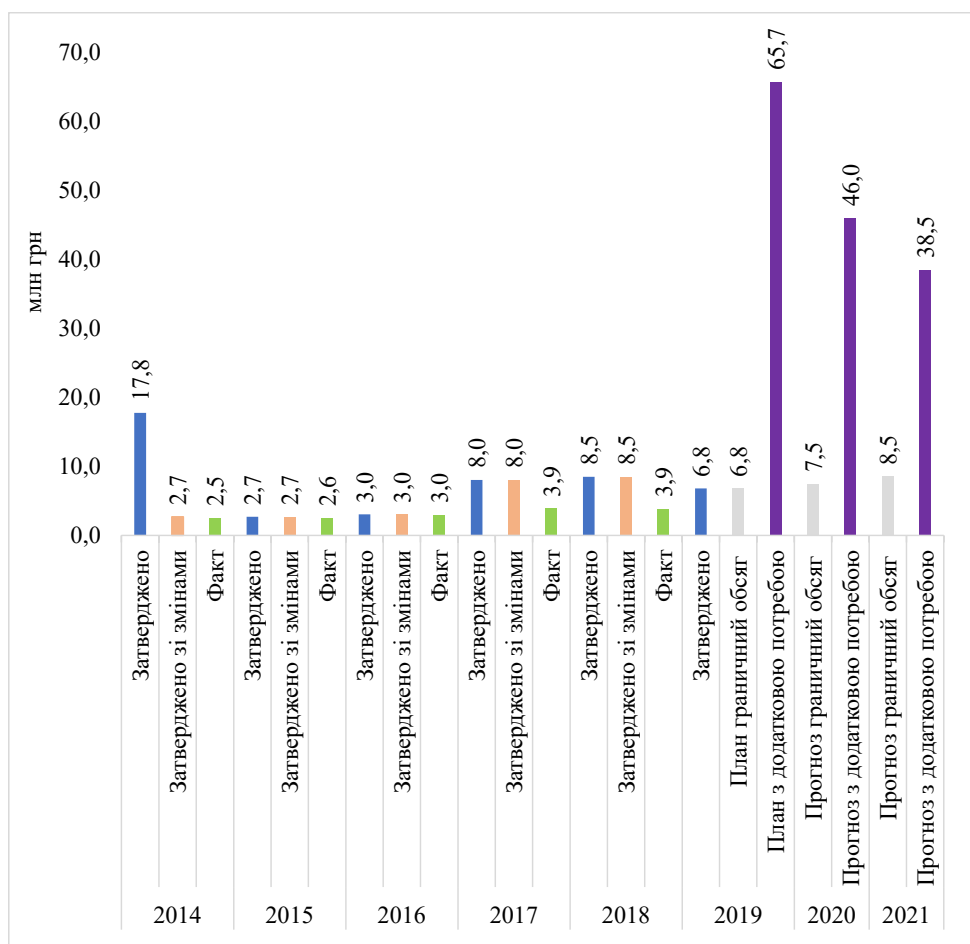


Рис. 5. Ліквідація та екологічна реабілітація території впливу ґричних робіт державного підприємства «Солотвинський солерудник» Тячівського району Закарпатської області

Джерело: сформовано станом на 04.2019 на основі [5; 6; 7]

рігання, перевезення, переробки та експортом об'єктів державного цінового регулювання державного інтервенційного фонду» було заплановано спрямувати 52,2 млн грн, однак фактичного фінансування не було виділено (рис. 7).

В попередніх роках її виконання характеризувалось досить низькими показниками освоєння запланованих коштів.

Згідно пояснень наведених при підготовці бюджетного запиту, у 2017 році кошти цієї програми були списані казначейською службою з рахунку ДСБУ «Аграрний фонд» на підставі рішень суду за зобов'язаннями, пов'язаними із зберіганням та перевезенням зерна та цукру-піску за минулі роки. Процедури з конкурсних торгів на закупівлю послуг щодо зберігання об'єктів державного цінового регулювання ДСБУ «Аграрний фонд» не проводились, через відсутність затверджено в установленому порядку паспорта бюджетної програми. Переробка, переміщення та експорт об'єктів державного цінового регулювання протягом 2017 року ДСБУ «Аграрний фонд» не проводились.

У 2018 році фінансування ДСБУ «Аграрний фонд» не проводилось, через відсутність затвердженого в установленому порядку паспорта бюджетної програми, у зв'язку із чим казначейська служба не мала можли-

вості списувати з рахунку ДСБУ «Аграрний фонд» на підставі рішень суду за зобов'язаннями, пов'язаними із зберіганням зерна та цукру-піску за минулі роки.

У зв'язку з наведеним, на 2019 рік ДСБУ «Аграрний фонд» потребує 53,0 млн грн на відшкодування витрат пов'язаних з комплексом заходів із зберігання, перевезення, переміщення, переробки об'єктів державного цінового регулювання державного інтервенційного фонду. У 2020 році у бюджеті виділено 89,1 млн грн на цю програму.

В межах бюджетної програми «Формування Аграрним фондом державного інтервенційного фонду, а також закупівлі матеріально-технічних ресурсів для потреб сільськогосподарських товаровиробників» здійснюється надання та повернення кредитів з/до державного бюджету. Останніми роками фактичне виконання програми майже не здійснювалось попри встановлені досить значні планові показники (рис. 8).

В межах цієї програми мало здійснюватися надання кредитних коштів для закупівлі ДСБУ «Аграрний фонд» об'єктів державного цінового регулювання до державного інтервенційного фонду (Державний інтервенційний фонд – фонд, який формується Аграрним фондом за рахунок фінансових інтервенцій, заставних, форвардних і ф'ючерських закупівель та використову-

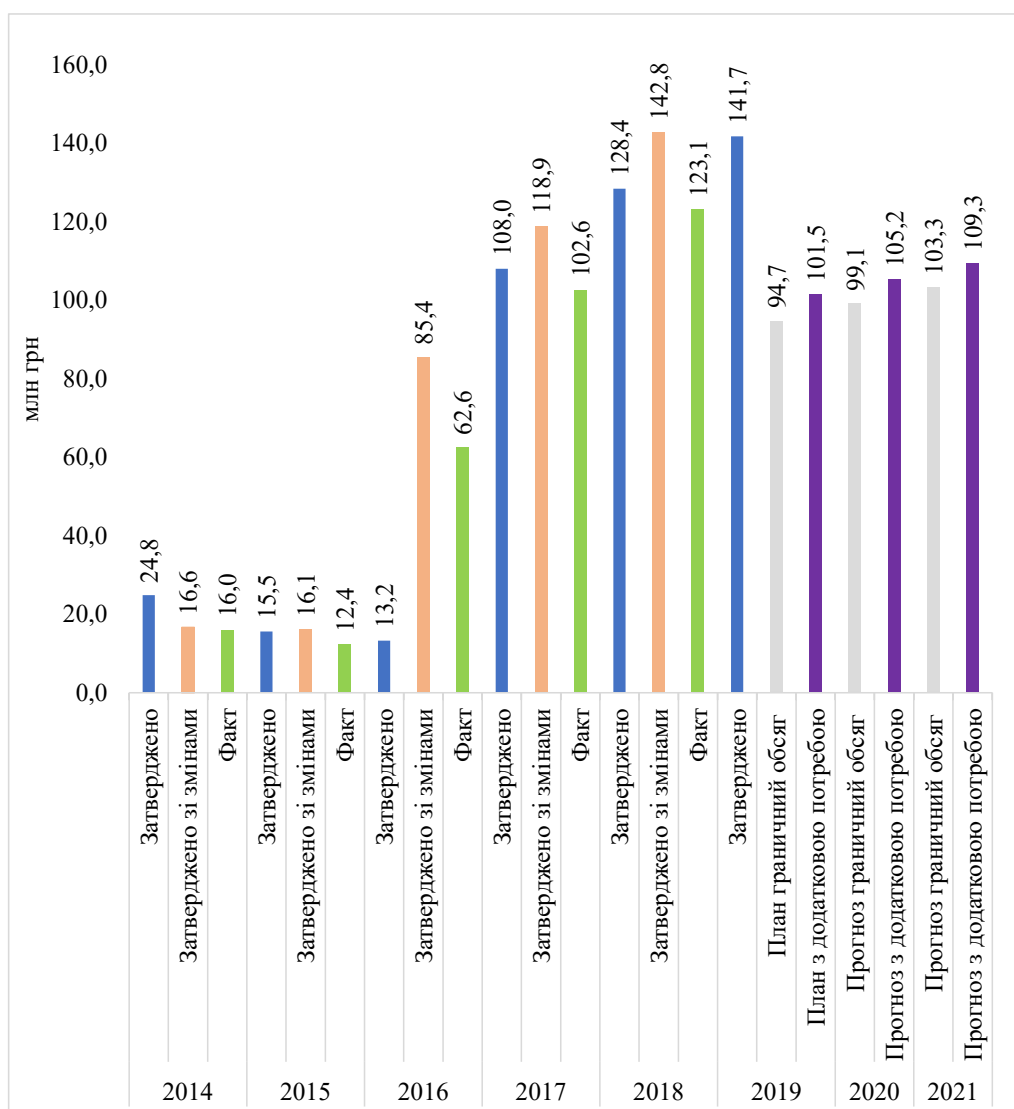


Рис. 6. Організація і регулювання діяльності установ в системі агропромислового комплексу та забезпечення діяльності Аграрного фонду (сформовано за станом на 04.2019 р.)

Джерело: сформовано станом на 04.2019 на основі [5; 6; 7]

ється для здійснення товарних інтервенцій з метою забезпечення цінової стабільності. ДСБУ «Аграрний фонд» формує державний інтервенційний фонд, який стосовно кожного об'єкта державного цінового регулювання не може бути меншим ніж 20 % обсягів їх річного внутрішнього споживання за попередній маркетинговий період [14]. Водночас джерелом фінансування цієї бюджетної програми є повернення коштів, наданих раніше на формування ДСБУ «Аграрний фонд» державного інтервенційного фонду для закупівлі матеріально-технічних ресурсів для потреб сільськогосподарських товаровиробників. Однак у 2017–2018 роках такого повернення не здійснювалось, відтак – кредити не надавались.

Згідно пояснень наведених при підготовці бюджетного запиту на 2019 рік, у зв'язку з недостатнім рівнем фінансових ресурсів, формування державного інтервенційного фонду об'єктами державного цінового регулювання протягом 2017 року не проводилось. Також

формування державного інтервенційного фонду не проводилось оскільки Аграрний фонд підпадав під дію Закону України «Про здійснення державних закупівель» [15] та з 01.08.2016 року під дію Закону України «Про публічні закупівлі» [16], що суперечить Закону України «Про державну підтримку сільського господарства України» [14].

На сьогоднішній день це питання й досі не врегульовано. Відтак формування державного інтервенційного фонду Аграрним фондом у наступних роках буде можливим лише після усунення правової колізії щодо здійснення закупівлі об'єктів державного цінового регулювання, тобто усунення протиріч норм Законів України «Про державну підтримку сільського господарства України» та «Про публічні закупівлі». У 2020 році на цю програму коштів також не виділено.

Бюджетна програма «Розвиток електронного урядування у сфері агропромислового комплексу» вже двічі «з'являлась» в бюджеті апарату Мінагрополітики. Від-

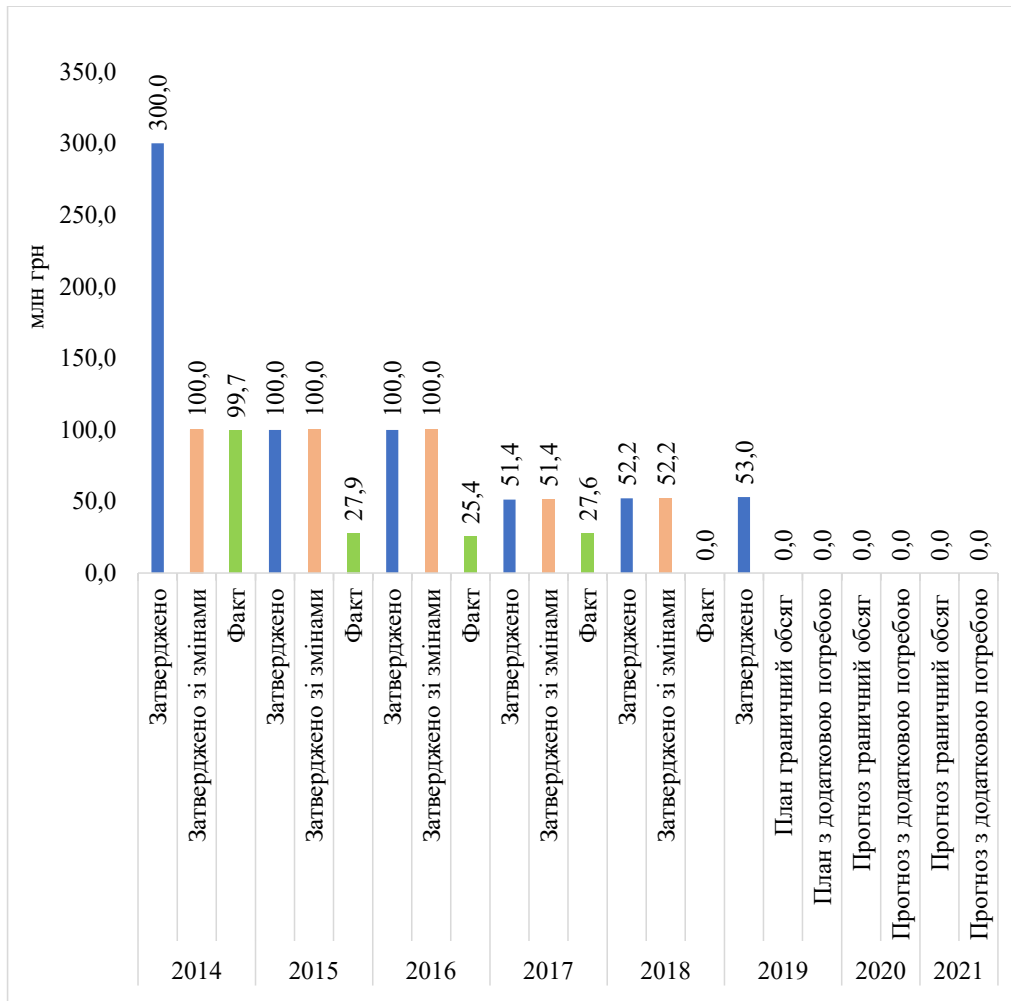


Рис. 7. Витрати Аграрного фонду пов'язані з комплексом заходів із зберігання, перевезення, переробки та експортом об'єктів державного цінового регулювання державного інтервенційного фонду за 2014-2021 роки

Джерело: сформовано станом на 04.2019 на основі [5; 6; 7]

повідні зміни приймалися наприкінці 2017-2018 років. При цьому ні на початок 2018 року, ні в плані на 2019 рік фінансування такої програми не було передбачено. За 2017 рік на її фінансування було спрямовано 1,8 млн грн, у 2018 році – 2,0 млн грн. У 2020 році кошти на цю програму у державному бюджеті не передбачено.

Згідно затвердженого порядку бюджетні кошти цієї програми спрямовуються на запровадження системи електронного документообігу, зокрема створення і впровадження локальних комп'ютерних мереж та придбання комп'ютерної та офісної техніки для розвитку електронного урядування.

Така практики фінансування цієї програми унеможливує прогнозування результатів, не дозволяє оцінити рівень впровадження та ефективність роботи системи електронного документообігу.

Бюджетна програма «Виконання судових рішень, що набрали законної сили, в частині стягнення фінансових зобов'язань на користь суб'єктів господарювання та фізичних осіб» також з'явилась в бюджеті апарату Мінагрополітики наприкінці 2018 року. На її фінансування було спрямовано 50,0 тис грн, що відповідає повному обсягу запланованому на рік.

Аналіз виконання бюджетних програм апарату головних розпорядників бюджетних коштів, спрямованих на аграрний сектор (без урахування бюджетних програм державної підтримки) показав, що на сьогодні існують питання, які потребують врегулювання, як на законодавчому рівні, так і детального аналізу в середині відповідального міністерства.

Висновки. Протягом багатьох років можна помітити деякі важливі факти, що викривають проблеми із бюджетним плануванням. Існування певної програми розвитку аграрного сектору на порядку денному уряду є нестабільним та їй бракує тривалості. Бюджетні програми часто недофінансовуються та є несистемними, а недофінансування щороку виправдовуються новими причинами (пізні затвердження Порядків, зміна напрямків підтримки та керівництва напрямку, ліквідація головного розпорядника коштів, посуха, коронавірус, тощо). Особливої уваги потребують бюджетні програми, які затверджені в обсягах більших ніж розрахована потреба. Таке планування не дозволяє оцінити доцільність та актуальність виділення бюджетних коштів, а відтак не сприяє їх ефективному використанню. Також потрібно провести детальний аналіз

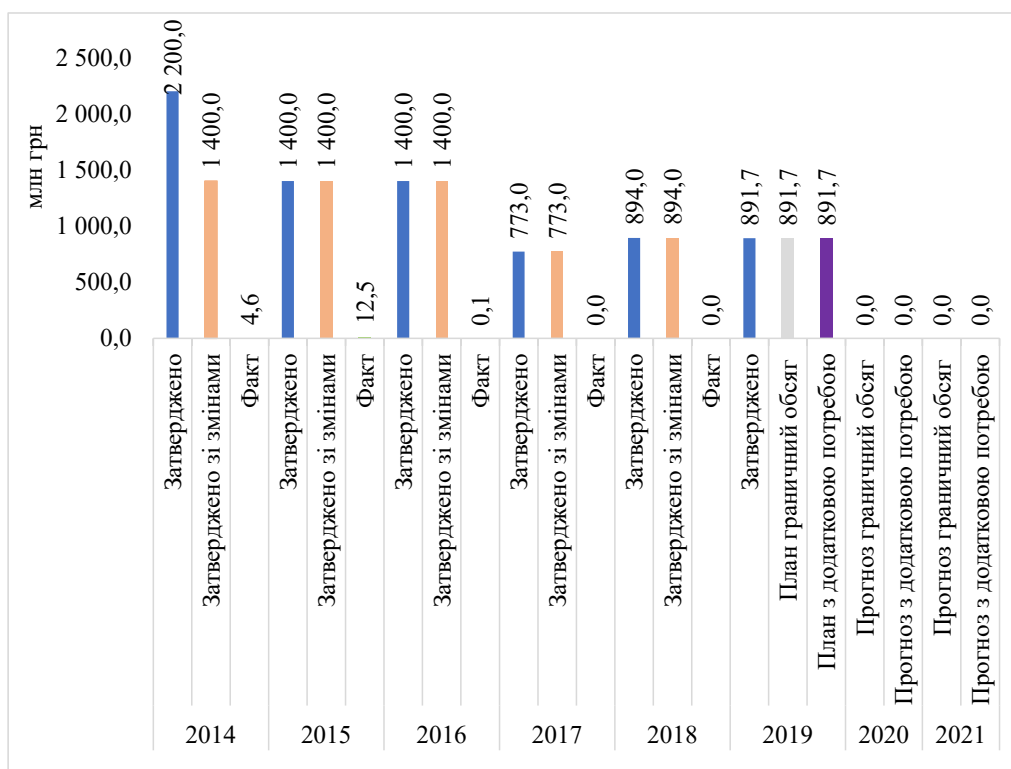


Рис. 8. Формування Аграрним фондом державного інтервенційного фонду, а також закупівлі матеріально-технічних ресурсів для потреб сільськогосподарських товаровиробників (надання кредитів)

Джерело: сформовано станом на 04.2019 на основі [5; 6; 7]

програм, які з'являються наприкінці року і не мають постійного фінансування, адже це не сприяє ефективному використанню коштів та знову зменшує довіру до бюджетного процесу, а також завдає шкоди передбачуваності фінансування. Це означає, що український уряд та відповідальний розпорядник бюджетних коштів, зокрема, не мають довготермінової стратегії використання бюджетних коштів на підтримку сільського господарства та розвиток сільських територій. Тобто Україна потребує офіційно затвердженої Стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій, яка б врегульовувала основні моменти планування та використання фінансових ресурсів та окреслювала напрям руху аграрного сектору.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гасанов С. Теоретична сутність державної підтримки сільського господарства в системі державного регулювання аграрного сектору. *Український журнал "Економіст"*. 2014. № 7. С. 16–17.
2. Centre for economic strategy. Which model of agricultural sector support does Ukraine need. 2018. URL: <https://ces.org.ua/en/which-model-of-agricultural-sector-support-does-ukraine-need/> (дата звернення: 03.08.2020).
3. European Commission. Supporting the agriculture and food sectors amid Coronavirus. 2020. URL: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/coronavirus-response_en (дата звернення: 03.08.2020).
4. Про затвердження Положення про Міністерство аграрної політики та продовольства України: Постанова Кабінету Міністрів України від 25 листопада 2015 р. № 1119 / Кабі-

нет Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1119-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 01.03.2019).

5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.03.2019).

6. Офіційний сайт Державної казначейської служби України. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/2019-2> (дата звернення: 01.03.2019)

7. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <https://cutt.ly/EtvGXrO> (дата звернення: 01.03.2019).

8. Лівінгстоун К. та ін. Огляд державних витрат на аграрний сектор та розвитку села: аналіз та прогнозування. Київ: Проект ЄС «Підтримка впровадження сільськогосподарської та продовольчої політики», 2019, 160 с.

9. Деякі питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади: Постанова Кабінету Міністрів України від 02 вересня 2019 р. № 829 / Кабінет Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/nras/deyaki-pitannya-optimizaciyi-sistem-829> (дата звернення: 08.08.2020).

10. Про Державний бюджет України на 2020 рік: Закон України від 14 листопада 2019 р. № 294-IX / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/294-20/ed20191114#Text> (дата звернення: 08.08.2020).

11. Аудиторський звіт за результатами державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм Міністерством аграрної політики та продовольства України за період з 01.01.2015 по 30.06.2017 № 07-21/6 / Державна Аудиторська служба України. URL: <https://goo.su/24nx> (дата звернення: 01.03.2019).

12. Міністерство освіти і науки України. Наукова та науково-технічна діяльність в Україні у 2019 році. 2020. URL: <https://cutt.ly/dfQnzlP> (дата звернення: 08.08.2020).

13. Про проведення позапланового аудиту відповідності діяльності державного підприємства «Виробнича дирекція з ліквідації Солотвинського солерудника»: Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України №375 від 11 жовтня 2016 р. / Міністерство аграрної політики і продовольства України. URL: <https://cutt.ly/lffThpk> (дата звернення: 01.03.2019).

14. Про державну підтримку сільського господарства України: Закон України № 1877-IV від 24 червня 2004 р. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15/ed20040624#Text> (дата звернення: 01.03.2019).

15. Про здійснення державних закупівель: Закон України №1197-VII від 10 квітня 2014 р. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1197-18/ed20140410#Text> (дата звернення: 01.03.2019).

16. Про публічні закупівлі: Закон України № 922-VIII від 25 грудня 2015 р. / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19/ed20151225#Text> (дата звернення: 01.03.2019).

REFERENCES

1. Hasanov, S. (2014), "Teoretychna sutnist derzhavnoi pidtrymky silskoho hospodarstva v systemi derzhavnoho rehuliuвання ahrarnoho sektoru", *Ukrayinskyj zhurnal "Ekonomist"*, vol. 7, pp. 16–17.

2. Centre for economic strategy (2018), "Which model of agricultural sector support does Ukraine need?", available at: <https://ces.org.ua/en/which-model-of-agricultural-sector-support-does-ukraine-need/> (accessed 3 August 2020).

3. European Commission (2020), "Supporting the agriculture and food sectors amid Coronavirus", available at: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/coronavirus-response_en (accessed 3 August 2020).

4. Cabinet of Ministers of Ukraine (2015), "Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the Regulation on the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine"", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1119-2015-%D0%BF#Text> (accessed 1 March 2019).

5. The official site of State Statistics Service of Ukraine (2019), "Statistical materials", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 1 March 2019).

6. The official site of State Treasury Service of Ukraine (2019), "Statistical materials", available at: <https://www.treasury.gov.ua/ua/filestorage/2019-2> (accessed 1 March 2019).

7. The official site of Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2019), "Statistical materials", available at: <https://cutt.ly/EtvGXrO> (accessed 1 March 2019).

8. Livinhstoun, K. (2019), "Review of public spending on the agricultural sector and rural development: analysis and forecasting", (unpublished), p. 160.

9. Cabinet of Ministers of Ukraine (2019), "Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "Some issues of optimization of the system of central executive bodies"", available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/deyaki-pitannya-optimizaciyi-sistem-829> (accessed 8 August 2020).

10. The Verkhovna Rada of Ukraine (2019), The Law of Ukraine "On the State Budget of Ukraine for 2020"", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/294-20/ed20191114#Text> (accessed 8 August 2020).

11. The State Audit Service of Ukraine (2017), "Audit report on the results of the state financial audit of the implementation of budget programs by the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine for the period from 01.01.2015 to 30.06.2017 № 07-21/b", available at: <https://goo.su/24nx> (accessed 1 March 2019).

12. Ministry of Education and Science of Ukraine (2020), "Scientific and scientific-technical activity in Ukraine in 2019", available at: <https://cutt.ly/dfQnzIP> (accessed 8 August 2020).

13. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine (2016), "Order of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine "On conducting an unscheduled audit of compliance with the activities of the state enterprise "Production Directorate for the liquidation of Solotvyno salt mine", available at: <https://cutt.ly/lffThpk> (accessed 1 March 2019).

14. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015). The Law of Ukraine "On state support of agriculture of Ukraine", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15/ed20040624#Text> (accessed 1 March 2019).

15. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), The Law of Ukraine "On public procurement", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1197-18/ed20140410#Text> (accessed 1 March 2019).

16. The Verkhovna Rada of Ukraine (2015), The Law of Ukraine "On Public Procurement", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19/ed20151225#Text> (accessed 1 March 2019).

Стаття надійшла до редакції 8 червня 2020 р.

УДК 657.6:004

Ткач О. Л.

Tkach_rada@i.ua

начальник відділу аудиту видатків територіального управління,
Рахункова палата, м. Одеса

ОСОБЛИВОСТІ ВИБІРКОВОГО МЕТОДУ В АУДИТІ

Анотація. В роботі зроблено спробу визначити основні передумови та особливості використання вибіркового методу в аудиті. Акцент було зроблено на аудиті підприємств, що використовують державні ресурси. Визначено першопричину термінологічних проблем в сфері вибіркового методу дослідження. Встановлено, двоїстий характер поняття «аудиторська вибірка». У випадку аудиту підприємств, що використовують державні ресурси, рекомендовано використовувати лише статистичні методи відбору. У випадку, якщо аудитор має намір використовувати нестатистичне вибіркоче спостереження, то краще його замінити суцільним спостереженням. Доведено, що такий підхід дозволяє уникнути ризику виникнення «аномальної похибки». Побудовано блок-схему використання аудиторської вибірки в аудиті підприємств, що використовують державні ресурси. Блок-схема може бути використана аудиторами в ході визначення можливості застосування аудиторської вибірки та методу відбору.

Ключові слова: аудит, аудиторська вибірка, статистична вибірка, стратифікація, проста випадкова вибірка, монетарна вибірка.

Ткач О. Л.

Tkach_rada@i.ua

Head of the Expenditure Audit Department of the Territorial Department,
Accounting Chamber, Odessa

PECULIARITIES OF AUDIT SAMPLING

Abstract. Despite the relative elaboration of the sampling issue, the problem of its usage in the case of audit of enterprises, that use public resources remains unsolved, despite the importance of such an audit at the national level. The main task of this study is to determine the main prerequisites and peculiarities of the sampling method in audit. The paper attempts to generalize the main prerequisites and features of the use of the sampling method in auditing. Emphasis was placed on the audit of enterprises that use public resources. It is determined that terminological problems in the field of selective research method are primarily due to the fact that in some cases the terms are borrowed from probability theory and mathematical statistics, and in some – are autonomous and formed exclusively in the field of audit. The dual nature of the concept "audit sample" is established. On the one hand it is a way to obtain audit evidence (sample method of research), and on the other the sample from which this evidence is formed. This vision expands the position of international standards, where the audit sample is defined as "the application of audit procedures" or the method of obtaining audit evidence. Sampling method is based exclusively on the professional judgment of the auditor. For sampling under ISA 530, statistical and non-statistical methods can be used in the audit. After analyzing the advantages and disadvantages of the non-statistical method of research, in the case of auditing enterprises, that use public resources, it is recommended to use only statistical sampling methods. If the auditor intends to use non-statistical sample observation, it is better to replace it with audit of the whole population. It is proved that this approach avoids the risk of anomaly. The flowchart of the audit sample in the audit of enterprises, that use state resources is constructed. The flowchart can be used by auditors to determine the applicability of the audit sample and method of sampling. Despite the possibility of using a sampling which corresponds to the principle of "sufficient confidence", the question about the methodology of its conduct is still open. Further research will be carried out in this direction.

Key words: audit, audit sampling, statistical sampling, stratification, simple random sampling, monetary unit sampling.

JEL Classification: M42, C83

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-14>

Постановка проблеми. Вибірковий метод в аудиті, як і в інших сферах діяльності, передбачає, що аудиторі з метою зменшення витрат робочого часу, трудомісткості робіт, економії коштів на проведення аудиту та оплати послуг сторонніх експертів тощо, при вивченні сукупності об'єктів досліджують не весь її обсяг, але лише його частину, яка забезпечує збір достатніх дока-

зів для того, щоб аудитор зміг сформувавши свою думку.

Використання вибіркового методу дослідження є цілком виправданим як з точки зору теорії ймовірності, так і міжнародних стандартів аудиту. В МСА 500 "Аудиторські докази" п. 14, зазначено, що при формуванні думки аудитор не перевіряє всю наявну інформацію, оскільки зазвичай думку можна сформувавши, використо-

вуючи вибіркові підходи та інші засоби відбору об'єктів для вивчення. Окремо вибіркового дослідженню присвячено МСА 530 "Аудиторська вибірка та інші процедури вибіркової перевірки", згідно з яким (п. 3) аудиторська вибірка – застосування аудиторських процедур до менш як 100% елементів генеральної сукупності, яка підлягає аудиту, в такий спосіб, що всі відібрані елементи мають шанс бути відібраними з метою надання аудитору належної основи, на підставі якої формується висновки щодо всієї генеральної сукупності.

Одночасно фінансовий аудит, що проводиться Рахунковою палатою України згідно ст. 4 [5] і полягає у перевірці, аналізі та оцінці правильності ведення, повноти обліку і достовірності звітності щодо надходжень і витрат бюджету, встановлення фактичного стану справ щодо цільового використання бюджетних коштів, дотримання законодавства при здійсненні операцій з бюджетними коштами також передбачає використання вибіркового спостереження згідно методичних рекомендацій, щодо його проведення [4].

Проте в системі аудиту, що здійснюється на підприємствах, які використовують державні ресурси, в тому числі і Рахунковою палатою України, проблема застосування вибіркового методу дослідження потребує подальшого опрацювання.

Аналіз останніх наукових досліджень. Дослідженню питань застосування вибірових методів в аудиті присвячені праці вітчизняних і закордонних вчених, таких як С. М. Бичкова, Е. М. Гутцайт, О. П. Петрик, В. І. Подольський, В. В. Скобара, Я. В. Соколов, Н. А. Старовойтова, В. П. Суйц, А. Д. Шеремет, А. Аренс, Дж. Лоббек, Р. Монтгомери, Дж. Робінсон та інші.

Проблеми застосування вибіркового методу в аудиті фінансової звітності детально досліджував С. В. Івахненко [3, с. 40–44], виділивши наступний перелік:

- 1) специфіка здійснення аудиторських вибірок;
- 2) некоректне розуміння аудиторами ризиків, пов'язаних із вибіркою;
- 3) проблеми із здійсненням вибірок за грошовою одиницею;
- 4) критика поняття «аномальної похибки».

В. П. Бондар [1, с. 5–17] зробив спробу провести аналіз нормативних документів, що регулюють порядок застосування вибіркового способу в аудиті, оцінити ступінь урегульованості питань вибіркового аудиту та визначити питання, які повинні бути розкриті у практиці вітчизняного аудиту щодо даного питання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на відносну опрацьованість питання вибіркового спостереження, залишається нерозкритою проблема його використання у випадку аудиту підприємств, що використовують державні ресурси, з огляду на важливість такого аудиту на загальнодержавному рівні.

Постановка завдання. Мета дослідження – визначити основні передумови та особливості використання вибіркового методу в аудиті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи поняття вибіркового методу дослідження в аудиті перш за все варто спинитись на термінах. Термінологічні проблеми в даній сфері пов'язані передусім з тим, що в окремих випадках терміни запозичені з теорії ймовірностей і математичної статистики, а в окремих – мають автономний характер, що сформований виключно в сфері аудиту.

Кожен з підходів має своїх прибічників та опонентів. Є. Гутцайт [2, с. 32–33] стверджує, що специфіка аудиторських вибірок є мінімальною, і тому в аудиті треба використовувати результати теорії ймовірностей і математичної статистики, замість спроб автономного вирішення цих проблем. Такої ж думки дотримуються А. Аренс і Дж. Лоббек [8].

С.В. Івахненко [3, с. 41] вважає, що "твердження щодо мінімальної специфіки аудиторських вибірок є достатньо дискусійним". Такої ж думки притримуються Р. Мауц та Х. Шараф, які стверджують, що аудит не знайшов шляхів поліпшення використання теорії ймовірності через статистичні застосування до тієї ж міри, яку мають інші галузі [9, с. 33].

Вибірковим називається спостереження, яке дає характеристику всій сукупності на основі дослідження деякої її частини [6, с. 177]. Накладаючи це поняття на аудиторську вибірку, можемо розуміти її як систему наукових принципів випадкового відбору певної частини сукупності, яка репрезентує усю сукупність і характеристики якої дозволяють аудитору отримати аудиторські докази відносно конкретної статті балансу (виду операцій тощо), що мають певні кількісні та якісні характеристики, на підставі яких він зможе дійти висновків щодо генеральної сукупності, з якої зроблено вибірку. Сукупність, з якої проводиться відбір називають генеральною, а відібрані одиниці – вибірковою сукупністю, а всі показники, що її характеризують – вибіровими.

Беручи за основу таке загальне трактування вибіркового спостереження, нам ближчим є підхід, коли поняття «аудиторська вибірка» розглядається одночасно і як вибіровий метод дослідження, і як вибірова сукупність, що вказує на двоїсту природу даного поняття. Тобто, «аудиторська вибірка» це і спосіб одержання аудиторських доказів і сама сукупність цих доказів. Таке наше бачення розширює позицію міжнародних стандартів, де аудиторська вибірка визначається як «застосування аудиторських процедур», тобто спосіб одержання аудиторських доказів.

Визначення методу відбору одиниць сукупності базується виключно на професійному судженні аудитора. Для вибіркового спостереження згідно МСА 530 в аудиті можна використовувати статистичні методи відбору та нестатистичні.

Статистичні методи відбору передбачають можливість використання теорії ймовірності і математичної статистики для оцінки розміру вибірки, ризику та екстраполяції результатів досліджень на генеральну сукупність.

Нестатистичні методи відбору не передбачають того факту, що кожен елемент сукупності може бути вибраним в процесі вибіркового дослідження. Одночасно неможливо виміряти ризик і екстраполювати результати таких вибірових досліджень на генеральну сукупність (наприклад, коли не перевіряються документи, за перші п'ять чисел кожного місяця). Аудитори віддають перевагу цьому методу з наступних причин [10, с. 567]:

- аудиторам не потрібно володіти спеціальними знаннями з теорії статистики;
- аудиторам не потрібно проходити спеціальну підготовку,
- економія часу, завдяки його зручному застосуванню

Незважаючи на зручність використання, основними недоліками нестатистичної вибірки є [11, р. 67–68]:

1) отримані результати не можуть бути науковими, і вони не можуть бути доведені, оскільки вибірка здійснюється суб'єктивно;

2) вибірка не є репрезентативною, а отже не відображає загальну структуру основного масиву даних;

3) у нестатистичній вибірці аудиторі, як правило, віддають перевагу дослідженню високовартісних об'єктів, при цьому невеликі сумами, що можуть містити помилки будуть знехтувані;

4) при нестатистичному вибіркового дослідженні аудиторі можуть не помітити незначних змін, які можуть спровокувати проблеми в майбутньому.

Більше того, при нестатистичній вибірці створюється ризик виникнення «аномальної похибки», що виникає «внаслідок окремої події, яка повторюється лише в особливих випадках і тому не є репрезентативною похибкою для генеральної сукупності» (п.5 МСА 530) або створення переконання, що «якщо у вибірці виявлена лише одна помилка, вона може бути єдиною й у всій генеральній сукупності» [3, с. 43]. Висновок про аномальну помилку в умовах нестатистичного відбору неприпустимий без додаткових перевірок, адже щоб «визнати помилку аномальною, аудитор повинен бути в достатній мірі впевнений в тому, що така помилка не є репрезентативною по відношенню до генеральної сукупності» [7, с. 189]. Додаткові перевірки повинні надавати аудиторі достатні докази того, що помилка не стосується решти генеральної сукупності.

Беручи до уваги всі переваги і недоліки нестатистичного методу дослідження, на нашу думку, у випадку аудиту підприємств, що використовують державні ресурси, застосовуватись можуть лише статистичні методи відбору, адже дослідження на підставі нестатистичних методів є суб'єктивним і означає, що різними фахівцями-аудиторами в однакових умовах можуть бути прийняті різні рішення.

У випадку, якщо аудитор має намір використовувати нестатистичне вибіркове спостереження, то краще його замінити суцільним спостереженням. Така пропозиція видається нам прийнятною, зважаючи на той факт, що нестатистичні методи вибіркового дослідження найбільш широко використовуються в аудиті підприємств, коли розмір основної маси не великий і кількість документів, які мають бути обстежені мала [12, с. 106]. І тут ми погоджуємось з тією позицією, що відсутність математичної основи для адаптації результатів вибірки до основного масиву даних обмежує використання нестатистичних вибіркових спостережень [13, с. 288].

Крім того, заміна нестатистичної вибірки на суцільну дозволить уникнути аномальної помилки, адже одиничність помилки, виявленої у малій за обсягом вибірці може бути обумовлена тим, що ймовірність потрапити у вибірку операції, які рідко зустрічаються у всій сукупності є мінімальним.

Якщо в сукупності з 1000 одиниць є 1 помилка, і аудитором зроблено випадкову вибірку розміром 100 одиниць, ймовірність знайти цю помилку буде дорівнює 9 до 1, проте якщо аудиторська вибірка складається лише з 10 одиниць, то така ймовірність становитиме вже 99 до 1. Тобто ймовірність потрапляння одиничної помилки у вибірку є досить малою,

а отже якщо виявлене навіть 1 порушення, то потрібно зробити висновок, що воно не єдине в генеральній сукупності, а отже додатково перевірити генеральну сукупність.

Методика проведення аудиторської вибірки є наступною:

1) аудитор визначає порядок перевірки конкретного розділу бухгалтерської звітності (сукупність, з якої буде зроблена вибірка);

2) аудитор розробляє цілі перевірки і аудиторські процедури, що дозволяють досягти цих цілей;

3) визначає можливі помилки, оцінює необхідні йому докази, які потрібно зібрати, і на основі цього встановлює обсяг вибірки;

4) аудитор визначає такий спосіб вибіркової перевірки, щоб вона відповідала цілям аудиту;

5) після проведення перевірки, аудитор повинен оцінити результати аудиторської вибірки, тобто:

а) проаналізувати кожну помилку, що потрапила у вибірку;

б) перенести отримані при вибірці результати на всю генеральну сукупність;

в) оцінити ризики вибірки.

Зважаючи на все вищесказане здійсимо спробу побудувати блок-схему використання вибіркового методу в аудиті підприємств, що використовують державні кошти (рис. 1).

Дана блок-схема може бути використана аудиторами в ході визначення можливості використання аудиторської вибірки та методу відбору.

Як видно з даної блок-схеми вибіркоче спостереження може проводитись залежно від ситуації кількома методами:

1) монетарна вибірка;

2) стратифікація або систематична вибірка;

3) проста випадкова вибірка.

Під час проектування вибіркового спостереження важливо враховувати, що вибірка має бути не лише репрезентативною, але одночасно коригуючою, захисною та превентивною. Тобто, крім того що вибірка має дозволяти точно оцінити основні характеристики генеральної сукупності, вона повинна містити максимально можливий обсяг помилкових об'єктів чи операцій та максимально можливий обсяг операцій з високим рівнем ризику. Превентивність означає, що метод відбору до вибіркової сукупності не дозволяє заздалегідь визначити, які операції будуть відібрані до вибіркової сукупності.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. В роботі зроблено спробу узагальнити основні передумови та особливості використання вибіркового методу в аудиті. При цьому акцент було зроблено на аудиті підприємств, що використовують державні ресурси.

Визначено, що термінологічні проблеми в сфері вибіркового методу дослідження пов'язані передусім з тим, що в окремих випадках терміни запозичені з теорії ймовірностей і математичної статистики, а в окремих – мають автономний характер та сформовані виключно в сфері аудиту.

Встановлено, двоїтий характер поняття “аудиторська вибірка” – з одного боку це спосіб одержання аудиторських доказів (вибірковий метод дослідження), а з іншого вибіркова сукупність, з якої формують ці докази. Таке наше бачення розширює позицію між-

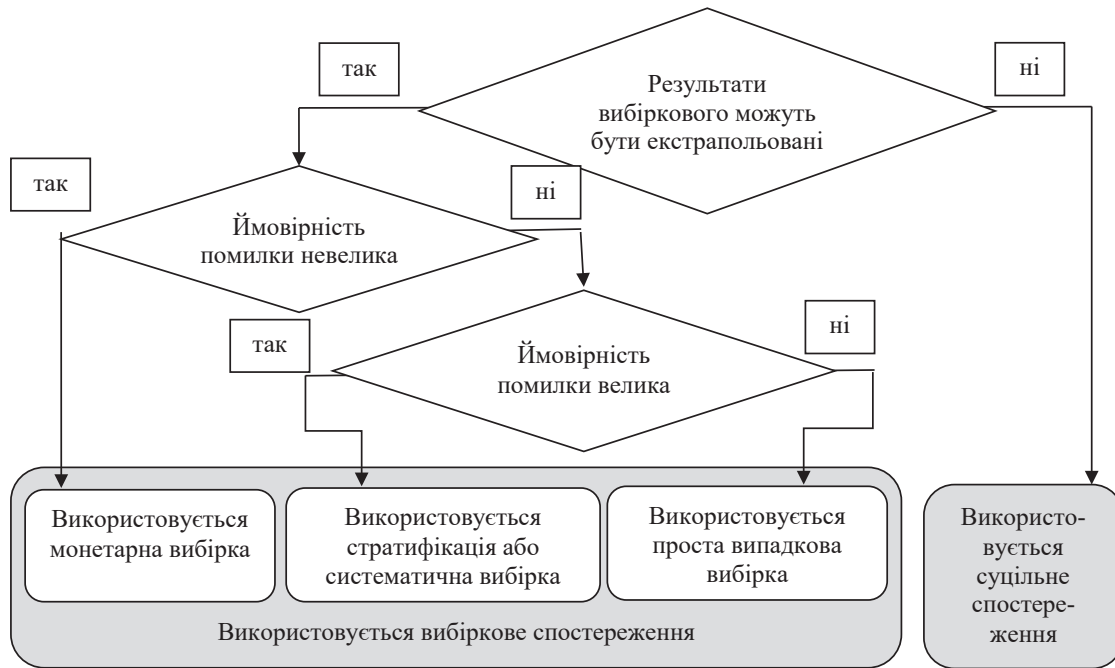


Рис. 1. Блок-схема використання вибіркового методу дослідження в аудиті підприємств, що використовують державні кошти

Джерело: власна розробка

народних стандартів, де аудиторська вибірка визначається як “застосування аудиторських процедур”, тобто спосіб одержання аудиторських доказів.

Визначення методу відбору одиниць сукупності базується виключно на професійному судженні аудитора. Для вибіркового спостереження згідно МСА 530 в аудиті можна використовувати статистичні методи відбору та нестатистичні. Проаналізувавши переваги і недоліки нестатистичного методу дослідження, у випадку аудиту підприємств, що використовують державні ресурси, рекомендовано використовувати лише статистичні методи відбору. У випадку, якщо аудитор має намір використовувати нестатистичне вибіркоче спостереження, то краще його замінити суцільним. Доведено, що такий підхід дозволяє уникнути ризику виникнення “аномальної похибки”.

Побудовано блок-схему використання аудиторської вибірки в аудиті підприємств, що використовують державні ресурси. Блок-схема може бути використана аудитором в ході визначення можливості застосування аудиторської вибірки та методу відбору.

Незважаючи на можливість використання вибіркового методу дослідження, що відповідає принципу “достатньої впевненості”, постає питання про методику його проведення, яка є недостатньо вивченою. Подальші дослідження будуть здійснюватись саме в цьому напрямі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бондар В. П. Нормативна регламентація вибіркового способу в аудиті. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2007. № 9. Вип. 3. С. 5–17. URL: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/viewFile/72375/67870.pdf> (дата звернення: 20.07.2020).

2. Гутцайт Е. М. Аудит: концепция, проблемы, стандарты. Москва: Современная экономика и право, 2000. 80 с.

3. Івахненко С. В. Проблеми застосування вибіркового методу в аудиті фінансової звітності. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2010. № 3. С. 40–44.

4. Методичні рекомендації з проведення Рахунковою палатою фінансового аудиту: рішенням Рахункової палати від 22.09.2015 № 5-5 / Рахункова палата. URL: https://rp.gov.ua/upload-files/About/RegulatoryDoc/arp_6.pdf (дата звернення: 12.07.2020).

5. Про Рахункову палату: Закон України від 06.12.2016 № 1774-VII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/576-19#Text> (дата звернення: 26.07.2020).

6. Шапочка М. К., Маценко О. М. Теорія статистики: навчальний посібник. Суми: Університетська книга, 2014. 312 с.

7. Шеремет А. Д., Суйц В. П. Аудит: Учебник. 5-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2005. 448 с.

8. Arens, A. A., Loebbecke, J. K., Lemon, W. M., Spletstoesser, I. B. *Auditing and other assurance services* (9th Canadian ed.). 2003. Toronto, ON: Pearson Education Canada Inc.

9. Mautz, R. K., Hussein A. Sharaf *The philosophy of auditing*, Sarasota, Fla.: American Accounting Association. 1974. 212 p.

10. Taylor, D. H., Glezen, G. W. *Auditing, Integrated Concepts and Procedures*. New York: Wiley Corp., 1991. 900 p.

11. Gavenda, M. Statistical Versus Non-Statistical Sampling in Sales & Use Tax Audits. *The Journal of State Taxation*. 2001, Vol. 20, Issue 1, pp. 65–73.

12. Sipahi, B. Muhasebe Denetiminde Örneklem Büyüklüğü Üzerinde Etkili Unsurlar ve Örneklem Büyüklüğünün Tespiti. *Muhasebe ve Denetime Bakış*. 2003. № 8, pp. 99–110.

13. Temelli F., Çınar Ö. Statistical Sampling Methods in Accounting Audit. *Selected Studies on Economics and Finance* / Edited by Başar S., Çelik A.A. and Bayramoglu T. Cambridge Scholars Publishing, UK, 2018, pp. 282–294.

REFERENCES

1. Bondar, V. P. (2007), “Normative regulation of the selective method in the audit”, *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu*, vol. 9, issue 3, p. 5–17, available at: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/viewFile/72375/67870.pdf> (accessed: 20 June 2020).
2. Gutzeit E.M. (2000), *Audit: concept, problems, standards*, Modern Economics and Law, Moscow.
3. Ivakhnenkov, S. V. (2010), Problems of sampling application in financial statements auditing, *Bukhhalterskyi oblik i audyt*, vol. 3, pp. 40–44.
4. The Accounting Chamber (2015), “Methodical recommendations for conducting the financial audit by the Accounting Chamber”, available at: https://rp.gov.ua/upload-files/About/RegulatoryDoc/arp_6.pdf (accessed: 12 July 2020).
5. The Verkhovna Rada of Ukraine (2016), The Law of Ukraine “On the Accounting Chamber”, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/576-19#Text> (accessed: 26 July 2020).
6. Shapochka, M. K., and Matsenko, O. M. (2014), *Theory of statistics: a textbook*. University Book, Sumy.
7. Sheremet, A. D. and Sultz, V. P. (2005), *Audit*, 5th ed., INFRA-M, Moscow, Russia.
8. Arens, A. A., Loebbecke, J. K., Lemon, W. M., & Spletstoesser, I. B. (2003), *Auditing and other assurance services*, 9th Canadian ed., Pearson Education Canada Inc., Toronto, Canada.
9. Mautz, R. K. and Hussein A. Sharaf (1974), *The philosophy of auditing*, American Accounting Association, Sarasota, Fla., USA.
10. Taylor, D. H. and Glezen, G. W. (1991), *Auditing, Integrated Concepts and Procedures*. Wiley Corp., New York, USA.
11. Gavenda, M. (2001), “Statistical Versus Non-Statistical Sampling in Sales & Use Tax Audits”, *The Journal of State Taxation*, vol. 20, issue 1, pp. 65–73.
12. Sipahi, B. (2003), “Muhasebe Denetiminde Örneklem Büyüklüğü Üzerinde Etkili Unsurlar ve Örneklem Büyüklüğünün Tespiti”, *Overview on Accounting and Auditing*, vol. 8, pp. 99–110.
13. Temelli, F. and Çınar, Ö. (2018), “Statistical Sampling Methods in Accounting Audit”. *Selected Studies on Economics and Finance* / Edited by Başar S., Çelik A.A. and Bayramoglu T. Cambridge Scholars Publishing, London, UK.

Стаття надійшла до редакції 10 червня 2020 р.

УДК 336.226.1-047.44

Чуй І. Р.

irina_chui@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-8795-4514

Researcher ID: E-9653-2019

*к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, кредиту та страхування,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

Власюк Н. І.

natalilty1706@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9463-5626

Researcher ID: F-1812-2019

*к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, кредиту та страхування,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

СИСТЕМА МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДОХОДНО-ПРИБУТКОВИХ ПОДАТКІВ

Анотація. У статті характеризується система методичного забезпечення оцінювання фіскальної результативності доходно-прибуткових податків в Україні, проводиться аналіз методик оцінювання його економічної ефективності, а також визначається інтегральний показник результативності для визначення напрямів його реформування з метою нарощування фіскальної результативності. До доходно-прибуткових податків в Україні відносяться податок та збір з доходів фізичних осіб, податок на прибуток підприємств, єдиний податок із суб'єктів малого підприємництва. Фіскальна результативність доходно-прибуткового оподаткування визначається ефективністю механізму справляння кожного податку окремо чи системи прямого оподаткування в цілому. Складовими фіскальної результативності є фіскальна значимість, фіскальна ефективність, постійність і рівномірність надходжень, соціальна справедливість. Окремими характеристиками фіскальної результативності є обсяги надходжень, частка податку у загальній структурі доходів бюджету та у ВВП, рівень ефективної ставки податку, рівень виконання планових податкових надходжень тощо. З метою вдосконалення механізму справляння доходно-прибуткових податків в Україні визначено факторні залежності фіскальної результативності доходно-прибуткових податків в Україні за період 2014-2018 рр. від рівня фіскальної значимості, рівня виконання планових надходжень, витратомісткості оподаткування, навантаження працівників органів державної податкової служби, ефективності та нерівномірності податкових надходжень. На основі проведених розрахунків визначаються основні пропозиції та рекомендації щодо пошуку шляхів зміцнення фіскально-регулюючих засад доходно-прибуткового оподаткування, які дадуть змогу у майбутньому вивести податкову систему на якісно новий рівень.

Ключові слова: доходно-прибуткові податки, фіскальна значимість, рівень виконання планових податкових надходжень, фіскальна ефективність податку, навантаження працівників податкових органів, нерівномірність податкових надходжень, інтегральний показник фіскальної результативності.

Chuy I. R.

irina_chui@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-8795-4514

Researcher ID: E-9653-2019

Ph.D., Associate Professor,

*Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Insurance,
Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

Vlasyuk N. I.

natalilty1706@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9463-5626

Researcher ID: F-1812-2019

Ph.D., Associate Professor,

*Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Insurance,
Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

SYSTEM OF METHODOLOGICAL SUPPORT FOR EVALUATION OF INCOME&PROFIT TAXES EFFECTIVENESS

Abstract. The article characterizes methodological system to ensure the evaluation of income and profit taxation in Ukraine, analyzes the economic efficiency evaluation methodology, as well as defines cumulative indicator characterizing the efficiency of income and profit taxation in Ukraine in order to improve the mechanism for reforming its fiscal results. Revenue and income taxes in Ukraine include personal income tax and charge, corporate profit tax, flat tax for small

businesses. Fiscal effectiveness of revenue and income taxation is determined by the effectiveness of each tax mechanism and direct tax system as a whole. The main components of fiscal effectiveness are fiscal significance, fiscal efficiency, constancy and uniformity of revenues, social justice. Characteristics of fiscal efficiency are tax revenues, tax burden in the total budget revenues or GDP, effective tax rate, level of planned tax revenues, etc. In order to improve the mechanism of income and profit taxes in Ukraine the factor of dependence of fiscal effectiveness of income and profit taxes in Ukraine for the period 2014-2018 years are determined, especially from the level of fiscal significance, the level of planned revenues execution, tax flow capacity, workload of the tax service employees, efficiency and uneven tax revenues. Due to basis calculations the main proposals and recommendations on finding ways to strengthen fiscal-regulating principles of profit and income taxation are determined, which will enable to bring the tax system to a qualitatively new level in the future.

Key words: taxes on income and profit, fiscal significance, level of planned tax revenues implementation, tax fiscal efficiency, tax service employees load, uneven tax revenues, integral indicator of fiscal effectiveness.

JEL Classification: C02, C13, H21, H24, H30, H50

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-15>

Постановка проблеми. Доходно-прибуткові податки є важливою складовою усіх податкових систем розвинутих країн та істотним фінансовим ресурсом бюджетів, у першу чергу місцевих. В Україні застосування доходно-прибуткових податків пов'язане з проблемами, основні з яких низькі доходи більшої частини населення, значний рівень ухилення від оподаткування, нерівномірність розподілу податкового навантаження на фізичних і юридичних осіб. Питання визначення фіскальної результативності системи доходно-прибуткового оподаткування в контексті вироблення стратегії модернізації податкової системи України в умовах глобалізації є недостатньо висвітленими. Пропонується розглянути підходи до оцінювання фіскальної результативності системи доходно-прибуткового оподаткування з урахуванням особливостей прямого оподаткування суб'єктів національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження доходно-прибуткового оподаткування, його фіскальної ефективності і результативності зробили вітчизняні науковці, зокрема Т. Коляда і І. Чуркіна [2], В. Мельник [4], М. Пасічний [7], Г. Римар [11], А. Скрипник і Л. Серебрянський [13], І. Цимбалюк [14]. Фіскальну ефективність окремих податків, зарубіжний досвід, принципи формування системи доходно-прибуткового оподаткування та методику оцінювання її результативності досліджували В. Опарін, Т. Паєнтко [6], А. Пислиця [9], Т. Паянок, [8] Ж. Піскова [10] та інші науковці.

Враховуючи вагомий внесок у дослідження теоретичних аспектів справляння доходно-прибуткових податків, переваг і недоліків їх адміністрування, факторів впливу на фіскальну ефективність, слід зазначити, що ряд питань залишаються недостатньо дослідженими. Зокрема, це стосується методики оцінювання його економічної ефективності та визначення напрямів його реформування з метою нарощування фіскальної результативності.

Постановка завдання. Метою дослідження є поглиблення теоретико-методичних засад та підходів до оцінювання фіскальної результативності вітчизняної системи доходно-прибуткового оподаткування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Принципи фіскальної достатності та економічної ефективності доходно-прибуткових податків визнані одними з базових принципів функціонування національної податкової системи. Необхідність їх дослідження зумовлена потребою у виробленні та узагальненні кон-

цептуальних підходів щодо розуміння їх сутності та оцінювання ефективності їх функціонування.

А. Крисоватий вважає, що ефективність податкової політики забезпечується шляхом узгодження принципів фіскальної достатності, економічної ефективності, соціальної справедливості, гнучкості і стабільності [3]. Стаття 4 Податкового кодексу України визначає фіскальну достатність як “встановлення податків та зборів з урахуванням необхідності досягнення збалансованості витрат бюджету з його надходженнями”.

Як відомо, фіскальне значення будь-якого податку полягає у наповненні доходів бюджету. Доходно-прибуткове оподаткування спричинює серйозний вплив не тільки на розвиток підприємництва та фінансовий добробут населення. Ця характеристика податків покликана забезпечувати потреби влади усіх рівнів у фінансових ресурсах, достатніх для проведення економічної та соціальної політики, а також для виконання органами влади покладених на них функцій. Постійність податків означає, що вони повинні надходити до бюджету рівномірно протягом бюджетного року та у чітко встановлені терміни. Стабільність податкових надходжень визначається гарантією того, що доходи, передбачені законодавством, будуть отримані у повному обсязі.

Очевидно, повинен досягатися ефективний баланс публічних і приватних інтересів, який забезпечить, з одного боку, наповнюваність бюджетів усіх рівнів, а з іншого, – не відіб'є у платника бажання сплачувати податки [1].

Будучи відносним показником, ефективність визначається відношенням ефекту до витрат, пов'язаних з його досягненням. Як відомо, ефективність відображає результат якогось процесу; іншими словами, здатність приносити ефект, що визначається відношенням результату до витрат, що забезпечили цей результат.

Фіскальна ефективність оподаткування визначається ефективністю механізму справляння кожного податку окремо чи податкової системи в цілому. Згідно з визначенням Недосуги А. Г. й Гарбар Ж. В. фіскальна ефективність – це спроможність податку забезпечувати наповнення різних рівнів бюджетної системи [5]. Окремими характеристиками фіскальної ефективності є обсяги надходжень, частка податку у загальній структурі доходів бюджету та у ВВП, рівень ефективної ставки податку тощо.

Окремі науковці обґрунтовують доцільність оцінювання фіскальної ефективності на основі обсягу

видатків на адміністрування податків, закладаючи при цьому у зміст дослідження відношення податкових надходжень до витрат на їх стягнення [5, с. 174]. Проте цей підхід є складним для реалізації у зв'язку з проблемами обліку витрат на адміністрування по кожному податку чи в розрізі прямих і непрямих податків [12, с. 424].

І. Цимбалюк вважає, що принцип фіскальної ефективності передбачає наступні елементи: достатність доходів, мінімізацію витрат на збирання доходів і запобігання ухиленню від сплати платежів до бюджету, еластичність податкової системи, рівномірний розподіл податків між адміністративно-територіальними одиницями [14].

Як зазначає Ж. Піскова, «на збільшення фіскальної ефективності саме прямих податків впливають такі важливі чинники як рівень доходів юридичних і фізичних осіб, можливість збільшення ними власного капіталу, інвестиційний клімат в економіці, рівень доходів і витрат населення, інфляція в країні, стабільність та передбачуваність змін податкового законодавства» [10, с. 175].

На фіскальну ефективність податкової системи впливає ряд чинників, серед яких основним є ступінь розвитку методології й технологій фіскального адміністрування. Погоджуємося з думкою В. Мельника, що від обґрунтованості методики оцінювання ефективності адміністрування та її адекватності економічним реаліям часу залежить здатність держави контролювати дотримання платниками законодавства, регулювати економічні процеси й безпомилково визначати вектори своїх рішень у галузі оподаткування [4, с. 4]. Об'єднавши усі методики оцінювання ефективності податкової системи, показники фіскальної результативності доходно-прибуткового оподаткування можна згрупувати за такими групами: фіскальної значимості, рівня виконання планових податкових надходжень, фіскальної ефективності (витратомісткості), навантаження працівників органів ДПС, рівня ефективності у ВВП та нерівномірності. Характеристика показників та методика їх обчислення відображена у табл. 1.

Були проведені розрахунки основних груп показників фіскальної результативності доходно-прибуткових податків в Україні за період 2014-2019 рр., виходячи з їх надходжень до Зведеного бюджету, витрат на утримання Державної фіскальної служби, макроекономічних та статистичних показників.

У цілому за п'ять років дослідження фіскальна значимість податків доходно-прибуткової групи у ВВП збільшилася з 7,7 % до 10,3 % (або на 2,6 в.п.); у доходах Зведеного бюджету – з 26,9 % до 30,9 % (на 4 в.п.); у податкових надходженнях – із 33,4 % до 37,1 % (на 3,7 в.п.) [15, с. 139]. Будучи важливою складовою податкової системи України, податок та збір на доходи фізичних осіб найбільше реалізує фіскальну функцію (23,31 % податкових надходжень Зведеного бюджету). Зниження фіскальної значимості за усіма складовими у 2015 р. демонструють податки на доходи фізичних осіб та на прибуток підприємств. Її зниження пов'язано з рецесією в економіці, яка супроводжувалася скороченням зайнятості та значними розмірами тіньової економіки.

Посилення фіскальної значимості корелює з динамікою базових для її розрахунку показників: за період 2014-2018 рр. зростання сумарних надходжень із

доходно-прибуткових податків складає 197,7 %; ВВП – 124,3 %; податкових надходжень Зведеного бюджету – 168,4 %; доходів Зведеного бюджету – 159,7%.

Розрахований коефіцієнт збирання податків демонструє позитивну динаміку, адже збільшився з 0,95 (95,5% – рівень виконання планових показників) до 1,06 (106,2%), або на 10,8 в.п. Серед податків доходно-прибуткової групи найвище значення показника показує єдиний податок, середнє значення коефіцієнта складає 1,11, на другому місці податок на прибуток із середнім значенням 1,06; на третьому – податок та збір з доходів фізичних осіб з показником 1,03. Розмах варіації коефіцієнта збирання податку на прибуток у 1,4 рази більший від податку та збору на доходи фізичних осіб та в 1,5 рази більший від єдиного податку, що свідчить про нестабільність надходжень. У цілому можна оцінити ефективність адміністрування доходно-прибуткових податків досить високо.

Слід відмітити позитивну динаміку зменшення індексу адміністративних витрат на утримання органів податкового адміністрування з 0,50 грн до 0,45 грн на 100 грошових одиниць стягнутих податків і зборів. Із групи доходно-прибуткових податків аналогічну динаміку демонструють податок на прибуток і податок та збір з доходів фізичних осіб. У середньому витрати на справляння доходно-прибуткових податків на душу населення в Україні склали від 40,38 грн до 104,62 грн (приріст склав 159,1%). Із кожної економічно активної людини працездатного віку справлялося від 91,72 грн у 2014 р. до 246,20 грн у 2018 р.

У цілому коефіцієнт ефективності доходно-прибуткового оподаткування в Україні збільшилася з 22,46 до 30,69 (на 40,2%), проте за 2018 рік ця ефективність зменшилася на 8,5% за рахунок стрімкого зростання витрат на утримання служби. Як відомо, у 2018 році було роз'єднано Державну фіскальну службу на Державну податкову і Державну митну служби, що збільшило витрати на їх утримання.

Відбулося зростання рівня ефективності усіх доходно-прибуткових податків у ВВП; сумарний індикатор ефективності ПДФО та військового збору удвічі вищий від показника податку на прибуток.

Оцінювання систематичності коливань надходжень доходно-прибуткових податків показало: максимальний та мінімальний коефіцієнти надходження доходно-прибуткових податків за п'ять років становлять 1,61 та 0,54 відповідно. Розрахунки показали, що систематичні коливання надходжень єдиного податку є найвищими серед доходно-прибуткових податків (відхилення максимального і мінімального коефіцієнтів – 1,24); нижчим є відхилення двох коефіцієнтів за податком на прибуток (1,05) та податком й збором на доходи фізичних осіб (1,06), хоча в цілому їхні надходження є досить рівномірними.

Обчислення загального інтегрального показника фіскальної ефективності і результативності доходно-прибуткових податків в Україні за період 2014-2018 рр. засвідчили підвищення їх результативності у 1,4 рази (з 0,802 до 1,128) (рис. 1).

Збільшення інтегрального показника фіскальної результативності доходно-прибуткових податків на 40,6 % відбулося за рахунок зростання інтегрального показника рівня ефективності доходно-прибуткових податків на 72 %; витратомісткості – на 71 %; фіскальної значимості – на 20,7% та рівня збирання – на 10 %.

Показники оцінювання фіскальної результативності доходно-прибуткових податків

Назва показника	Формула	Скорочені позначення
Показники фіскальної значимості податку		
- у податкових надходженнях (характеризує частку надходжень окремого податку у податкових доходах бюджету) ($\Phi Z_{\text{ПН}_i}$)	$\Phi Z_{\text{ПН}_i} = \frac{\text{ПН}_i}{\text{ПН}_{\text{ЗБ}}} * 100$	ПН _i – податкові надходження і-го виду податку до Зведеного бюджету за рік; ПН _{ЗБ} – сукупні податкові надходження Зведеного бюджету за рік; Д _{ЗБ} – доходи Зведеного бюджету за рік; ВВП – валовий внутрішній продукт держави за рік.
- у бюджеті держави (характеризує фіскальну ефективність окремого податку в доходах Зведеного бюджету) ($\Phi Z_{\text{Д}_i}$)	$\Phi Z_{\text{Д}_i} = \frac{\text{ПН}_i}{\text{Д}_{\text{ЗБ}}} * 100$	
- у ВВП держави, що характеризує перерозподіл ВВП через податки ($\Phi Z_{\text{ВВП}_i}$)	$\Phi Z_{\text{ВВП}_i} = \frac{\text{ПН}_i}{\text{ВВП}} * 100$	
Показник рівня виконання планових надходжень податку		
- коефіцієнт збирання податків ($K_{\text{З}_i}$)	$K_{\text{З}_i} = \frac{\text{ПН}_{\text{факт}_i}}{\text{ПН}_{\text{план}_i}} * 100$	ПН _{факт_i} – фактичні податкові надходження і-податку у Зведений бюджет держави за рік; ПН _{план_i} – планові податкові надходження і-го виду податку до Зведеного бюджету за рік.
Показники фіскальної ефективності (витратомісткості) податку		
- індекс витрат на адміністрування податку характеризує рівень видатків на адміністрування окремого податку на 100 грн податкових надходжень Зведеного бюджету держави ($\text{ІВ}_{\text{А}_i}$)	$\text{ІВ}_{\text{А}_i} = \frac{\text{ВА}_i}{\text{ПН}_{\text{ЗБ}}} * 100$	ВА _i – видатки на адміністрування і-податку (або витрати утримання податкової служби); Ч _{ПН} – чисельність постійного населення за рік; Ч _{ЕАН} – чисельність економічно активного населення за рік.
- показник витрат на адміністрування податку на душу населення характеризує рівень витрат на утримання органів державної податкової служби ($\text{В}_{\text{А}_i}$)	$\text{В}_{\text{А}_i} = \frac{\text{ВА}_i}{\text{Ч}_{\text{ПН}}}$	
- показник витрат на адміністрування податку на одну особу економічно активного населення ($\text{В}_{\text{А}_{\text{ЕАН}_i}}$)	$\text{В}_{\text{А}_{\text{ЕАН}_i}} = \frac{\text{ВА}_i}{\text{Ч}_{\text{ЕАН}}}$	
- коефіцієнт ефективності і-податку характеризує ефективність здійснених витрат на адміністрування окремого виду податку і є оберненим до індексу витрат (КЕ_i)	$\text{КЕ}_i = \frac{\text{ПН}_i}{\text{ВА}_i}$	
Показник навантаження працівників органів ДПС		
- показник навантаження на працівника органів ДПС України зі збору окремого виду податку характеризує навантаження на одного працівника ($\text{К}_{\text{Н}_i}$)	$\text{К}_{\text{Н}_i} = \frac{\text{КП}_i}{\text{К}_{\text{ДПДС}_i}}$	КП _i – кількість платників і-податку; К _{ДПДС_i} – кількість працівників відповідних відділів ДПС зі збору і-податку.
Коефіцієнт ефективності податку у ВВП		
- коефіцієнт ефективності податку у ВВП визначається як відношення фіскальної значимості окремого виду податку у ВВП до стандартної (ефективної) ставки податку ($\text{К}_{\text{Е}}$)	$\text{К}_{\text{Е}_i} = \Phi Z_{\text{ВВП}_i} \times \frac{100}{\text{ПС}_i}$	$\Phi Z_{\text{ВВП}_i}$ – фіскальна значимість і-податку у ВВП держави; ПС _i – податкова ставка і-податку, %.
Коефіцієнти нерівномірності надходжень податку		
- коефіцієнт нерівномірності надходжень податку (max) характеризує систематичні коливання з його надходжень як відношення максимального значення до середнього ($\text{К}_{\text{НН}_{\text{max}_i}}$)	$\text{К}_{\text{НН}_{\text{max}_i}} = \frac{\text{MaxH}_i}{\text{СН}}$	MaxH _i – максимальна величина надходження і-податку за досліджуваний період; СН _i – середнє значення надходження і-податку; MinH _i – мінімальна величина надходження і-податку за досліджуваний період.
- коефіцієнт нерівномірності надходжень податку (min) характеризує систематичні коливання з його надходжень як відношення мінімального значення до середнього ($\text{К}_{\text{НН}_{\text{min}_i}}$)	$\text{К}_{\text{НН}_{\text{min}_i}} = \frac{\text{MinH}_i}{\text{СН}}$	
Інтегральний показник оцінювання фіскальної ефективності податку		
- інтегральний показник вимірювання фіскальної результативності ($\text{Y}_{\text{інтегр}}$)	$\text{Y}_{\text{інтегр}} = \sqrt[4]{\prod_{i=1}^n \text{К}_j}$	$\prod_{i=1}^n \text{К}_j$ – узагальнюючий інтегральний показник фіскальної ефективності і результативності доходно-прибуткових податків за і-складовою (фіскальної значимості, витратомісткості, рівня збирання податків та ефективності у ВВП), розрахованої як середнє геометричне окремих показників К_j .

Джерело: складено за [7; 9; 10]

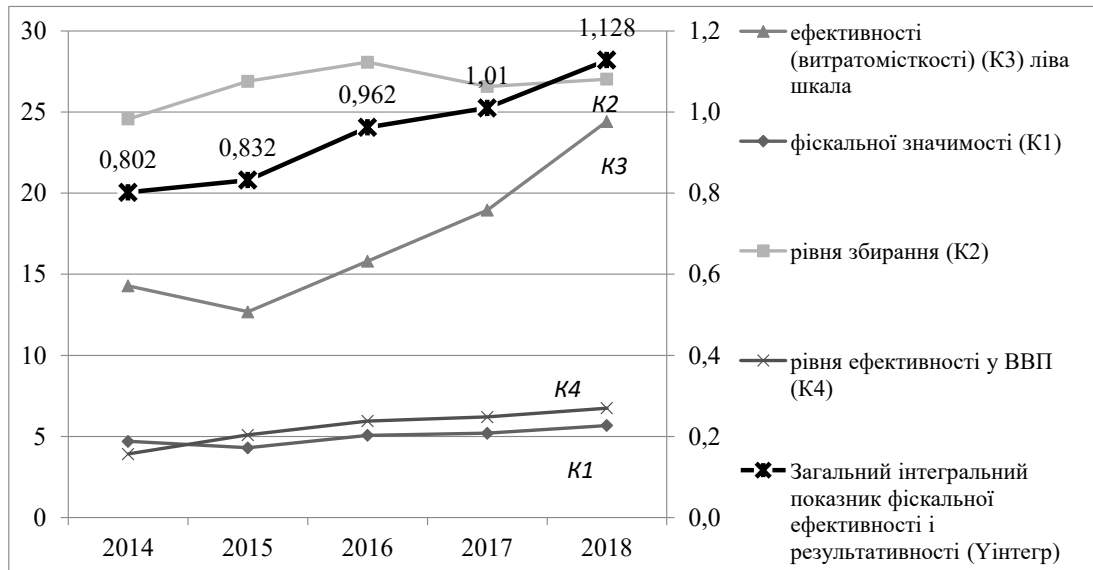


Рис. 1. Інтегральні показники фіскальної результативності доходно-прибуткових податків в Україні за 2014-2018 рр.

Джерело: розраховано авторами

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. З огляду на проведений аналіз інтегрального показника фіскальної результативності система доходно-прибуткового оподаткування в Україні в цілому є ефективною, проте деякі її елементи потребують удосконалення.

Практичне використання інтегрального показника ефективності доходно-прибуткових податків передбачає орієнтацію не просто на фіскалізацію надходжень від цих податків, але і на досягнення більш високого рівня ефективності здійснення їх адміністрування та утримання податкових органів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барабаш О. О. Принцип фіскальної достатності у податковому законодавстві України. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Юридичні науки.* 2014. № 801. С. 46–50. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/26483/1/10-46-50.pdf>
2. Коляда Т. А., Чуркіна І. Є. Особливості фіскальної ефективності оподаткування доходів фізичних осіб в умовах інтеграції. *Фінанси України.* 2008. № 6. С. 70–76.
3. Крисоватий А. І., Десятнюк О. М. Податкова система : навч. посібник. Тернопіль : Карт-бланш, 2004. 331 с.
4. Мельник В. М. До питання формування теоретичних засад адміністрування податків. *Фінанси України.* 2008. № 9. С. 3–9.
5. Недосуґа А. Г., Гарбар Ж. В. Теоретичні аспекти до визначення ефективності податків. URL: <http://intkonf.org/pedosuuga-ai-garbar-zhv-teoretichni-aspekti-do-viznachennya-efektivnosti-podatkov/>
6. Опарін В. М., Пасентко Т. В. Ідеологія, прагматика та результативність податкового реформування в Україні. *Проблеми економіки.* 2017. № 4. С. 138–147. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2017_4_18
7. Пасічний М. Фіскальна результативність податкової системи України. *Вісник КНТЕУ.* 2018. № 3. С. 118–130.
8. Паянок Т. М. Критерії ефективності внесення змін у податкове законодавство (на прикладі ПДВ). *Науковий*

вісник Національного університету ДПС України. 2010. № 2 (49). С. 91–100.

9. Пислиця А. В. Теоретичні підходи до трактування ефективності податків. *Економіка та держава.* 2008. № 10. С. 30–33.

10. Піскова Ж. В. Формування системи показників фіскальної ефективності податків: теорія і практика. *Науковий вісник Мукачівського державного університету.* 2016. Серія Економіка. Вип. 2 (6). С. 174–180.

11. Римар О. Г. Фіскальна ефективність податкової системи в контексті антикризового регулювання. *Актуальні проблеми економіки.* 2011. № 4. С. 224–227.

12. Сідельникова Л. П., Сідельникова Т. П., Костіна Н. М. Податкова система : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2013. 424 с.

13. Скрипник А. В., Серебрянський Д. Оцінка фіскальної ефективності пільгового оподаткування прибутку підприємств. *Економіка України.* 2006. № 7. С. 13–27.

14. Цимбалюк І. О. Податкове навантаження, як критерій ефективності ведення податкової політики. *Ринок цінних паперів України.* 2014. № 7. С. 57–63.

15. Чуй І. Р., Власюк Н. І., Журбич К. М. Аналіз фіскального потенціалу доходно-прибуткових податків в Україні та зарубіжних країнах. *Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць.* 2019. Вип. 24. С. 137–145.

REFERENCES

1. Barabash, O. O. (2014), Pryntsyp fiskal'noi dostatnosti u podatkovomu zakonodavstvi Ukrainy, *Visnyk Natsional'nogo Universytetu "Lvivska Politehnika". Yurydychni Nauky*, vol. 801, pp. 46–50.
2. Kolyada, T. A. (2008), Osoblyvosti fiskalnoyi efektyvnosti opodatkovannya dohodiv fizychnykh osib v umovakh integracii, *Finansy Ukrainy*, № 6, pp.70–76.
3. Krysovaty, A. I., and Desyatnyuk, O. M. (2004), Podatkova sistema: navchalnyy posibnyk, Kart-blansh, Ternopil', 331 p.
4. Mel'nyk, V. M. (2008), Do pytannya formuvannya teoretychnykh zasad administruvannya podatkov, *Finansy Ukrainy*, № 9, pp. 3–9.
5. Nedosuha, F. H. and Harbar, ZH. V. Teoretychni aspekty do vyznachennya efektyvnosti podatkov, available at:

<http://intkonf.org/nedosuga-ai-garbar-zhv-teoretichni-aspekti-do-viznachennya-efektivnosti-podatkov/>

6. Oparin, V. M. and Payentko, T. V. (2017), Ideologiya, pragmatyka ta rezul'tatyvnist' podatkovoho reformuvannya v Ukraini, *Problemy ekonomiky*, № 4, pp. 138–147.

7. Pasichnyy M. (2018), Fiskalna rezul'tatyvnist' podatkovoyi systemy Ukrainy, *Visnyk KNTEU*, № 3, pp. 118–130.

8. Payanok, T. M. (2010), Kryterii vnesennya zmin u podatkove zakonodavstvo (na prykladi PDV), *Naukovyy visnyk Natsional'nogo Universytetu DPS Ukrainy*, № 2(49), pp. 91–100.

9. Pyslytsya, Zh. V. (2016), Teoretychni pidhody do traktuvannya efektyvnosti podatkiv, *Ekonomika ta Derzhava*, № 10, pp. 30–33.

10. Piskova, Zh. V. (2016), Formuvannya systemy pokaznykiv fiskal'noyi efektyvnosti podatkiv: teoriya i practyka, *Naukovyy visnyk Mukachivskogo Universytetu*, vol. 2 (6), pp. 174–180.

11. Ryamar, O. H. (2011), Fiskal'na efektyvnist' podatkovoyi systemy v konteksti antycryzovoho reguluvannya, *Actual'ni problem ekonomiky*, № 4, pp. 224–227.

12. Sidel'nikova, L. P., Sidel'nikova, T. P. and Kostina, N. M. (2013), Podatkova systema: navch. posibnyk, Lira-K, Kyiv, 424 s.

13. Skrypnyk, A. V. and Serebryanskyy, D. (2006), Otsinka fiskal'noyi efektyvnosti pil'hovoho opodatkovannya prybutku pidpryemstv, *Ekonomika Ukrainy*, № 7, pp. 13–27.

14. Tsymbaluk, I. O. (2014), Podatkove navantazhennya yak kryteriy efektyvnosti vedennya podatkovoyi polityky, *Rynok tsinnykh paperiv Ukrainy*, № 7, pp. 57–63.

15. Chuy, I. R., Vlasuk, N. I. and Zhurbych, K. M. (2019), The analysis of income and profit taxex fiscal potential in ukraine and foreign countries, *Pidpryemnyctvo i Torhivlya: zbirnyk naukovuh prats*, vol. 24, pp. 137–145.

Стаття надійшла до редакції 16 травня 2020 р.

УДК 338.26.015

Шалева О. І.

volex2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4057-2789

Researcher ID: F-4533-2019

к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ТИПІЗАЦІЇ, СТАНДАРТИЗАЦІЇ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПЛАНІВ

Анотація. У статті досліджуються сучасні особливості створення бізнес-планів в Україні та за кордоном. Метою статті є визначення основних підходів до формування структури, розробки базових стандартів та застосування інформаційних технологій у процесах бізнес-планування. В ході дослідження виявлено, що саме завдяки бізнес-плану забезпечується ефективна координація основних функціональних підсистем суб'єкта бізнесу з метою забезпечення позитивного економічного результату. Бізнес-план є основним елементом бізнес-проєкту, який формує програму дій для досягнення певної економічної чи/та соціальної мети. У свою чергу, різноманітність бізнес-проєктів визначає складну систему класифікації бізнес-планів за низкою ознак, зокрема за суб'єктним складом, масштабністю, обсягом інформації, термінами планування, конфіденційністю тощо. Все це обумовлює необхідність стандартизації структури та методик розробки бізнес-планів. У практиці бізнесу використовується кілька методологічних підходів щодо планування бізнес-проєктів, котрі розроблені фахівцями відомих міжнародних організацій, банківських, комерційних та консалтингових структур і мають різні ступені складності та цільове спрямування. Виявлено, що в Україні відсутні єдині підходи щодо розробки бізнес-планів, а нормативне забезпечення цієї сфери потребує доповнення й оновлення. У той же час в ряді розвинених країн Європи, Америки та Азії застосовуються національні стандарти управління проєктами. Оскільки сфера бізнес-планування потребує обробки значної кількості даних різного характеру та складності, доведено доцільність активного застосування сучасних інформаційних технологій, що дозволяє значно підвищити її ефективність та забезпечити максимальну оперативність, наочність, варіативність і оцінку потенційних ризиків. Проведено функціональний аналіз відповідного програмного забезпечення та онлайн-ресурсів, які на практиці використовуються суб'єктами господарювання для створення бізнес-планів як в Україні, так і за кордоном і котрі значно варіюються за обсягом і способами подачі та обробки даних, рівнем підготовки залученого для їх створення персоналу, а також вартістю використання.

Ключові слова: бізнес-проєкт, бізнес-план, структура бізнес-плану, методика бізнес-планування, інформаційні технології, програмний продукт, онлайн-ресурс.

Shaleva O. I.

volex2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-4057-2789

Researcher ID: F-4533-2019

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor
of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics,
Lviv University of Trade and Economics, Lviv

MODERN APPROACHES TO TYPIZATION, STANDARDIZATION AND INFORMATIZATION OF BUSINESS PLANS

Abstract. The article investigates the modern features of business plans creating in Ukraine and abroad. The purpose of the article is to determine the main approaches to the formation of the structure, basic standards development and application of information technology in business planning processes. The study revealed that business plan provides effective coordination of the main functional subsystems of the business actors in order to ensure a positive economic result. The business plan is the main element of the business project, which forms an action program to achieve a certain economic and / or social goal. In turn, the diversity of business projects determines the complex system of business plans classification with a number of grounds, including the subject composition, scale, amount of information, planning deadlines, confidentiality etc. All this necessitates the standardization of business plans structure and methods of developing. In business practice, several methodological approaches to business process planning are used, which are developed by specialists of well-known international organizations, banking, commercial and consulting structures and have different degrees of complexity and purpose. It was found that in Ukraine there are no uniform approaches to the business plans development, and its regulatory support needs to be supplemented and updated. At the same time, national project management standards are applied in many developed European, American and Asian countries. Since business planning

requires the processing of a significant amount of data of different nature and complexity, the feasibility of active use of modern information technologies is proven, which can significantly increase its efficiency and ensure maximum efficiency, clarity, variability and assessment of potential risks. A functional analysis of the software and online resources used in businesses practice for business plans creating both in Ukraine and abroad, and which vary significantly in volume and methods of data submission and processing, the level of training involved for their staffing, as well as the cost of use.

Key words: business project, business plan, business plan structure, methods of business planning, information technologies, software and online resources.

JEL Classification: C89, D92, L20, M13, O22

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-16>

Постановка проблеми. Для сучасної як світової, так і вітчизняної економіки характерний високий рівень конкуренції між учасниками ринкових відносин та чіткий міжсуб'єктний розподіл сегментів ринку. Для належного функціонування суб'єктів бізнесу очевидно є необхідність використання професійного та системного підходу, пов'язаного з впровадженням бізнес-планування, що дає змогу отримати додаткові конкурентні переваги завдяки прогнозованій ефективності заходів, реалізованих цими суб'єктами. Основна мета бізнес-планування полягає у визначенні перспектив функціонування суб'єкта бізнесу (компанії) для його керівництва, акціонерів чи інвесторів. Відповідно, результатом бізнес-планування є розробка документа, що розкриває зміст організаційних, технологічних, комерційних, кадрових та інших процесів, які відбуваються всередині компанії і характеризують особливості, можливості й загрози для прийняття найбільш значущих управлінських рішень і вибору ефективної стратегії розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні теоретичні положення бізнес-планування були загалом розглянуті у численних працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як Албакі Б., Барроу П. [1], Берд П., Брінк І., Васильців Т. [2], Демиденко В., Діденко Є. [3], Кваша О. [4], Лаврів Л., Лосев В. [5], Покропивний С. [6], Різник В., Тасуєва А., Форд Б., Яременко О. та ін. Проте в цих дослідженнях основний акцент робився переважно на загальному аналізі структури та методології формування бізнес-планів, у той час як сучасні підходи, які визначають їх типи і стандарти розробки, вивчалися не так ґрунтовно, а особливості використання інформаційних технологій у бізнес-плануванні – взагалі епізодично.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження основних засад типізації бізнес-планів, світових та вітчизняних стандартів їх складання та аналіз програмного забезпечення, яке для цього використовується.

Виклад основного матеріалу дослідження. Загалом поняття бізнес-плану трактується у двох значеннях:

1. Як результат комплексного планування діяльності компанії, що здійснюється систематично, на регулярних засадах. У такому випадку бізнес-план – це письмовий документ, котрий є стратегічним планом створення і/або розвитку бізнесу компанії та відображає її поточний стан, цілі та стратегію їх досягнення, майбутні потреби й очікувані результати розвитку.

2. Результат одночасного планування, що здійснюється в межах проекту для вирішення певного стратегічного завдання. Тут бізнес-план – це основний документ інвестиційного проекту, котрий надається інвестору і в якому в стислій формі та загальноприй-

нятній послідовності розкриваються сутність, основні характеристики, фінансові результати й економічна ефективність проекту.

Головною особливістю бізнес-плану, котра відрізняє його від інших планів, які розробляються в компанії, є те, що він носить узагальнюючий, системний характер. У ньому взаємопов'язані внутрішні характеристики та функціональні сфери діяльності компанії з характеристиками і факторами зовнішнього середовища бізнесу – від технологічного забезпечення виробництва продукції до маркетингу і збуту цієї продукції.

Слід зазначити, що розробка бізнес-плану не є обов'язковою процедурою з погляду регуляторних і економічних законів, також його не перевіряють контролюючі органи. Будь-який суб'єкт господарювання може функціонувати і за його відсутності, однак без створення чіткого бізнес-плану організація скоординованих дій підсистем підприємства (компанії) стосовно досягнення певного економічного результату є абсолютно неможливою.

Узагальнено виділяють дві основні цілі розробки бізнес-планів – зовнішні та внутрішні. При досягненні зовнішньої цілі бізнес-план є інструментом для комунікації та залучення інвестора (кредитора) з метою отримання грошових засобів із зовнішніх джерел. Сутність внутрішньої цілі полягає в тому, що саме бізнес-план допомагає створити реальну планову основу для управління функціонуванням і розвитку бізнесу компанії шляхом розробки та постійного оновлення бізнес-плану. Таким чином, бізнес-планування може підвищувати ефективність управління, а сам бізнес-план забезпечує моніторинг та оцінку досягнутих результатів.

Слід зазначити, що будь-який бізнес-план розробляється безпосередньо в контексті підготовки і просування бізнес-проектів. В економічній науці під терміном “проект” розуміють обмежену в часі, цілеспрямовану зміну окремої системи з певними вимогами стосовно якості результатів, можливими межами витрат засобів і специфічною організацією [7]. Фактично проект містить програму дій, а також комплекс заходів для практичного впровадження певної ідеї, що характеризується пропозицією нової послуги, відкриттям бізнесу, виготовленням нової продукції тощо. Від проекту в загальному розумінні бізнес-проект відрізняється звуженою цільовою спрямованістю, яка полягає в одержанні економічної вигоди (підвищення доходів, зниження собівартості продукції, збільшення фінансового результату від операційної діяльності підприємства).

Бізнес-план є невід'ємною частиною будь-якого бізнес-проекту, його найважливішою складовою, і, своєю чергою, тільки наявність бізнес-проекту ініціює необхідність розробки бізнес-плану. Єдиного універ-

сального бізнес-плану, прийняттого для всіх суб'єктів господарювання та для будь-якої ситуації, не існує. Суттєва різноманітність бізнес-проектів і їх безпосередній зв'язок з бізнес-планами визначає складну систему класифікації останніх (рис. 1) [8]. Відповідно, при складанні бізнес-плану основний акцент робиться на різних моментах залежно від його виду та призначення, що дає змогу розробити найбільш коректний бізнес-план з урахуванням специфіки поточного проекту. Крім того, бізнес-план завжди складається з певною точністю, оскільки неможливо стовідсотково передбачити та гарантувати настання усіх подій, які зазначені в ньому. Для отримання максимально точних результатів слід враховувати внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на суб'єкт господарювання, зокрема попередні тенденції розвитку компанії, прогнози розвитку галузі, регіону та самого суб'єкта, інструментарій, який забезпечує функціонування суб'єкта господарювання в певних умовах тощо.

Сьогодні в практиці бізнесу використовується достатня кількість методик і стандартів розробки біз-

нес-планів. Найбільш відомі та апробовані методики таких міжнародних організацій, як UNIDO (United Nations Industrial Development Organization – Організація Об'єднаних Націй із промислового розвитку); EBRD (European Bank for Reconstruction and Development – Європейського банку реконструкції та розвитку); KPMG (KPMG International Cooperative – міжнародної мережі компаній, які займаються консультаційними, аудиторськими та іншими видами послуг); TACIS (Technical Assistance for the Commonwealth of Independent States – програми Європейського Союзу на допомогу новим незалежним державам Східної Європи і Центральної Азії) (колишнім республікам СРСР); а також фірм Ernst & Young Global Limited (міжнародної компанії-члена “Великої четвірки”, котра надає аудиторські, консультаційні, податкові та юридичні послуги); Coldman, Sachs & Co (однієї з найбільших інвестиційних компаній у США та світі) та Deloitte Touche Tohmatsu Ltd (міжнародної мережі компаній, які надають послуги в сфері аудиту та консалтингу, ще одного члена “Великої четвірки”) [7].

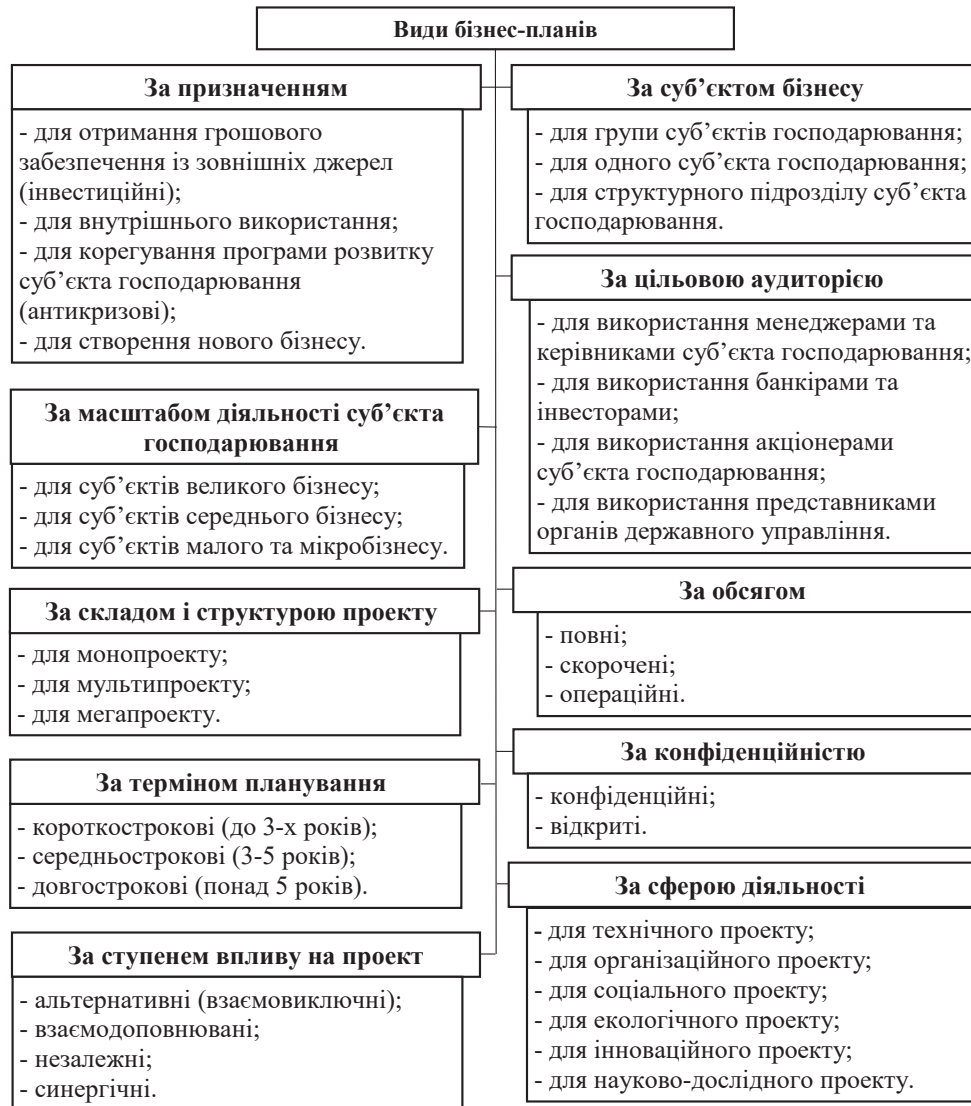


Рис. 1. Класифікація бізнес-планів

Джерело: розроблено за [2; 3; 5; 8]

Найбільш точною та деталізованою вважають методику UNIDO, де застосовується комплексний підхід, який потребує професійних знань і навичок у різних сферах (маркетинг, ринковий і фінансовий аналіз, управління персоналом тощо). Процедура створення типового бізнес-плану, запропонована експертами UNIDO в 1966 р., дає змогу його розробникові врахувати основні моменти щодо характеристики поточної чи запланованої діяльності суб'єкта господарювання та подавати результати у такому вигляді, який максимально підходить для сприйняття західними фінансистами. Саме ця методика є універсальною для спеціалістів у сферах інвестиційного проектування і фінансового аналізу в усьому світі, вона забезпечує збір необхідної інформації для прогнозування руху грошових засобів і для оцінки проекту за допомогою кількісних показників. Крім того, переважна більшість сучасних інформаційно-комп'ютерних систем бізнес-планування ґрунтуються на її засадах. Рекомендації UNIDO при підготовці бізнес-планів доцільно застосовувати, коли цього безпосередньо вимагає інвестор (банк) або якщо потрібен стандартний бізнес-план без конкретизованих специфічних вимог. Останній факт особливо актуальний для суб'єктів малого бізнесу, котрі тільки розпочинають свою діяльність і шукають потенційних інвесторів.

Методика UNIDO передбачає таку загальну структуру бізнес-плану (рис. 2).

Відповідно до UNIDO та як додаток до цієї методики було розроблено програмні продукти COMFAR і PHAROS [11]. Перший є електронною моделлю для проведення фінансового оцінювання інвестиційних проектів і слугує інструментом формування розділу "Фінансовий аналіз" бізнес-плану. Перша версія COMFAR була створена у 1983 р., а його останнє, третє покоління (COMFAR III Expert для Windows) – у 1995 р., що, зазнаючи регулярних оновлень, зараз доступне 19 мовами. Проте його суттєвим практичним недоліком є відсутність будь-якої прив'язки до вітчизняної законодавчої бази. Також відсутність багатовіконного

інтерфейсу робить програму достатньо важкою для розуміння алгоритмів розрахунку. PHAROS (Business Navigator) проводить моніторинг поточної діяльності підприємства за показниками, котрі відображають рівень витрат, рух грошових засобів, якість продукції, та забезпечує оцінювання результатів реалізації інвестиційних проектів. Однак спрощений підхід до опису діяльності підприємства суттєво зменшує можливість практичного використання програми.

Методика бізнес-планування, котру пропонує EBRD (ЄБРР), дещо схожа на методику UNIDO. Однак у першому випадку аналізується діяльність і суб'єкта господарювання, і галузі загалом, для чого формується окремий розділ бізнес-плану, а в другому – увага акцентується на показниках підприємства (компанії), у той час як оцінка галузі проводиться лише на рівні аналізу ринку [12].

Оскільки ЄБРР є банківською структурою, його цікавлять насамперед фінансові розрахунки. Відповідно, в процесі бізнес-планування приділяється особлива увага фінансовій стороні проекту щодо контролю й обліку позикових засобів, а також описується вся історія компанії від моменту її створення і до сьогодення. Методика EBRD достатньо трудомістка й витратна, потребує досвіду щодо формування бізнес-планів і тому підходить насамперед для великих підприємств, які мають значний економічний потенціал. Водночас бізнес-план за цим стандартом є найбільш стислим і рамковим, а його структуру формують фінансовий стан і кредитна історія компанії, інвестиційний план і структура фінансування проекту, графік фінансових потоків і його обґрунтування, наявність застави і поручителів, а також SWOT-аналіз.

Відповідно до основних принципів методики KPMG бізнес-план є одночасно управлінським інструментом для ефективного розвитку, розширення і поточного функціонування суб'єкта господарювання та інструментом продажу для залучення і збереження підтримки цього суб'єкта інвесторами. У цьому випадку інвесторам подається інформація про цільові ринки,

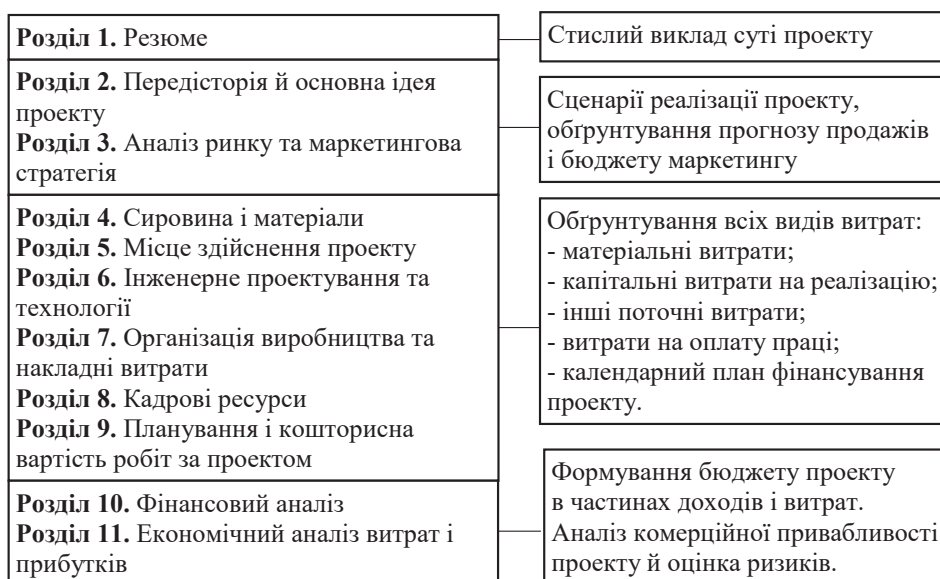


Рис. 2. Загальна структура бізнес-плану за методикою UNIDO

Джерело: розроблено за [8; 10]

присутніх на них конкурентів, опис продукції і послуг, структуру їх собівартості, рух грошових засобів, аналіз показників беззбитковості та термінів їх досягнення з урахуванням можливих ризиків і способів їх зниження. Фактично методика KPMG фокусується на управлінні, ринкових і фінансових прогнозах, однак не передбачає в структурі бізнес-плану таких розділів, як технологічний план або план виробництва [13]. Відтак оптимальний варіант її застосування – для зовнішніх стейкхолдерів, у разі, якщо недоцільно розкривати особливості технології і виробничих процесів. Бізнес-план за цим стандартом підходить для суб'єктів середнього і великого бізнесу, особливо якщо ті починають освоювати нові види виробництва.

Стандарт бізнес-плану TACIS застосовується в країнах Євросоюзу та містить перелік розділів з повним описом, коментарями та рекомендаціями щодо їх формування, а також макети таблиць і перелік використовуваних фінансових коефіцієнтів. Крім того, передбачені контрольні списки запитань, за допомогою яких можна швидко й ефективно розробити якісний бізнес-план, а особливий акцент робиться на контролі за якістю продукції та формуванні системи управління проектом. Останнє забезпечує ефективне використання стандарту в контексті реалізації бізнес-проектів підприємцями-початківцями [13]. При цьому експерти зауважують, що структура бізнес-плану, яку пропонує TACIS, є докладною, але надто розгалуженою. Слід зазначити, що через неефективне витрачання переважної більшості коштів програми (5 млрд дол. США), яке було підтверджене перевіркою ревізійної комісії, проект TACIS зупинено і відновлення його малоімовірно через світову фінансову кризу, що продовжується й сьогодні. Водночас відповідний стандарт розробки бізнес-плану й надалі використовується на практиці.

В Україні єдині вимоги щодо структури та методики розробки бізнес-планів відсутні. На державному рівні ще у вересні 2006 р. Міністерством економіки України було затверджено “Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств”, відповідно до яких бізнес-план має складатися з таких основних розділів: резюме, характеристика підприємства, характеристика продукції (послуг), що виробляється підприємством, дослідження та аналіз ринків збуту продукції (послуг), характеристика конкурентного середовища та конку-

рентні переваги, план маркетингової діяльності, план виробничої діяльності підприємства, організаційний план, план охорони навколишнього середовища, фінансовий план та програма інвестицій, аналіз потенційних ризиків, бюджетна та економічна ефективність інвестиційного бізнес-плану, соціально-економічні наслідки реалізації інвестиційного бізнес-плану [14]. Також у серпні 2010 р. Державне агентство з інвестицій та розвитку представило “Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів інвестиційних проектів”, за якими структура та методика складання бізнес-плану базувалася на стандартах UNIDO [15]. У той же час в ряді зарубіжних країн передбачено національні стандарти управління проектами. Так, у США діє NASA Project Management, у Великобританії – BSI BS 6079, OSCEng і APM Body of Knowledge, Німеччині – DIN 69901 і V-Modell, Швейцарії – VZPM і Hermes method, Франції – AFITEP, Канаді – CAN/CSA-ISO 10006-98, у Японії – P2M тощо [16].

Оскільки сучасні ринкові реалії є надзвичайно динамічними, то суб'єктові бізнесу потрібно максимально об'єктивно й оперативно планувати свою діяльність, що зробити без спеціального програмного забезпечення практично неможливо. Однією з популярних комп'ютерних програм, які дають змогу провести оцінювання інвестиційних проектів, сьогодні є аналітична система Project Expert (рис. 3) російської компанії Expert Systems. За її основу взято метод імітаційного моделювання, котрий, своєю чергою, ґрунтується на сценарному підході. Імітаційні моделі дають змогу опрацювати різні варіанти розвитку підприємства та стану його зовнішнього економічного середовища та перевіряти ідеї, гіпотези й припущення щодо функціонування бізнесу, аналізувати результати їх реалізації.

Діяльність суб'єкта бізнесу в такій моделі відтворюється через опис просування грошових потоків (надходжень, витрат, готівкових коштів (Cash-Flow)), як подій, що відбуваються в різний час. Шляхом моделювання діяльності підприємства та змін в економічному середовищі можна здійснювати як фінансове, так й інвестиційне планування, розробляти бізнес-плани, котрі відповідають міжнародним вимогам, а також оцінювати ефективність реалізації проектів. Крім того, Project Expert за допомогою модуля WhatIf&PlanFact

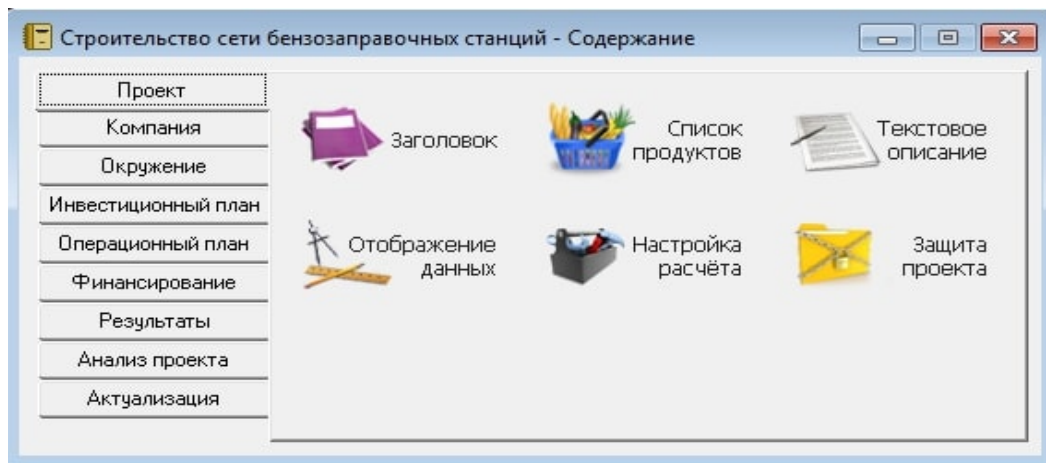


Рис. 3. Головне меню програми Project Expert

дає змогу аналізувати альтернативні варіанти розвитку проектів і, таким чином, визначати оптимальний напрям розвитку підприємства, підбирати найбільш ефективні схеми фінансування й умови кредитування, пропонувати варіанти закупівель, виробництва та збуту, оцінювати запас міцності бізнесу та вести контроль за реалізацією проектів [17].

Система дозволяє моделювати діяльність як суб'єктів малого, так і великого бізнесу та створювати проекти будь-якої складності – від розрахунку окупності нового обладнання до оцінювання ефективності диверсифікації діяльності підприємства. Також для підвищення ефективності використання системи остання, 7-ма, версія Project Expert доповнена масштабним функціоналом: розширеною довідкою з пошуком, функцією перерахунку валют, електронним підручником із вивчення системи, який ґрунтується на матеріалах сертифікаційних курсів. Водночас для роботи з програмою потрібне попереднє навчання.

Система Project Expert розроблена у мережевій та немережевій версіях і пропонується у варіантах Standard, Professional, Holding. Ціна ліцензійної версії починається від 75 тис. руб. (трохи більше 1000 дол. США за міжнародним курсом валют), вартість її річної підтримки – від 15 тис. руб. (близько 220 дол.), а навчання – від 12 тис. руб. (175 дол. за міжнародним курсом).

У практиці бізнесу активно використовується також програма американської компанії Palo Alto Software Business Plan Pro (рис. 4), що складається з методичної та фінансової частин і основною функцією якої є проведення аналізу ринку, генерування бізнес-планів і побудова графіків.

Базовий функціонал зосереджено в фінансовій частині, яка має достатньо простий і зрозумілий інтерфейс, а складання фінансового плану повністю автоматизоване та виконується покроково. Також у базі програми представлено понад 500 зразків бізнес-планів і передбачена можливість врахування побажань певного інвестора та внесення корективів у режимі

онлайн. Потрібні для роботи дані можна імпортувати з Excel та інших прикладних програм [18]. Оригінальна версія Business Plan Pro Standard коштує приблизно 100 дол. США, а Premier – близько 200 дол.

Програмний комплекс Business Plan PL (рис. 5) від PL Soft об'єднує цілий комплекс програм, за допомогою яких можна не лише розробляти бізнес-плани чи техніко-економічні обґрунтування, але й застосовувати їх для впровадження й аналізу інвестиційних проектів. Як і попередньо охарактеризовані продукти, він складається з текстової та фінансової частин.

Програма дозволяє розробляти проект бюджету підприємства, здійснювати його діагностику, аналізувати фактичні відхилення від плану, самостійно об'єднувати звіти й організувати колективну роботу з розробки бюджету, оптимізувати баланс готівкових коштів ((Cash-Flow) з урахуванням інвестиційної політики підприємства [19]. Нова версія Business Plan PL пристосована до будь-якого податкового законодавства та має значну кількість програмних розширень, зокрема:

- Business Plan PL Analyzer забезпечує побудову, розвиток і управління економічною моделлю підприємства;
- за допомогою Business Plan PL Integrator проводиться порівняння проектів і формується консолідована звітність;
- Business Plan PL Report Designer з допомогою простих візуальних інструментів складає звітність за фінансовими проектами та має розширені можливості для дизайну бізнес-плану.

Крім програмних пакетів, існують і онлайн-ресурси для розробки бізнес-плану. Перевагою останніх є можливість максимально швидкого доступу через мережу Інтернет, а також набагато нижча вартість, що дає можливість активно використовувати їх суб'єктам малого бізнесу, котрі переважно обмежені в фінансових ресурсах.

Наприклад, ресурс Bplans (рис. 6), розроблений вищезгаданою компанією Palo Alto Software, пропонує найбільшу колекцію безкоштовних зразків

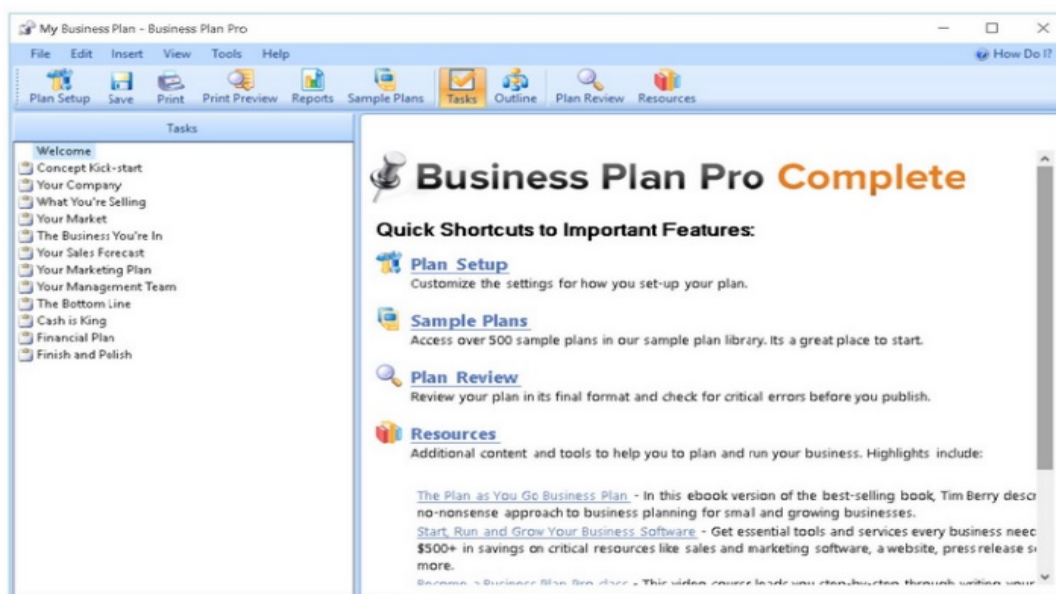


Рис. 4. Інтерфейс програми Business Plan Pro

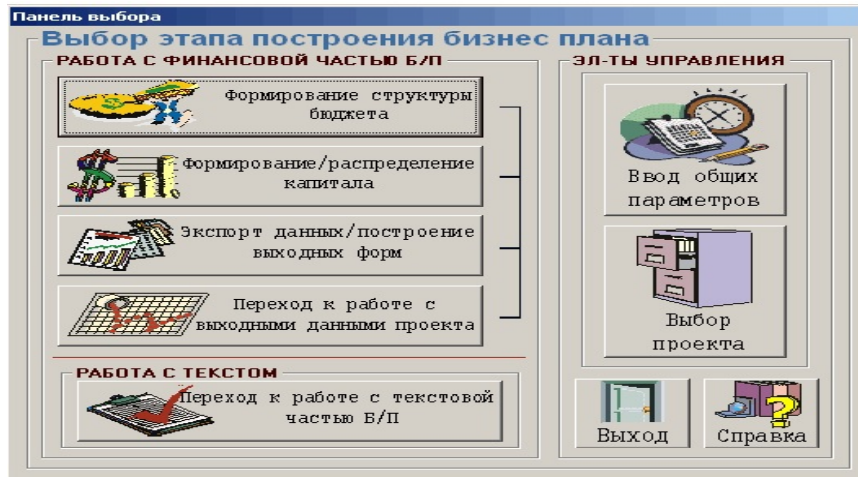


Рис. 5. Интерфейс текстової частини програми Business Plan PL

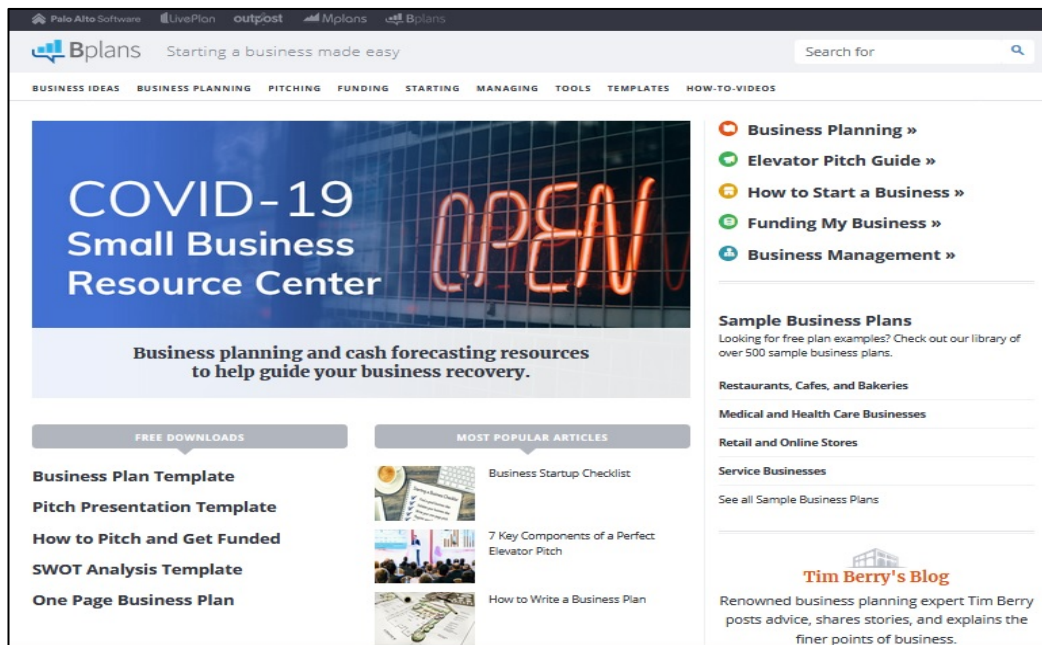


Рис. 6. Головна сторінка онлайн-ресурсу Bplans

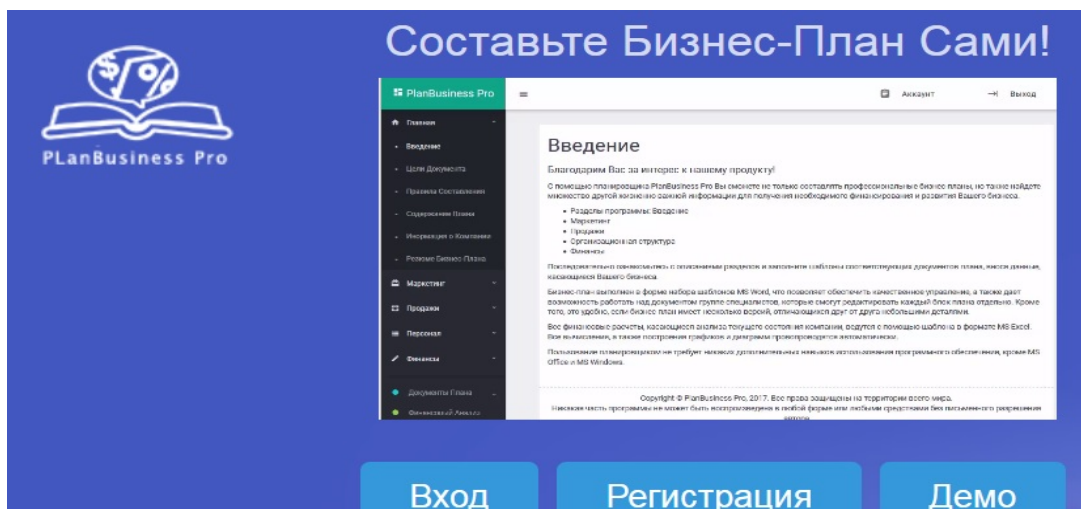


Рис. 7. Головна сторінка онлайн-ресурсу PlanBusinessPro

бізнес-планів для бізнесменів і стартаперів. Також Bplans містить практичні поради з питань планування, інтерактивні інструменти й калькулятори та публікує щоденні поради, які допомагають розвивати бізнес. Існує можливість замовлення створення бізнес-плану чи розробки фінансової моделі бізнесу, для чого слід заповнити спеціальну контактну форму [20]. Проте головним недоліком цього ресурсу є наявність лише англійської версії сайту.

Достатньо легко працювати з онлайн-планувальником PlanBusinessPro від Soft Intelligent (рис. 7).

Ресурс розроблено з урахуванням міжнародних стандартів планування бізнесу (EBPD, KPMG, TASIC, UNIDO) [21]. Усі його розділи виділені у вигляді окремих документів MS Word, а шаблони фінансових документів – сформовані в таблицях MS Excel, які підготовлені до роздруку. Вміст цих шаблонів можна змінювати, у той час як описи розділів програми для складання бізнес-плану захищені від копіювання. Також планувальник містить додаткові дані про типи інвесторів і посилання на інтернет-ресурси потенційних фінансових донорів.

Висновки з проведеного дослідження. Бізнес-планування та формування фінансової моделі суб'єкта господарювання є важливими елементами корпоративного планового процесу та процесу контролю. Бізнес-план на початку періоду дії є дороговказом, а в кінці – засобом оцінювання, за допомогою якого керівництво підприємства може визначити якість дій і скласти план заходів щодо покращення діяльності в майбутньому з урахуванням різних методичних підходів. Впровадження інформаційних технологій для бізнес-планування дає змогу ефективно й швидко планувати фінансово-господарську діяльність підприємства з метою досягнення певного фінансового результату, тобто чітко визначити цілі та встановлювати вимірювані контрольні показники діяльності, а також вчасно виявляти так звані “вузькі місця” в управлінні підприємством, використовуючи інструменти багатоваріантного аналізу.

ЛІТЕРАТУРА

- Barrow P. The Best Laid Business Plans : How to Write Them, How to Pitch Them / P. Barrow. [2nd ed]. London : Ebury Publishing, 2005. 224 p.
- Васильців Т. Г., Качмарик Я. Д., Блонська В. І., Лупак Р. Л. Бізнес-планування : навч. посібник. Київ : Знання, 2013. 207 с.
- Діденко Є. О., Нянчур Б. С. Бізнес-планування та його роль у стратегічному управлінні підприємством. *Економіка та держава*. 2016. № 12. С. 78–81.
- Кваша О. С., В. В. Фоміна Бізнес-планування у діяльності організації: європейські стандарти, основні методологічні підходи та базові процедури. *Економіка та суспільство*. 2017. № 12. С. 268–275.
- Покропивний С. Ф., Соболь С. М., Швиданенко Г. О., Дерев'яно О. Г. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування : навч. посібник [Вид. 2-ге, доп.]. Київ : КНЕУ, 2002. 379 с.
- Лосев В. А. Как составить бизнес-план. Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей. Москва : ООО “ИД Вильямс”, 2011. 208 с.
- Попов Ю. И., Яковенко О. В. Управление проектами : учеб. пособие. Москва : ИНФРА-М, 2012. 2028 с.
- Егупов Ю. А. Сущностная характеристика и классификация бизнес-планов. *Вісник Донецького університету. Серія : Економіка і право*. 2006. Т. 2. С. 82–90.
- Лапыгин Ю. Н., Лапыгин Д. Ю. Бизнес-план : стратегии и тактика развития компании. Москва : Изд-во “Омега-Л”, 2009. 350 с.
- Бизнес-план по методике UNIDO. URL: <http://www.proagro.com.ua/bp/planning/5930.html>.
- ICT Tools. United Nations Industrial Development Organization. URL: <https://cutt.ly/Sy1iFTW>.
- Требования Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР) к бизнес-планам. URL: <https://cutt.ly/Wy1ojWp>
- Стандарты написания бизнес-плана. URL: <https://teo.biz.ua/n196277-standarty-napisaniya-biznes.html>
- Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств: затв. Наказом Мініекономіки України від 06 вер. 2006 р. № 290. URL: <https://cutt.ly/gyMFJV9/>
- Методичні рекомендації з розробки бізнес-планів інвестиційних проектів: затв. Наказом Держагентства України з інвестицій та розвитку від 31 серп. 2010 р. № 73. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/FIN57802>
- Європейські стандарти бізнес-планування. URL: <https://cutt.ly/gy1oWf5>
- Project Expert – программа для разработки бизнес-планов и оценки инвестиционных проектов. URL: <https://www.expert-systems.com/financial/pe/>
- The #1 Business Planning Software Solution. URL: <https://www.businessplanpro.com/>
- О программе “Бизнес План PL”. URL: <http://md-bplan.ru/articles/html/article10288.html>.
- Bplans: Business Planning Resources and Free Business Plan Samples. URL: <https://www.bplans.com/>
- Составьте бизнес-план сами! URL: <https://planbusiness.pro/>

REFERENCES

- Barrow P. (2005), The Best Laid Business Plans : How to Write Them, How to Pitch Them, 2nd ed, Ebury Publishing, London, 224 p.
- Vasyl'tsiv, T. H., Kachmaryk, Ya. D., Blons'ka, V. I. and Lupak, R. L. (2013), Biznes-planuvannia: navch. posibnyk, Znannia, Kyiv, 207 s.
- Didenko, Ye. O. and Nianchur, B. S. (2016), Biznes-planuvannia ta joho rol' u stratehichnomu upravlinni pidpriemstvom, *Ekonomika ta derzhava*, № 12, s. 78–81.
- Kvasha, O. S. and Fomina, V. V. (2017), Biznes-planuvannia u diial'nosti orhanizatsii: ievropejs'ki standarty, osnovni metodolohichni pidkhody ta bazovi protsedury, *Ekonomika ta suspil'stvo*, № 12, s. 268–275.
- Pokropyvnyj, S. F. Sobol', S. M. Shvydanenko, H. O. and Derev'ianko, O. H. (2002), Biznes-plan: tekhnolohiia rozrobky ta obgruntuвання: navch. posibnyk, 2 nd ed, KNEU, Kyiv, 379 s.
- Losev, V. A. (2011), Kak sostavyt' byznes-plan. Praktycheskoe rukovodstvo s prymeramy hotovykh byznes-planov dlia raznykh otraslej, ООО “YD Vyl'iams”, Moskva, 208 s.
- Popov, Yu. Y. and Yakovenko, O. V. (2012), Upravlenye proektamy: ucheb. posobyе, YNFRA-M, Moskva, 2028 s.
- Ehupov, Yu. A. (2006), Suschnostnaia kharakterystyka y klassyfykatsiya byznes-planov, *Visnyk Donets'koho universytetu. Serii: Ekonomika i pravo*. Т. 2. S. 82–90.
- Lapyhyn, Yu. N. and Lapyhyn, D. Yu. (2009), Byznes-plan : stratehyu y taktyka razvytyia kompanyy, Yzd-vo “Omeha-L”, Moskva, 350 s.
- Byznes-plan po metodyke UNIDO, available at: <http://www.proagro.com.ua/bp/planning/5930.html>
- ICT Tools. United Nations Industrial Development Organization, available at: <https://cutt.ly/Sy1iFTW>

12. Trebovanyia Evropejskoho banka rekonstruktsyy y rozvytyia (EBRR) k byznes-planam, available at: <https://cutt.ly/Wy1ojWp>

13. Ctandaarty napysanyia byznes-plana, available at: <https://teo.biz.ua/n196277-standarty-napisaniya-biznes.html>

14. Metodychni rekomendatsii z rozroblennia biznes-planu pidpriumstv: zatv. Nakazom Minekonomiky Ukrainy vid 06 ver. 2006 r. № 290, available at: <https://cutt.ly/gyMFJV9/>

15. Metodychni rekomendatsii z rozrobky biznes-planiv investytsijnykh proektiv: zatv. Nakazom Derzhahentstva Ukrainy z investytsij ta rozvytku vid 31 serp. 2010 r. № 73, available at: <https://ips.ligazakon.net/document/FIN57802>

16. Yevropejs'ki standarty biznes-planuvannia, available at: <https://cutt.ly/gy1oWf5>

17. Project Expert – prohramma dlia razrobotky byznes-planov y otsenky ynvestytsyonnykh proektiv, available at: <https://www.expert-systems.com/financial/pe/>

18. The #1 Business Planning Software Solution, available at: <https://www.businessplanpro.com/>

19. O prohramme “Byznes Plan PL”, available at: <http://md-bplan.ru/articles/html/article10288.html>

20. Bplans: Business Planning Resources and Free Business Plan Samples, available at: <https://www.bplans.com/>

21. Sostav'te byznes-plan samy!, available at: <https://plan-business.pro/>

Стаття надійшла до редакції 10 червня 2020 р.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ

Збірник наукових праць

Випуск 26

Літературний редактор – Удовиченко В. О.

Коректор – Бабич В. І.

Підписано до друку 03.07.2020 р.

Формат 60x84/16. Папір офсетний.

Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.

13,72 ум. др. арк. 13,07 облік.-видавн. арк.

Тираж 300 прим. Зам. 159.

Віддруковано в друк. видавництва Львівського торговельно-економічного університету
79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10. Тел. 244-40-19. E-mail: drook@ukr.net
Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України
серія ДК № 5149 від 15.07.2016 р.