

# **ВІСНИК**

## **ЛЬВІВСЬКОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ АКАДЕМІЇ**

Збірник наукових праць

**СЕРІЯ ЕКОНОМІЧНА**

**ВИПУСК 50**

ЛЬВІВ  
ВИДАВНИЦТВО ЛЬВІВСЬКОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ АКАДЕМІЇ  
2016

Вісник Львівської комерційної академії / [ред. кол.: Башнянин Г. І., Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2016. – Вип. 50. – с. – (Серія економічна).

Збірник наукових праць  
Випуск 50

*Відповідно до Наказу МОН України № 241 (Додаток 9) від 09 березня 2016 року збірник включено до Переліку наукових фахових видань України.  
Друкується за ухвалою Вченої ради Львівської комерційної академії  
Протокол № 6 від 18 березня 2016 року.*

**Редакційна колегія:**

**Башнянин Григорій Іванович**, д.е.н., проф., (головний редактор);  
**Куцик Петро Олексійович**, к.е.н., проф., ректор ЛКА;  
**Семак Богдан Богданович**, д.е.н., проф., (заступник головного редактора);  
**Музичка Олександра Миронівна**, к.е.н., доц., (відповідальний секретар);  
**Анопій Віктор Володимирович**, д.е.н., проф.;  
**Шевчук Віктор Олексійович**, д.е.н., проф.;  
**Сафонов Юрій Миколайович**, д.е.н., проф.;  
**Шимановська-Діанич Людмила Михайлівна**, д.е.н., проф.;  
**Дайновський Юрій Анатолійович**, д.е.н., проф.;  
**Мізюк Богдан Михайлович**, д.е.н., проф.;  
**Єлейко Василь Іванович**, д.е.н., проф.;  
**Флейчук Марія Ігорівна**, д.е.н., проф.;  
**Міценко Наталія Григорівна**, д.е.н., проф.;  
**Редченко Костянтин Іванович**, д.е.н., проф.;  
**Васильців Тарас Григорович**, д.е.н., проф.;  
**Гальків Любов Іванівна**, д.е.н., проф.;  
**Ковтун Олег Іванович**, к.е.н., проф.;  
**Ковалик Наталія Василівна**, к.філол.н., доц.

*Відповідальний за випуск - д.е.н., проф. Семак Б. Б.*

© Львівська комерційна академія,  
2016

# ЗМІСТ

## СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

<i>Гонтарева І. В.</i> ЕФЕКТИВНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	5
<i>Васильців Т. Г., Ткачук І.-М. О., Рудик С. А.</i> ЧИННИКИ ПОСИЛЕННЯ ДИСБАЛАНСІВ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЇХ ПРОТИДІІ.....	9
<i>Семак Б. Б.</i> ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЕКОТЕКСТИЛЮ.....	14
<i>Скрипко Т. О.</i> УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ФІНАНСОВОГО ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ....	19
<i>Ситник Н. С.</i> ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ ТА МЕХАНІЗМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СФЕРИ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ.....	23
<i>Гальків Л. І., Гринкевич С. С., Крамченко Р. А.</i> СЕРЕДНІЙ КЛАС І ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ РОЗВИТКУ .....	29
<i>Дайновський Ю. А., Гліненко Л. К.</i> КОМУНІКАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ .....	35
<i>Боднар І. Р.</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПРИНЦИПІВ СИСТЕМНОГО ТА КОМУНІКАТИВНОГО ПІДХОДІВ ПРОЦЕСУ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ.....	40
<i>Ковтун Н. О., Ковтун О. І.</i> ЧИННИКИ ЗАНЕПАДУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ЗРОСТАННЯ .....	45
<i>Мельник І. М.</i> ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЧИННИКИ МОТИВАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	52
<i>Мисловська І. С.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ТА ЦІНИ МЕДИЧНОЇ ПОСЛУГИ .....	59
<i>Ноздріна Л. В., Манзюк О. О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОЕКТІВ МООС.....	64
<i>Олексин І. І.</i> ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БІРЖОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ.....	69
<i>Павлова М. Б.</i> РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ ФОРМАТІВ В УКРАЇНІ.....	75
<i>Підлипна Р. П.</i> АНАЛІЗ УЗГОДЖЕНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ДОПОМОГ ІЗ МАКРОЕКОНОМІЧНИМ СЕРЕДОВИЩЕМ В УМОВАХ ПОЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ...	79
<i>Антонюк Я. М., Шимановська-Діанич Л. М., Антонюк Т. Я.</i> ТЕНДЕНЦІЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ У СУЧАСНИХ ФОРМАТАХ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТА ЗАРУБІЖНОЇ ТОРГІВЛІ.....	85
<i>Ільчук О. О., Городня Т. А.</i> СУЧАСНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ.....	95
<i>Садніцька Т. Р., Порошко І. Г.</i> ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ТА ПРИЧИННИ ВИНИКНЕННЯ ТЕХНОГЕННИХ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ.....	99

## БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ

<i>Дайновський Ю. А.</i> ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ, ЗНАЧЕННЯ.....	105
<i>Гальків Л. І.</i> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПИТАННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	110

<i>Мороз Ю. Ю.</i>	УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЕКОЛОГІЧНО-ЕКОНОМІЧНИХ НАСЛІДКІВ ЧОРНОБИЛЬСЬКОЇ КАТАСТРОФИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ .....	115
<i>Воронко Р. М.</i>	ПОСЛІДОВНІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ .....	122
<i>Должанський А. М., Должанський М. О.</i>	ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ЗА ЦЕНТРАМИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ .....	130
<i>Курак А. І.</i>	ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ФОРМУВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕНЬ МАЙБУТНІХ ВИТРАТ І ПЛАТЕЖІВ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	134
<b>ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА</b>		
<i>Краснокутська Н. С., Тихонченко Р. С.</i>	ОСНОВНІ КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ЗБІЛЬШЕННЯ КЛІЄНТСЬКОЇ ЦІННОСТІ У ПІДПРИЄМСТВАХ .....	139
<i>Куцик В. І.</i>	МОДЕЛІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: ЗАКОРДОННИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ АСПЕКТИ .....	144
<i>Воронко О. С.</i>	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ .....	148
<i>Марко М. Я., Цегелик Г. Г.</i>	ЗАДАЧА РОЗПОДІЛУ РЕСУРСІВ МІЖ ПІДПРИЄМСТВАМИ ФІРМИ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ МАКСИМАЛЬНЕ ЗБІЛЬШЕННЯ ВИПУСКУ ПРОДУКЦІЇ .....	153
<i>Грищенко І. В., Білецька Н. В., Клівіденко Л. М.</i>	ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СИСТЕМНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ .....	157
<b>ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ</b>		
<i>Шевчик Б. М.</i>	ЕКОНОМІЧНИЙ ОРІЄНТАЛІЗМ: ШЛЯХ ВІД ПОСТЛЮДИНИ ДО ЛЮДИНИ .....	161
<i>Миронова М. І.</i>	ГІПЕРФУНКЦІОНАЛЬНА РІВНОВАГА ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ .....	166
<b>СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ</b>		
<i>Мізюк Б. М.</i>	МОДЕЛЮВАННЯ ЕВОЛЮЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПОНЯТТЯ ОРГАНІЗАЦІЇ .....	171
<i>Коляшко О. В.</i>	ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ПРАТ “МОРШИНСЬКИЙ ЗАВОД МІНЕРАЛЬНИХ ВОД “ОСКАР .....	177
<i>Фединець Н. І.</i>	ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ КРИЗИ .....	182
<i>Новостаська О. І.</i>	ТРУДОВИЙ РОЗПОРЯДОК В ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ВНУТРІШНЬООРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ .....	187
<i>Жихарцева О. О.</i>	УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВО-ФІНАНСОВИХ ГРУП ТА НАПРЯМИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ .....	192
<i>Митник С. І.</i>	КВАЛІФІКАЦІЯ ОБСЛУГОВУЮЧОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ .....	196

# СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

УДК 658.3:338.23

Гонтарева І. В.,

д.е.н., проф. кафедри економіки підприємства та менеджменту, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, м. Харків

## ЕФЕКТИВНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

**Анотація.** Сучасний підхід до взаємозв'язку між ефективністю підприємницької діяльності та інноваціями в сфері технологій, продуктів, ринкових відносин і організаційних форм є об'єктивною необхідною потребою з наукової та практичної точки зору. Використовуючи положення системного і проектного підходів по відношенню до процесу трансферу технологій, проведена часткова декомпозиція процесу трансформації технологій за рахунок виділення таких субпроцесів, як: формалізація знань, умінь і навичок, необхідних для передачі технології від її розробників до користувачів; виробниче навчання новим компетентностям персоналу організації-одержувача технології; адаптація, організаційне вбудовування інновацій в інфраструктуру додаткових, супровідних і допоміжних процесів. Здійснено якісний аналіз чинників ефективності інновацій та їх вплив на загальну ефективність підприємницької діяльності.

**Ключові слова:** підприємницька діяльність, інновації, трансфер технологій, ефективність, організаційні чинники.

Gontareva I. V.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economy of Enterprise and Management, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv

## EFFICIENCY OF ORGANIZATION OF TECHNOLOGIES TRANSFER IN THE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

**Abstract.** The modern approach to the relationship between the efficiency of entrepreneurship and innovations in the field of technology, products, market relations, and organizational forms is an objectively necessary requirement from both scientific and practical point of view. Using the provisions of system and project approaches towards the technology transfer process a partial decomposition of the technology transformation process by identification of the following subprocesses was conducted: formalizing the knowledge and skills required for the transfer of technology from its designer to the users; industrial training in new competences for personnel of technology-receiving organization; adaptation, organizational incorporation of innovations into the infrastructure of additional, supporting and auxiliary processes. Qualitative analysis of the innovation efficiency factors and their impact on the overall efficiency of entrepreneurship was carried out.

**Keywords:** entrepreneurship, innovation, technology transfer, efficiency, organizational factors.

**Постановка проблеми.** Організація трансферу технологій є об'єктивною необхідною потребою для підприємницької діяльності в Україні. З одного боку, вітчизняні виробничі потужності потребують докорінної модернізації на сучасній техніко-технологічній базі. З іншого боку, наукові та дослідно-конструкторські організації зацікавлені в спрощенні й прискоренні процесу комерціалізації їх інтелектуальної власності. Актуальність проблеми підтверджують результати оцінки глобального індексу інновацій [1]. За інтегральною оцінкою Україна в 2015 році посідала 64 місце

серед 141 країни світу. При цьому найбільше відставання від провідних країн існувало за показниками інституційної інфраструктури, зокрема організації інтелектуальної діяльності, по надходженнях і виплатах роялті та ліцензійних винагород, за ступенем фінансування нововведень з боку підприємницького сектора.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасний підхід до взаємозв'язку між ефективністю підприємницької діяльності та інноваціями в сфері технологій, продуктів, ринкових відносин і органі-

заційних форм започаткований ще дослідженнями Й. Шумпетера. Серед сучасних закордонних авторів, які розвивають його ідеї, слід виділити Р. Нельсона і С. Вінтера [2], М. Сімолі, Дж. Досі, Дж. Стігліца [3], С. Корія [4], Х. Чесброу [5]. Серед вітчизняних – М. Кизима [6], В. Кукобу [7], Л. Лігоненко [8], Ю. Лисенка та М. Румянцева [9], В. Пономаренка, Ю. Назарова та В. Свідерського [10] й інших. Визначаючи важливість отриманих ними результатів для сучасної науки і багато в чому спираючись на їх дослідження, автор статті, проте, вважає, що будь-які знання вимагають постійної валідації та подальшого розвитку.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є уточнення й аналіз організаційних чинників, що сприяють підвищенню ефективності трансферу технологій у підприємницькій діяльності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Фундаментальна роль технологічних інновацій у довгостроковому стійкому зростанні як національних економік, так і окремих підприємств є фактом загальнознаним і доведеним численними дослідженнями [6]. Серед ключових положень цих досліджень можна виділити наступні: технологічні інновації призводять до підвищення ефективності виробництва за рахунок зниження альтернативних витрат, підвищення якісних характеристик продукції, довгострокових ринкових переваг; трансфер технологій включає в себе процеси формування і дифузії нових знань – відкриття, випробування, імітація, адаптація; виникнення нової технології з використанням загальних і особистісних знань, з одного боку, вимагає зміни наукової парадигми в певній галузі, а, з іншого боку, включає еволюційний процес соціальної адаптації; ефективність трансферу технології залежить від здатності усвідомити, послідовно й оперативно пройти ті самі етапи, що пройшов новатор; динаміка поширення й освоєння нової технології нелінійна і часто ітеративна [2, 4].

Нелінійність та ітеративність поширення й освоєння нової технології можна пояснити тим, що сама по собі технологія – це спосіб поєднання праці з предметами і засобами праці в процесі отримання продукту. Тому недостатньо розробити нововведення і втілити в засоби праці та продукцію. Необхідно також розробити прийоми та методи праці, що слід застосовувати в умовах нововведення; включити їх у систему знань, умінь і навичок персоналу; сформувати нові функціональні зв'язки всередині трудового колективу, з урахуванням професійно-рольових і соціально-психологічних аспектів. Звідси можна виділити три організаційних субпроцеси в загальному процесі матеріалізації знань в інновацію і комерціалізацію цих інновацій – це формалізація знань, умінь і навичок, необхідних для передачі технології від її розробників до користувачів; виробниче навчання новим компетентностям; вбудовування інновацій в інфраструктуру додаткових, супровідних і допоміжних процесів.

Рівень формалізації знань, умінь і навичок, необхідних для трансферу та освоєння технології, визначається повнотою, точністю та ясністю переданої за ліцензійною угодою документації. Техніко-технологічна, техніко-економічна та організаційна документація стає комунікаційним каналом між розробником і споживачем інновації. Для зменшення ймовірності інформаційних збоїв і появи шумів нерозуміння технічний опис повинен супроводжуватися узгодженням тезаурусів відправника й одержувача. Тезаурус відображає індивідуальний склад і співвідношення термінів і понять, утворюючи з них семантичну мережу. Як основа професійного спілкування та взаєморозуміння фахівців поняття включає в себе властивість, що визначає приналежність даного поняття до певного класу предметів і / або явищ і ряд істотних властивостей, які розкривають застосування поняття в різних ситуаціях. Сторона, яка приймає технологію, вивчає предметну область, виділяє її складові, дає їм визначення (терміни), виявляє істотні властивості. Таким чином, утворюється понятійна модель, яка дозволяє вписати нововведення в існуючу інфраструктуру забезпечення підприємницької діяльності, комплекс додаткових і допоміжних процесів і функцій, які супроводжують основну діяльність. Як правило, інфраструктура включає: нормативно-правове забезпечення – застосування і дотримання норм чинного національного законодавства, розробку локальних нормативно-правових актів, у тому числі накази, посадові інструкції, експертні висновки щодо регламентації взаємовідносин усередині трудового колективу; забезпечення закріпленими і залученими ресурсами з контролем їх якості, способу й ефективності використання; організаційно-методичне забезпечення – сукупність документів організаційно-розпорядчого, організаційно-методичного, техніко-економічного та економічного характеру, що встановлюють правила, вимоги, характеристики, методи і способи, які використовуються при вирішенні завдань організації підприємницької діяльності; техніко-технологічне забезпечення конструкторською та технологічною документацією, нормами і нормативами, необхідними для контролю і безперервного вдосконалення якості процесів виробництва і реалізації продукції, а також створення умов охорони праці й техніки безпеки; інформаційне забезпечення, спрямоване на своєчасне надання персоналу достатньої й релевантної інформації за рахунок формування баз даних, визначення джерел і споживачів функціональної інформації, розробки та організації документообігу та інформації.

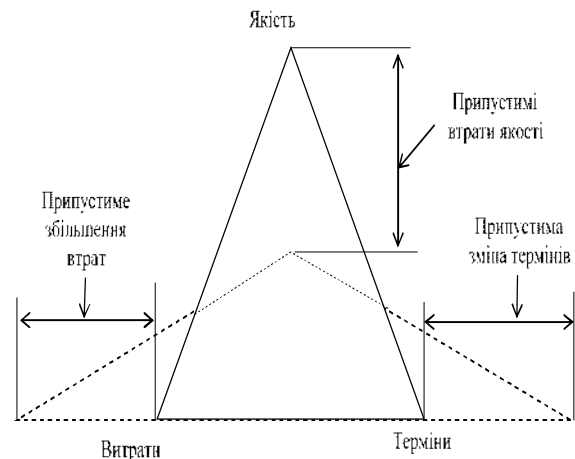
Однак не всі знання, а тим більше прийоми можна формалізувати, тому в ліцензійних угодах по трансферу складних технологій передбачаються консалтингові послуги з авторського нагляду і навчання персоналу. Отже, підприємці – розробники, консультанти або одержувачі інновації, повинні розуміти сутність виробничого навчання. Навчання є головним методом придбання необхідних нових компетентностей, а оскільки у підприємницькій

діяльності беруть участь дорослі люди, то навчання має здійснюватися на основі положень андрогогіки – науки щодо навчання дорослих. Серед положень можна виділити наступні: провідна роль у процесі навчання належить тому, кого навчають, а не тому, хто навчає. Той, якого навчають, має значний обсяг компетентностей і досвід їх застосування. Це не-реально усунути, а можна тільки систематизувати і відкоригувати таким чином, щоб нові знання і вміння стали комплементарними до існуючої системи; навчання можливе, якщо сформовані фахівці бачать перспективи й ефективність якнайшвидшого практичного застосування нових знань і вмінь, прагнуть до професійного зростання та повної самореалізації; процес виробничого навчання повинен бути організований у вигляді спільної діяльності учня і вчителя, з урахуванням індивідуальних особливостей виробничих, професійних і соціальних обмежень. Форми і процедури навчання, які відповідають положенням андрогогіки, повинні бути спрямовані на формування необхідного профілю компетентностей, професіоналізму і рішення проблем підприємницької діяльності. Основу повинні становити практичні заняття у вигляді тренінгів та коучингу, які мають високий ступінь гнучкості й адаптивності по відношенню до ситуативних характеристик об'єкта і суб'єкта навчання.

Удосконалення документації та розвиток кваліфікації персоналу порізно не забезпечить рівня активності фахівця та його відповідальності. Ефективна організація новаторської діяльності передбачає створення умов ціннісної орієнтації персоналу по відношенню до нововведень, оцінки інновації як події та процесу особистісно значимого. Реакція персоналу на нововведення може коливатися від активної участі в його реалізації до повного неприйняття і навіть протидії. При активній участі в якості мотиваторів виступають очікування високих економічних і соціальних, особистих і колективних досягнень. При повному неприйнятті й навіть протидії переважають мотиви захисту звичних умов і способів праці, наявного статусу і становища. Фактори індивідуальних і колективних позицій персоналу відкрито або латентно визначають особливості й ефективність процесу освоєння технологічних інновацій. Співвідношення індивідів і груп, що займають певну позицію, їх загальна значимість і конкретна роль у здійсненні нововведень, стадії й темпи самого інноваційного процесу створюють різні типи ситуативної поведінки і способів вирішення конфлікту – від адміністративного тиску до конформної прерогативи, тобто поступок на користь задоволення інтересів більш сильної сторони. У будь-якому випадку ефективними способами будуть: інформування, спрямоване на переформатування образу ситуації в свідомості деструктивних учасників; трансформація опору в конструктивний діалог.

Організація трансферу технології переслідує дві основні мети: підвищення потенціалу техніко-технологічної бази як передумови економічної

ефективності підприємницької діяльності; забезпечення виконання операції трансферу при дотриманні обмежень по термінах, витратах і якості, що пов'язано як із рівнем досягнення



першої цілі, так і ефективністю дій учасників трансферу. Терміни, витрати та якість трансферу досить жорстко пов'язані між собою, формуючи трикутник проектного менеджменту.

На рис. 1 безперервною лінією показаний плановий зв'язок показників трансферу, а пунктирною – гранично допустимий. Фактична форма трикутника є проміжною між плановою та граничною, а також залежить від ситуативних чинників – об'єктивних і/або суб'єктивних.

**Рис. 1. Варіації трикутника проектного менеджменту**

Проведений аналіз субпроцесів комерціалізації технологій показує, що якість і ефективність по кожному з них не гарантує загальну ефективність, а на передконтрактній стадії неможливо в повному обсязі задати вимоги до окремих етапів. Крім того, багато вимог носять якісний характер і не можуть служити основою для визначення обсягу робіт. Є ймовірність появи нових робіт, для яких методологія носить творчий, евристичний характер, а способи виконання – високий ступінь індивідуалізації і, відповідно, складність організації взаємодії учасників процесу. Стійкість процесу трансформації залежить від наявності додаткових ресурсів і швидкості їх актуалізації. При цьому комплексна ефективність трансферу повинна враховувати як витрати, пов'язані з потребою в резервах, так і можливі погіршення техніко-технологічних і економічних характеристик інновації, обумовлені її неповною інваріантністю до параметрів об'єкта впровадження.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** До основних результатів відноситься часткова декомпозиція процесу трансформації технологій за рахунок виділення таких субпроцесів, як: формалізація знань, умінь і навичок, необхідних для передачі технології від її розробників до користувачів; виробниче навчання новим компетентностям персоналу організації-одержувача

технології; адаптація, організаційне вбудовування інновацій в інфраструктуру додаткових, супровідних і допоміжних процесів. Проведено якісний аналіз чинників ефективності інновацій та їх вплив на загальну ефективність підприємницької діяльності. Обґрунтовано потребу в резервах часових і матеріальних ресурсів для забезпечення стійкості процесу трансферу. Обґрунтовано необхідність враховувати в розрахунках ефективності трансферу технології витрати адаптації технології до особливостей виробничої, соціальної й техніко-технологічної системи одержувача трансферу.

У подальших дослідженнях передбачається розробити методику оцінки адаптаційних витрат.

## ЛІТЕРАТУРА

1. The Global Innovation Index 2015 Effective Innovation Policies for Development [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/gii-full-report-2015-v6.pdf>.

2. Nelson R. An Evolutionary Theory of Economic Change / Richard R. Nelson, Sidney G. Winter; New edition – Harvard University Press, 1990. – 454 p.

3. Cimoli M. Policies and Institutional Engineering in Developing Economies [Electronic resource] / Mario Cimoli, Giovanni Dosi, Richard Nelson, Joseph Stiglitz New York/Oxford, Oxford University Press, 2008. – Access mode: <http://desh.xoc.uam.mx/eii/globelicswp/cimoli-dossi-nelson-paper.pdf>.

4. Corea S. Cultivating Technological Innovation for Development [Electronic resource] / Stephen Corea // The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries, 2000. – № 2. – P. 1-15. – Access mode:

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.195.6111&rep=rep1&type=pdf>.

5. Chesbrough H.W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology / H.W. Chesbrough // Harvard Business Review Press; First Trade Paper Edition, 2005. – 272 p.

6. Інновації: проблеми науки та практики : монографія / [під заг. ред. М. О. Кизима, В. С. Пономаренка]. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2011. – 272 с.

7. Кукоба В. П. Основні напрями робіт із забезпечення трансферу енергоефективних технологій на підприємствах / В. П. Кукоба // Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. праць. – К. : КНЕУ, 2015. – № 37. – С. 45-53.

8. Лігоненко Л. О. Цільові параметри планування інноваційного розвитку підприємства / Л. О. Лігоненко // Економіка розвитку. – 2015. – № 3(75). – С. 80-87.

9. Лысенко Ю. Г. Моделирование технологи-

ческой гибкости производственно-экономических систем : монография / Ю. Г. Лысенко, Н. В. Румянцев. – Донецк : ДонГУ, 2007. – 238 с.

10. Нанотехнологія та її інноваційний розвиток : монографія / [В. С. Пономаренко, Ю. Ф. Назаров, В. П. Свідерський та ін.]. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2008. – 280 с.

## REFERENCES

1. Cornell University, INSEAD, and WIPO (2015), “The Global Innovation Index 2015 Effective Innovation Policies for Development”, available at: <https://www.globalinnovationindex.org/userfiles/file/reportpdf/gii-full-report-2015-v6.pdf>.

2. Nelson, R. R. and Winter S. G. (1990), “An Evolutionary Theory of Economic Change”, new edition, Harvard University Press, Cambridge, USA.

3. Cimoli, M. Dosi, G., Nelson, R. and Stiglitz, J. (2008), “Policies and Institutional Engineering in Developing Economies”, Oxford University Press, New York / Oxford, USA. available at: <http://desh.xoc.uam.mx/eii/globelicswp/cimoli-dossi-nelson-paper.pdf>.

4. Corea, S. (2000), “Cultivating Technological Innovation for Development”, The Electronic Journal on Information Systems in Developing Countries, available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.195.6111&rep=rep1&type=pdf>.

5. Chesbrough H.W. (2005), “Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology, First Trade Paper Edition, Harvard Business Review Press, New York, USA.

6. Kyzym, M. O. and Ponomarenko, V. S. (2011), *Innovatsii: problemy nauky ta praktyky* [Innovation: science and practice problems], VD “ІНЖЕК”, Kharkiv.

7. Kukoba, V. P. (2015), “The main directions of work to ensure the transfer of energy efficient technologies in enterprises”, *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, vol. 37, pp. 45-53.

8. Lihonenko, L. O. (2015), “Targeted planning parameters innovative development of enterprise”, *Ekonomika rozvytku*, vol. 3(75), pp. 80-87.

9. Lysenko, Ju. G. and Rumjancev, N. V. (2007), *Modelirovanie tehnologicheskoy gibkosti proizvodstvenno-jekonomicheskikh sistem* [Modelling of technological flexibility of production and economic systems], DonGU, Doneck.

10. Ponomarenko, V. S. Nazarov, Yu. F. and Sviders'kyj, V. P. (2008), *Nanotekhnolohiia ta ii innovatsijnyj rozvytok* [Nanotechnology and innovative development], VD “ІНЖЕК”, Kharkiv.



*Васильців Т. Г.,*

*д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів, кредиту та страхування, Львівська комерційна академія, м. Львів*

*Ткачук І.-М. О.,*

*аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів*

*Рудик С. А.,*

*аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів*

## **ЧИННИКИ ПОСИЛЕННЯ ДИСБАЛАНСІВ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТА НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЇХ ПРОТИДІЇ**

***Анотація.** У статті досліджено сучасний стан та тенденції розвитку внутрішнього ринку в Україні. Особливу увагу приділено чиннику воєнних дій на Сході України, що призвів до погіршення його кількісно-якісних характеристик, які підсилили вплив негативних аспектів розвитку внутрішнього ринку і сформували низку нових проблем, пов'язаних зі погіршенням інвестиційного середовища і втратою частини капіталу та інноваційного потенціалу. Здійснено аналіз чинників посилення дисбалансів розвитку внутрішнього ринку пов'язаних із тінізацією й погіршенням інвестиційно-інноваційного клімату в умовах зовнішньої військової агресії. Обґрунтовано напрями державної політики та механізми протидії посиленню дисбалансів розвитку внутрішнього ринку України на його сучасному етапі. Передусім запропоновано реалізувати інституційний механізм, зорієнтований на зміну суперечливого інституційного базису, який створює основу для активізації тіньової ділової активності стосовно тимчасово окупованих територій Луганської й Донецької та прилеглих областей.*

**Ключові слова:** внутрішній ринок, розвиток внутрішнього ринку, військові дії на Сході України, тіньова економіка, інвестиційний клімат.

*Vasylytsiv T. G.,*

*Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Finances, Credit and Insurance, Lviv Academy of Commerce, Lviv*

*Tkachuk I.-M. O.,*

*Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv*

*Rudyk S. A.,*

*Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv*

## **FACTORS OF STRENGTHENING THE IMBALANCES OF DEVELOPMENT INTERNAL MARKET OF UKRAINE IN MODERN CONDITIONS AND DIRECTIONS OF GOVERNMENT POLICY OF THEIR COUNTERACTION**

***Abstract.** In the article the current state and trends of development of the domestic market in Ukraine are investigated. Particular attention is paid to the factor of military operations in Eastern Ukraine, which led to the deterioration of its quantitative and qualitative characteristics, that increased the influence of the negative aspects on the internal market development and formed a number of new problems related to the deterioration of the investment environment and the loss part of the capital and innovative potential. The analysis of the factors strengthening the domestic market imbalances associated with shadowing and deteriorating of investment and innovation climate in conditions of external military aggression is implemented. The directions of the state policy and mechanisms of counteraction to strengthening imbalances of the internal market of Ukraine development in its present stage are*

*substantiated. First proposed to implement institutional mechanism focused on changing the controversial institutional basis, which provides a source for enhancing the shadow business activity regarding the temporarily occupied territories of Lugansk and Donetsk and nearby regions.*

**Keywords:** internal market, the development of the internal market, military actions in Eastern Ukraine, shadow economy, investment climate.

**Постановка проблеми.** Воєнні дії на Донбасі стали потужним зовнішнім чинником, що позначився на обсягах і динаміці, структурних характеристиках розвитку внутрішнього ринку України та її регіонів. Беззаперечно, прямого впливу зазнав внутрішній ринок територій, що нині не підконтрольні українській владі, а також прилеглих до них районів Донецької та Луганської областей. Утім, це негативно позначилося і на функціонуванні внутрішнього ринку більшості південно-східних областей й мало суттєвий вплив на центральні та західні регіони держави.

Однією з найскладніших та у найбільшій мірі пов'язаних із військовими діями на Донбасі вад функціонування внутрішнього ринку України є його тінізація й погіршення інвестиційно-інноваційного клімату як на не підконтрольних територіях Донецької й Луганської областей, так і у прилеглих областях. Відтак, необхідним є впровадження низки механізмів державної політики та дієвих заходів протидії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження даної проблематики знайшло своє відображення у наукових працях вітчизняних науковців, серед яких, зокрема: В. Базилевич, О. Барановський, В. Бородюк, А. Базилюк, З. Варналій, А. Гальчинський, В. Геєць, П. Єщенко, Я. Жаліло, В. Засанський, Т. Ковальчук, І. Мазур, В. М. Геєць, Л. М. Борщ, Т.Й. Товт, О.Є. Кузьмін, Г.І. Климкова, М.В. Гаман, Л. І. Федулова, Б. А. Малицький, А. С. Попович, проте актуальність теми зумовлюється потребою в подальшому поглибленні досліджень у даному напрямку.

**Постановка завдання.** Метою статті є забезпечення комплексності, високої ефективності та синергізму державної політики, орієнтирами якої мають стати, по-перше, подолання системних вад і головних перешкод розвитку та державного регулювання внутрішнього ринку на сучасному етапі, по-друге, нівелювання негативної дії впливу на функціонування внутрішнього ринку військових дій на Сході України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Характерні тенденції розвитку внутрішнього ринку України впродовж 2014 р. – першої половини 2015 р. були зумовлені значною мірою військовими діями на Сході країни, які спричинили посилення негативних тенденцій, зокрема таких:

- *Загальне погіршення інвестиційного клімату*

Військові дії на Донбасі негативно позначилися на інвестиційній привабливості національного господарства України та його регіональних економіч-

них комплексів. Внаслідок військового конфлікту посилилася політико-економічна нестабільність, що стала суттєвою перешкодою для залучення зовнішніх і внутрішніх інвестицій, погіршення функціонування такого сегмента внутрішнього ринку, як ринок капіталу.

Військова інтервенція РФ в Донецькій та Луганській областях призвела до розбалансування міжгосподарських відносин в усіх сферах національної економіки.

Це спричинило катастрофічне зростання збитковості суб'єктів господарювання, що відображає втрату платоспроможного попиту з боку бізнес-середовища та зниження економічної активності й скорочення кількості підприємств як суб'єктів формування пропозиції та попиту на внутрішньому ринку.

- *Зниження інноваційної активності та пропозиції на внутрішньому ринку інноваційної продукції.*

Упродовж останніх років негативними тенденціями позначився інноваційний клімат, зокрема частка інноваційно активних промислових підприємств зменшилася загалом по державі та у більшості її регіонів. Раніше винятком становили Донецька та Луганська, а також Дніпропетровська області, що завжди були промисловими центрами залучення інвестицій, так само як і Волинська, Івано-Франківська, Сумська та Херсонська. Натомість в абсолютному вимірі кількість підприємств Донецької області, що займалися інноваціями, за останні роки скоротилася майже вдвічі – з 85 до 48 у 2014 р. У 2015 році значна кількість виробництва металургійної, машинобудівної, хімічної промисловості, що забезпечують значну частину внутрішнього виробництва інноваційної продукції, зазнали величезних втрат і частина припинила свою дію внаслідок військових дій та загостреної ситуації на прифронтових територіях.

*Посилення негативних тенденцій, пов'язаних із тінізацією внутрішнього ринку, зокрема:*

- істотно збільшилися обсяги контрабанди як із тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей в Україну, так і у зворотному напрямі, часто з нелегальним переміщенням відповідних товарів територією РФ;

- з українських територій інтенсивно нелегально вивозять товари сировинного характеру, натомість на територію України завозять контрабандну неякісну продукцію, що виготовляється у межах так званих ДНР та ЛНР;

- загострення ескалації конфлікту між Україною та РФ не лише призвело до контрабанди товарів та послуг, а й активізувало нелегальні міграційні процеси;

- загальний обсяг та рівень тіньової економіки в Україні суттєво зріс;

Наявність вищеперелічених негативних тенденцій та аспектів розвитку внутрішнього ринку України загалом обумовлена двома групами чинників.

Перші пов'язані з відсутністю дієвих структурних реформ та інституціональних змін в економіці, недоліками системи державного регулювання і його сегментів.

Другі – із зовнішньою військовою агресією на Донбасі, яка призвела до посилення політико-економічної нестабільності, макроекономічних кризових явищ, загострення проблем у фінансовій системі держави.

Зокрема, чинниками, які призводять до посилення дисбалансів у контексті тінізації внутрішнього ринку України в умовах воєнних дій на Донбасі, а також перешкоджають ефективному використанню його потенціалу, є:

- наявність суперечливого інституційного базису, що створює основу для активізації тіньової ділової активності, зокрема надання АР Крим статусу вільної економічної зони, двосторонніх домовленостей між Україною та РФ щодо поставок із тимчасово окупованих територій, які фактично є контрабандними;

- недостатність запроваджених економічних санкцій проти РФ, які формують підстави для активізації "сірого" імпорту з її території;

- існування широкомасштабної корупції як з боку окремих представників органів влади та військових України, так і з боку тимчасово окупованих територій та РФ. Це формує базис для налагодження потужних організованих злочинних угруповань;

- істотні дисбаланси між цінами на товари в Україні, РФ та на тимчасово окупованих територіях, які створюють значну мотивацію для контрабандних потоків;

- загострення економічної кризи, що стає передумовою для відходу суб'єктів господарювання на внутрішньому ринку України у тіньовий сектор;

- здійснення популістських заходів вітчизняними політиками в умовах проведення виборів до місцевих органів влади, які підживлюють суспільно-інформаційне середовище дисбалансування стану функціонування внутрішнього ринку держави.

Необхідно наголосити на тому, що подолання багатьох проблемних аспектів розвитку та структурної незбалансованості внутрішнього ринку України, яка особливо посилилася у 2014-2015 рр. через зовнішню військову агресію на Сході держави, безпосередньо залежить від критичної зміни ставлення, підтримки і сприяння зростанню інвестиційно-інноваційної активності суб'єктів внутрішнього ринку.

На даний момент для внутрішнього ринку України характерною є наявність таких дестабілізуючих чинників функціонування інвестиційно-інноваційному ринку в умовах воєнних дій на

Донбасі, як: недостатні обсяги залучення інвестиційних ресурсів в інноваційні процеси, зокрема не сформовані умови для розвитку інституцій венчурного фінансування, які в економічно розвинених країнах вважаються одним із найефективніших інструментів залучення інвестицій в інноваційну сферу.

В Україні основним джерелом фінансування інноваційних витрат залишаються власні кошти підприємств. Це зумовлено дією наслідків воєнних дій на Донбасі, побоюваннями інвесторів щодо порушення стабільності у фінансовій сфері, зумовленими посиленням ризиків, які пов'язані з подальшими девальваційними очікуваннями та скороченням основних показників функціонування реального сектору, подорожчанням кредитних ресурсів, а також відсутністю дієвих інституційних та фіскальних стимулів залучення коштів вітчизняних та іноземних інвесторів в інноваційні процеси;

- обмежений обсяг фінансування (підтримки) наукової діяльності з державного бюджету. Рівень витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт за рахунок держбюджету в Україні є одним із найнижчих порівняно з розвиненими країнами світу;

- низький рівень попиту на інноваційну та науково-технологічну продукцію, що пов'язано зі зниженням реального рівня доходів населення та зниженням його купівельної спроможності, який призводить до подальшого нарощування технологічного відставання України від розвинених країн та збереження технологічного дисбалансу внутрішнього ринку країни.

Таким чином, з метою усунення перешкод та проблем, пов'язаних із тінізацією внутрішнього ринку України, пропонуємо передусім реалізувати інституційний механізм, зорієнтований на зміну суперечливого інституційного базису, який створює основу для активізації тіньової ділової активності стосовно АР Крим та тимчасово окупованих територій Луганської й Донецької областей. Заходами цього механізму має стати:

- законодавча відміна статусу вільної економічної зони АР Крим; ліквідація двосторонніх домовленостей між Україною та РФ, особливо щодо поставок товарів через тимчасово окуповані території Донецької та Луганської областей;

- посилення активних консультацій зі стратегічними партнерами України (насамперед США та країнами ЄС) щодо можливості подальшої військової підтримки та введення миротворчих батальйонів ООН на територію України, стратегічним орієнтиром чого є відновлення контролю на всіх ділянках кордону між Україною та РФ, а також подальше блокування кордону між Україною та тимчасово окупованою АР Крим.

Економічний механізм у цій сфері слід спрямувати на посилення економічних санкцій проти РФ, зокрема:

- припинення поставок товарів та послуг із України в РФ та тимчасово окупованої АР Крим, Донецької та Луганської областей, у тому числі електроенергії та води;

- припинення поставок товарів та послуг з РФ в Україну;

- вирівнювання цінових дисбалансів між вартістю товарів в Україні та на тимчасово окупованих територіях шляхом додаткового оподаткування товарів, які спрямовуються у АР Крим та РФ, а також припинення соціальних виплат на тимчасово окупованій території.

Не менш важливими слід вважати й заходи у межах суспільно-громадського механізму детінізації внутрішнього ринку, спрямовані на ліквідацію корупційних проявів і фактів сприяння контрабанді на блокпостах серед окремих військових та добровольців, а також представників органів державної влади, у компетенцію яких входить регулювання ситуації на лінії розмежування.

Досвід економічно розвинених держав, а також результати ідентифікації недоліків, причин і перешкод якісного посилення інноваційної активності суб'єктів вітчизняного внутрішнього ринку дають підстави до висновку, що найбільш дієвим за сучасних умов для розвитку внутрішнього ринку інновацій та високих технологій і посилення його позитивного впливу на параметри внутрішнього ринку України є впровадження інституційного механізму, зокрема його інституційно-правового, інституційно-економічного та інфраструктурного складників.

По-перше, необхідним є формування інституційно-правового базису розвитку внутрішнього ринку інновацій та високих технологій. Для цього варто розробити комплексну стратегію інноваційного розвитку України з визначенням стратегічних пріоритетів формування та реалізації збалансованої державної політики з питань забезпечення розвитку національної інноваційної системи; створити державну інституцію управління розвитком інноваційної сфери з делегуванням їй функції координації дій усіх органів виконавчої влади щодо здійснення державної інноваційної політики, а також визначенням завдань, відповідальності та повноважень органів державного управління щодо інноваційного розвитку економіки на всіх рівнях системи управління; здійснювати постійний моніторинг інноваційної активності галузей, виробництв, регіонів, підприємств, реалізації пріоритетів та програм, оцінювання ефективності використання державних коштів учасниками інноваційних процесів; внести зміни до Податкового кодексу України щодо податкового стимулювання підприємств, які реалізують інноваційні проекти; забезпечити взаємозв'язок між державною інноваційною політикою та військовою доктриною у спосіб розроблення стратегії реформування і розвитку ОПК, яка б враховувала передові науково-технологічні досягнення з метою зменшення імпортозалежності в тих сферах виробництва, що є стратегічно важливими для забезпечення національної безпеки та оборони.

По-друге, назріла актуальність реформування системи інституційно-економічного забезпечення розвитку внутрішнього ринку інновацій та високих

технологій. Для цього необхідно стимулювати залучення інвестиційних ресурсів в інноваційні процеси у спосіб створення окремого відомства в межах Міністерства економічного розвитку та торгівлі України, яке б займалося залученням внутрішніх та зовнішніх інвестицій у високотехнологічні виробництва, надання державних гарантій інвесторам щодо вкладених інвестицій, а також забезпечення доступу інвесторів до отримання кредитних ресурсів через удосконалення механізмів пільгового кредитування інвестиційних проектів; сформувати умови для розвитку інституцій венчурного фінансування у спосіб страхування ризиків венчурних фондів, підвищення рівня інформаційного забезпечення діяльності венчурних компаній; запровадити пакет фіскальних стимулів завдяки застосуванню податкових знижок до підприємств, що здійснюють НДДКР, запровадження інвестиційно-інноваційного податкового кредиту щодо сплати податку на прибуток, отриманого від реалізації інноваційної продукції; ввести пришвидшену амортизацію основних фондів для виробників високотехнологічної продукції; розробити й забезпечити реалізацію державної програми з розвитку банківського кредитування інноваційної діяльності промислових підприємств, у якій передбачити преференції та гарантійні механізми на зразок державного страхування кредитів для банків, які вкладають кошти в інноваційну діяльність промислового сектору, зокрема високотехнологічних виробництв.

По-третє, йдеться про формування інституційної інфраструктури інтеграції науково-дослідної та інноваційної діяльності на внутрішньому ринку держави. Для цього необхідно: створити умови для зміцнення зв'язків між учасниками інноваційного процесу з метою розвитку співпраці щодо створення та використання наукових досліджень і розробок у виробничих процесах промисловості, зокрема у спосіб створення на базі освітніх та науково-дослідних інституцій інноваційно-посередницьких структур, що надаватимуть організаційну допомогу вітчизняним розробникам у пошуку замовників інноваційних розробок, а також завдяки проведенню конференцій, презентацій, ярмарків з метою ознайомлення представників промислового сектору з наявними науково-технічними розробками; стимулювати розширення мережі та підвищення ефективності вже існуючих об'єктів інноваційної інфраструктури у спосіб звільнення учасників інноваційного процесу, які функціонують у межах цих об'єктів, від податку на прибуток, а обладнання, що ввозиться, від податку на додану вартість та ввізного мита за умови наявності програми створення нового або модернізації існуючого виробництва; забезпечити дотримання зобов'язань органів державної та місцевої влад щодо фінансування облаштування інноваційної інфраструктури на землях муніципальної й державної форм власності з, відповідно, державного та місцевих бюджетів ініціаторів створення таких структур.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Внутрішній ринок не виконує на сьогодні свою важливу роль і базові функції в забезпеченні життєдіяльності соціально-економічної системи держави, економічного зростання та підвищення якості життя населення.

Проблема актуалізується й тим, що негативного впливу воєнних дій на Донбасі зазнали практично всі сегменти внутрішнього ринку держави: ринки товарів та послуг, праці й зайнятості, капіталу та інвестицій, інновацій і високих технологій. Ситуація негативно позначається на діловому середовищі та розвитку приватного бізнесу, якості життя населення на всій території держави.

При цьому зовнішня військова агресія є не єдиним джерелом проблем та перешкодою розвитку внутрішнього ринку. Сюди варто віднести і слабкість структурних реформ та інституціональних змін, недостатньо ефективну державну політику в умовах посилення зовнішніх та внутрішніх ризиків і загроз.

Усунення цих негативних тенденцій та забезпечення сталого і структурно збалансованого розвитку внутрішнього ринку України та її регіонів об'єктивно потребує нових, більш дієвих і адаптованих до сучасної ситуації соціально-економічного розвитку держави рішень. У процесі вдосконалення державної політики розвитку внутрішнього ринку потребує особливого врахування чинник зовнішньої агресії на Донбасі та його вплив на зв'язки і параметри системи внутрішнього ринку держави.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Тенденції тіньової економіки в Україні I квартал 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=da243606-8d4b-49f5-9fa4-34994d5db4d2>
2. Кулицький С. П. Про перспективи розвитку української економіки у 2016 р. / С. П. Кулицький // Резонанс. – 2016. – № 3. – С. 3-17.

3. Doing Business 2015: Going Beyond Efficiency [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB15-Full-Report.pdf>.

4. Новий курс: Реформи в Україні 2010-2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/books/2010/10nandop1.pdf>.

5. Тищук Т. А. Тіньова економіка в Україні: масштаби та напрями подолання: аналітична доповідь / Т. А. Тищук, Ю. М. Харазішвілі, О. В. Іванов; [за заг. ред. Я. А. Жаліла]. – К. : НІСД, 2011. – 96 с.

6. Сподіна В. О. Проблеми ефективної реалізації інноваційної діяльності в Україні / В. О. Сподіна // Реформування фінансово-економічної системи: погляд у майбутнє. Ч. 1. – Львів : ЛЕФ, 2013. – С. 90-93

#### REFERENCES

1. Tendentsii tin'ovoi ekonomiky v Ukraini I kvartal 2015 roku, available at: <http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=da243606-8d4b-49f5-9fa4-34994d5db4d2>
2. Kulyts'kyj, S. P. (2016), Pro perspektyvy rozvytku ukrains'koi ekonomiky u 2016 r., *Rezonans*, № 3, s. 3-17.
3. Doing Business 2015: Going Beyond Efficiency, available at: <http://www.doingbusiness.org/~media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/English/DB15-Full-Report.pdf>.
4. Novyj kurs: Reformy v Ukraini 2010-2015, available at: <http://www.nbuv.gov.ua/books/2010/10nandop1.pdf>.
5. Tyschuk, T. A. Kharazishvili, Yu. M. and Ivanov, O. V. (2011), *Tin'ova ekonomika v Ukraini: masshtaby ta napriamy podolannia: analit. dop.* NISD, K., 96 s.
6. Spodina, V. O. (2013), Problemy efektyvnoi realizatsii innovatsijnoi diial'nosti v Ukraini, *Reformuvannia finansovo-ekonomichnoi systemy: pohliad u majbutnie*, Chastyna 1, LEF, L'viv, s. 90-93.

Семак Б. Б.,

д.е.н., проректор з наукової роботи, проф. кафедри маркетингу, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЕКОТЕКСТИЛЮ

**Анотація.** Стаття акцентує увагу на загальносвітовій тенденції формування ринків екологічно безпечних товарів, у тому числі екологічно безпечного текстилю (екотекстилю). Сформульовано теоретико-методологічні підходи до формування та забезпечення ефективного функціонування ринку екотекстилю в Україні. Показана роль і значимість луб'яних волокон і рослинних барвників у формуванні асортименту, властивостей, рівня якості та екологічної безпечності екотекстилю. Розглянуто особливості інформаційного забезпечення названого ринку. Цілями статті були виявлення, вивчення та аналіз чинників, які сприяють або ж, навпаки, не сприяють формуванню та розвитку ринку екотекстилю в Україні. Наголошено на необхідності застосування інструментів екологічного маркетингу та менеджменту на вітчизняному ринку екотекстилю.

**Ключові слова:** ринок екотекстилю, екологічний маркетинг, екологічна безпечність, інформаційне забезпечення, економічна доцільність.

Semak B. B.,

Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector for Research, Professor of the Department of Marketing, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## PROBLEMS OF FORMING OF THE DOMESTIC MARKET OF ECO-TEXTILES

**Abstract.** The article focuses on the global trends in the development of environmentally friendly products markets, including environmentally friendly textiles (eco-textiles). Formulated the theoretical and methodological approaches to the formation and effective functioning of the eco-textiles market in Ukraine. The role and significance of bast fibers and vegetable dyes in the formation of product range, properties, level of quality and environmental safety of eco-textiles are showed. The features of information support of the mentioned market are considered. The purpose of the article was to identify, study and analyze the factors that contribute to or, conversely, do not contribute to the formation and development of the eco-textiles market in Ukraine. The necessity of use of environmental marketing and management instruments in the domestic market of eco-textiles is emphasized.

**Keywords:** market of eco-textiles, environmental marketing, environmental safety, information support, economic feasibility.

**Постановка проблеми.** Постійне розширення асортименту та збільшення обсягів виробництва екологічно безпечних груп товарів (особливо харчових продуктів, товарів текстильної й легкої промисловості та інших) останніми роками в багатьох економічно розвинутих країнах світу обумовило необхідність формування нових спеціалізованих товарних ринків та розроблення теоретико-методологічних основ їх формування та функціонування. При цьому найбільш актуальними і не до кінця вирішеними на цих ринках виявилися такі проблеми:

– необхідність обґрунтування оптимальної асортиментної структури екоринків у відповідності з існуючими екологічними потребами споживачів цих товарів;

– інформаційного забезпечення їх формування та функціонування;

– створення відповідних еколого-економічних механізмів управління ринками при відповідній державній підтримці їх розвитку;

– вибору ефективних інструментів екологічного маркетингу та менеджменту для найбільш повного задоволення потреб споживачів екологічно безпечних товарів у довготривалій перспективі;

– проведення систематичних маркетингових досліджень та прогнозування кон'юнктури ринків екологічно безпечних товарів.

У даній роботі ми обмежимося тільки розглядом окремих проблем, пов'язаних із формуванням вітчизняного ринку екотекстилю, використовуючи вивчення та узагальнення позитивного досвіду функціонування інших товарних ринків [1, 2, 3, 4], зарубіжного досвіду, а

також результати наших багаторічних досліджень цієї різнопланової проблеми [5, 6, 7, 8].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Необхідно зазначити, що проблема формування асортименту, якості, екологічної безпечності різних за призначенням груп екологічно безпечних товарів і створення на їх основі окремих спеціалізованих екоринків в останні роки широко дискутується на різноманітних міжнародних, регіональних і міжвузівських науково-практичних конференціях. Результати дослідження цих проблем узагальнені у деяких монографічних виданнях і дисертаційних роботах. Так, наприклад, створенню теоретико-методологічних засад формування ринку традиційних і екологічно безпечних товарів в останнє десятиріччя присвячені монографії Б. В. Буркинського, О. О. Веклич, Т. П. Галушкіної, І. З. Должанського [2], С. М. Ілляшенка [1], Л. Г. Мельника, Т. О. Осташко [3,4], О. В. Прокопенко, О. В. Садченко, Т. М. Скрипчука, В. О. Точиліна, С. К. Харічкова та інших.

Що стосується вітчизняного ринку екотекстилю, то він тільки формується і його успішний розвиток вимагає скоординованих зусиль фахівців різного профілю (технологів, хіміків, екологів, дизайнерів, маркетологів, товаровзнавців і інших) і відповідної державної підтримки, як це прийнято у багатьох економічно розвинутих країнах світу.

Успішному вирішенню цього завдання сприятиме розроблення нових і вдосконалення існуючих нормативних документів, регламентуючих вимоги до екотекстилю різного цільового призначення, критеріїв і методів оцінювання його екологічної безпечності, а також врахування вимог існуючих міжнародних екологічних стандартів у сфері текстильного виробництва.

Слід зауважити, що процес формування ринку екотекстилю в Україні в останні роки суттєво активізувався (після вступу України до СОТ), коли ринок України став постійно насичуватися різноманітними видами екологічно безпечних товарів, включаючи і текстильні матеріали й вироби різного цільового призначення, будови та способів виробництва [8].

**Постановка завдання.** Наведена у літературних джерелах [1,2,3,4] інформація щодо проблем формування в Україні останніми роками ринків екологічно безпечних груп товарів (особливо харчових продуктів, товарів легкої й текстильної, фармацевтичної та інших галузей промисловості) містить тільки загальні теоретико-методологічні підходи до формування, функціонування та перспектив розвитку названих ринків. Що стосується питань формування та функціонування вітчизняного ринку екотекстилю, то вони вимагають більш глибокого дослідження та конкретизації з урахуванням специфіки розвитку окремих підгалузей текстильного виробництва, врахуванням останніх досягнень нано-, біо- і хімічних технологій у цих підгалузях, а також

позитивного зарубіжного досвіду. Першочергового вирішення для потреб формування вітчизняного ринку екотекстилю, на нашу думку, вимагають наступні питання:

- вивчення та узагальнення фактичних потреб споживачів у конкретних видах екотекстилю одягового, інтер'єрного, технічного та спеціального призначення;

- вибір та обґрунтування найбільш ефективних критеріїв сегментації ринку екотекстилю, формування виділених сегментів та оцінка перспектив їх розвитку;

- вивчення технологічних, асортиментних, фінансових можливостей вітчизняних текстильних підприємств забезпечити виробництво тих видів екотекстилю різного цільового призначення, на які вже сформувався попит;

- створення необхідного інформаційного забезпечення для ринку екотекстилю, враховуючи відсутність даних державної та галузевої статистичної звітності (про обсяги виробництва, збуту та імпорту основних видів екотекстилю, а також обмеженість інформації (придатної для потреб цього ринку) в існуючих вітчизняних стандартах);

- поглиблення дослідження проблем, пов'язаних із формуванням і функціонуванням вітчизняного ринку екотекстилю, вченими та фахівцями науково-дослідних установ і вузів сфери легкої промисловості та торгівлі, а також Держспоживінспекції України.

Таким чином, основним завданням даного дослідження є виявлення та вивчення найважливіших чинників, які сприяють чи гальмують формування та розвиток ринку екотекстилю в Україні.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Узагальнюючи результати наших досліджень, присвячених формуванню вітчизняного ринку екотекстилю, зупинимося на розгляді наступних проблемних питань [6, 8, 5, 7, 9, 10]:

- обґрунтуванні економічної, екологічної та технологічної доцільності насичення ринку рослинної текстильної екологічно безпечної сировини за рахунок більш ефективного використання наявних у країні запасів луб'яних волокон і барвників рослинного походження;

- обґрунтуванні економічної та екологічної доцільності формування вітчизняного ринку екотекстилю різного цільового призначення;

- обґрунтуванні вибору найбільш дієвих інструментів екологічного маркетингу та менеджменту для задоволення потреб споживачів на вітчизняному ринку екотекстилю;

- обґрунтуванні важливої ролі вітчизняної екологічної стандартизації, сертифікації, аудиту та експертизи у формуванні ринку екотекстилю.

При розгляді теоретико-методологічних засад формування вітчизняного ринку екологічної текстильної сировини рослинного походження основна увага була приділена наступним питанням [6, 8]:

– вирішенню методологічних аспектів формування цього ринку та формуванню механізмів його державного регулювання;

– розробленню нових концептуальних підходів до формування та розвитку даного ринку;

– обґрунтуванню вибору методів дослідження названого ринку, включаючи кількісну оцінку результативності його функціонування.

Об'єктами дослідження на ринку рослинної текстильної сировини служили два його окремі сегменти: ринок лляних і конопляних волокон і ринок барвників рослинного походження. Вибір названих об'єктів дослідження було обумовлено низькою чинністю. Назвемо основні з них [6]:

– сприятливими кліматичними умовами і накопиченим багаторічним досвідом вирощування, заготівлі, первинного перероблення та використання названих видів рослинної текстильної сировини на вітчизняних текстильних підприємствах;

– можливостями збільшення обсягів виробництва цієї сировини з метою задоволення не тільки потреб окремих підгалузей текстильного виробництва, але її експорту, оскільки вона користується великим попитом на зарубіжних ринках;

– потребою не тільки більш повного використання реальних запасів цієї сировини, але й більш глибокої її переробки, враховуючи досвід зарубіжних країн.

Візьмемо для прикладу коротковолокнисті лляні волокна, отримані з льону олійного. З цих волокон шляхом їх відповідної модифікації можна отримувати різноманітні види котоніну та мовольону, придатних для використання у різних підгалузях текстильного виробництва. З відходів виробництва цих волокон (трести, костриці та інших), як свідчить зарубіжна практика, можна отримувати різні види композиційних, будівельних, тепло- і звукоізоляційних матеріалів, високоякісний папір та інші види екологічно безпечної високоякісної продукції [8]. На жаль, у нашій країні відходи виробництва лляних волокон, як і відходи виробництва конопляних волокон, використовуються ще нераціонально.

Візьмемо другий приклад. Наявні в Україні запаси барвників рослинного походження (особливо отримані з дикорослих рослин) практично не використовуються. Це в той час, коли в окремих зарубіжних країнах (особливо ЄС) при обмежених земельних ресурсах дані види рослин-барвників вирощуються та заготовляються у спеціалізованих сільськогосподарських компаніях і фірмах і постачаються в необхідних обсягах на текстильні підприємства. Окрім цього, рослинні барвники текстильного призначення, як показали наші дослідження [6, 8], можуть бути отримані з відходів різних галузей промисловості (особливо харчової, фармацевтичної, деревообробної, меблевої, парфумерно-косметичної та інших).

Більш широке використання луб'яних волокон і барвників рослинного походження у вітчизняному текстильному виробництві, як підтверджує

зарубіжна практика, сприятиме вирішенню наступних завдань:

– подальшій екологізації технології текстильного виробництва (особливо оздоблювального);

– екологізації асортименту та властивостей текстильних матеріалів і виробів (особливо одягового та інтер'єрного призначення);

– більш ефективному використанню наявної в країні екологічно безпечної текстильної сировини, яка в багатьох випадках використовується нераціонально.

Відсутність власної бавовни, обмеженість ресурсів власної вовни, недостатня гігієнічність багатьох видів хімічних волокон (особливо синтетичних) та висока токсичність багатьох марок синтетичних барвників обумовили потребу більш широкого використання у вітчизняному текстильному виробництві саме луб'яних волокон і барвників рослинного походження. Саме таким шляхом пішли деякі економічно розвинуті країни світу.

Конкретизуємо деякі з порушених питань. Так, наприклад, з метою обґрунтування економічної, екологічної та технологічної доцільності використання рослинних барвників замість токсичних марок синтетичних барвників у малотоннажному текстильному виробництві нами були проведені наступні види досліджень [5, 6]:

– вивчена можливість заготівлі у сфері лісового господарства більше 60 видів рослин-барвників (дикорослих) і їх первинного перероблення на заготівельних підприємствах Укоопспілки;

– для отримання рослинних барвників розроблені та апробовані рецептурно-технологічні режими фарбування ними одягових і інтер'єрних текстильних матеріалів із вовняних, шовкових, бавовняних, лляних, віскозних і капронових волокон;

– досліджено вплив виду рослинного барвника, рецептурно-технологічного режиму та умов експлуатації на зміну стійкості забарвлень на текстильних матеріалах різного волокнистого складу;

– вибрані оптимальні (за поширенням у природі, якістю та ціною) види рослинних барвників для фарбування одягових і інтер'єрних полотен із білкових, целюлозних і поліамідних волокон;

– запропоновано алгоритм формування асортименту, рівня якості та екологічної безпечності екотекстилю різного цільового призначення та способів виробництва (тканого, нетканого, трикотажного, килимового).

Окрім організації виробництва необхідних видів власної текстильної екологічно безпечної сировини (текстильних волокон, ниток, пряжі, барвників, апретів, текстильно-допоміжних сполук) та формування на її основі відповідного асортименту екологічно безпечних видів текстильних матеріалів і виробів різних способів виробництва, призначення та волокнистого складу, а також при необхідності їх імпорту, для потреб формування ринку екотекстилю в Україні потрібне



і відповідне інформаційне забезпечення цього ринку.

Мова йде передусім про забезпечення ринку екотекстилю наступною інформацією про [8, 9, 10]:

- вивчення, узагальнення та обґрунтування структури потреб споживачів на різні за призначенням види екологічно безпечних текстильних матеріалів і виробів;

- розроблення, обґрунтування та стандартизацію норм екологічної безпечності окремих видів екотекстилю та об'єктивних методів її оцінки;

- розроблення, обґрунтування та стандартизацію номенклатури показників якості та екологічної безпечності основних груп екотекстилю одягового, інтер'єрного, технічного та спеціального призначення;

- розроблення, обґрунтування основних положень вітчизняної екологічної стандартизації.

Цілком зрозуміло, що через відсутність згаданої інформації у державній та галузевій статистичній звітності, окремих нормативних документах та інших літературних джерелах виникає потреба для її одержання у проведенні спеціалізованих маркетингових досліджень. Проведення та аналіз результатів таких досліджень дозволить:

- більш точно встановити існуючі на ринку потреби та фактичний рівень попиту на різні види екотекстилю в Україні;

- оцінити купівельну спроможність основних категорій покупців екотекстилю у нашій країні;

- розрахувати та оцінити економічну ефективність виробництва та реалізації екотекстилю у розрізі основних його видів;

- виявити та оцінити пріоритетність інших невирішених проблемних маркетингових питань на ринках екологічно безпечних товарів;

- розробити більш ефективні форми реклами асортименту та властивостей основних видів екологічно безпечних текстильних матеріалів і виробів;

- організувати діяльність виробників та продавців екотекстилю в Україні згідно з принципами екологічного маркетингу та менеджменту.

Отримана у результаті аналізу результатів маркетингових досліджень інформація дозволить налагодити діяльність виробників та продавців екотекстилю в Україні на основі принципів екологічного маркетингу та менеджменту, суть яких полягає у [8]:

- постійному збільшенні обсягів виробництва та збуту різних за призначенням видів екологічно безпечних текстильних товарів та більш повного задоволення ними існуючих екологічних потреб споживачів цих товарів;

- суттєвому розширенні асортименту екотекстилю з тих видів власної екологічно безпечної сировини, запаси якої використовуються ще нерационально;

- виборі ефективних методів ціноутворення на основні види екологічно безпечної текстильної сировини та виготовленої з неї готової продукції;

- плануванні та практичному проведенні цілого комплексу заходів із просування екотекстилю на цільових ринках;

- обґрунтуванні необхідності державного стимулювання виробництва екологічно безпечних текстильних матеріалів і виробів на вітчизняних підприємствах.

Успішному вирішенню порушених питань, як підтверджує зарубіжний досвід, також сприятиме впровадження в практику робіт вітчизняних текстильних підприємств, які зайняті виробництвом екотекстилю, принципів екологічної стандартизації, сертифікації, аудиту та експертизи.

Більше того, як свідчить зарубіжний досвід, впровадження у практику роботи текстильних підприємств екологічного менеджменту, а також із урахуванням основних принципів екологічної стандартизації, сертифікації, аудиту та експертизи у сфері текстильного виробництва, сприятиме не тільки суттєвому підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного екотекстилю на внутрішньому та зарубіжних ринках, але й виходу текстильної галузі із затяжної економічної кризи.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** У результаті проведених досліджень доведена та обґрунтована економічна та екологічна доцільність більш повного та раціонального використання наявних у країні окремих видів рослинної текстильної сировини: луб'яних волокон (особливо коротковолокнистих) та рослинних барвників для екологізації асортименту і властивостей екотекстилю та технологій його виробництва та оздоблення. Вивчено та обґрунтовано чинники, які сприяють розвитку чи гальмують формування вітчизняного ринку екотекстилю та його інформаційне забезпечення. Встановлено важливість застосування інструментів екологічного маркетингу та менеджменту для успішного вирішення порушених проблем. Показана роль екологічної стандартизації, сертифікації, аудиту та експертизи в управлінні асортиментом, якістю та екологічною безпечністю екотекстилю, а також у формуванні окремого спеціалізованого ринку для цієї продукції.

Подальші дослідження повинні бути сфокусовані на розробці нових підходів до запровадження інструментів екологічного менеджменту та маркетингу на підприємствах, що займаються виробництвом та реалізацією екотекстилю в Україні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ілляшенко С. М. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління : монографія / С. М. Ілляшенко, О. В. Прокопенко. – Суми : Університетська книга, 2002. – 250 с.
2. Должанський І. З. Організація процесу формування та розвитку ринку екологічно чистих товарів : монографія / І. З. Должанський, О. В. Белякова. – Донецьк : СПД Купріянов В.С., 2009. – 230 с.

3. Проблеми та напрями захисту внутрішнього ринку / Інститут економіки та прогнозування НАН України; [за ред. акад. НАН України В. М. Гейця, д.е.н., проф. В. О. Точиліна, д.е.н. Т. О. Осташко]. – К., 2008. – 102 с.

4. Ринки реального сектора економіки України: структурно-інституційний аналіз / [Точилін В. О., Осташко Т. О., Пустовойт О. В. та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. В. О. Точиліна]; НАН України; Ін-т екон. та прогнозів. – К., 2009. – 640 с.

5. Семак Б. Б. Використання принципів екологічного маркетингу для формування вітчизняного ринку екологічно безпечного текстилю / Б. Б. Семак, М. А. Коваленко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. Регіональні проблеми управління природокористуванням : зб. наук. праць / НАН України. Ін-т регіональних досліджень. – Львів, 2010. – Вип. 2(82). – С. 235-247.

6. Семак Б. Б. Наукові засади формування ринку рослинної текстильної сировини та його окремих сегментів в Україні : монографія / Б. Б. Семак. – Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2007. – 512 с.

7. Семак Б. Б. Оцінка ролі інформаційного забезпечення у формуванні ринку рослинної технічної сировини та його окремих сегментів в Україні / Б. Б. Семак // Проблемы легкой и текстильной промышленности Украины. – 2005. – №1(10). – С. 28-34.

8. Семак Б. Б. Теоретико-методологічні основи формування вітчизняного сировинного ринку екологічно безпечних товарів текстильної промисловості : монографія / Б. Б. Семак. – Херсон : Грін Д. С., 2011. – 232 с.

9. Семак Б. Б. Використання міжнародних екологічних стандартів у менеджменті текстильних підприємств України / Б. Б. Семак // Економічний простір : збірник наукових праць. – №77. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2013. – С. 48-258.

10. Семак Б. Б. Роль екологічної експертизи та аудиту у формуванні вітчизняного ринку екотекстилю / Б. Б. Семак // Вісник Сумського державного університету. – 2011. – №1. – С. 142-149. – (Серія “Економіка”).

## REFERENCES

1. Illiashenko, S. M. and Prokopenko, O. V. (2002), *Formuvannia rynku ekolohichnykh innovatsij: ekonomichni osnovy upravlinnia*, Universytets'ka knyha, Sumy, 250 s.

2. Dolzhans'kyj, I. Z. and Bieliakova, O. V. (2009), *Orhanizatsiia protsesu formuvannia ta rozvytku rynku ekolohichno chystykh tovariv*, SPD Kupriianov V.S., Donetsk, 230 s.

3. *Problemy ta napriamy zakhystu vnutrishn'oho rynku / Instytut ekonomiky ta prohnozuvannia NAN Ukrainy*, [za red. akad. NAN Ukrainy V. M. Hejtsia, d.e.n., prof. V. O. Tochylyna, d.e.n. T. O. Ostashko] (2008), K., 102 s.

4. *Rynky real'noho sektora ekonomiky Ukrainy: strukturno-instytutsijnyj analiz / [Tochylin V. O., Ostashko T. O., Pustovojt O. V. ta in.; za red. d-ra ekon. nauk, prof. V. O. Tochylyna]* (2009), NAN Ukrainy; In-t ekon. ta prohnozuv, K., 640 s.

5. Semak, B. B. and Kovalenko, M. A. (2010), *Vykorystannia pryntsypiv ekolohichnoho marketynhu dlia formuvannia vitchyznianoho rynku ekolohobezpechnoho tekstyliu*, Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy. Rehional'ni problemy upravlinnia pryrodokorystuvanniam : zb. nauk. prats', NAN Ukrainy. In-t rehional'nykh doslidzhen', L'viv, vyp. 2(82), s. 235-247.

6. Semak, B. B. (2007), *Naukovi zasady formuvannia rynku roslynnoi tekstyl'noi syrovyny ta joho okremykh sehmentiv v Ukraini*, Vyd-vo L'vivs'koi komertsijnoi akademii, L'viv, 512 s.

7. Semak, B. B. (2005), *Otsinka roli informatsijnoho zabezpechennia u formuvanni rynku roslynnoi tekhnichnoi syrovyny ta joho okremykh sehmentiv v Ukraini*, *Problemy lehkoj y tekstyl'noj promyshlennosti Ukrainy*, №1(10), s. 28-34.

8. Semak, B. B. (2011), *Teoretyko-metodolohichni osnovy formuvannia vitchyznianoho syrovynnoho rynku ekolohichno bezpechnykh tovariv tekstyl'noi promyslovosti*, Hrin' D.S., Kherson, 232 s.

9. Semak, B. B. (2013), *Vykorystannia mizhnarodnykh ekolohichnykh standartiv u menedzhmenti tekstyl'nykh pidpriemstv Ukrainy*, *Ekonomichnyj prostir : zbirnyk naukovykh prats'*, №77, PDABA, Dnipropetrovs'k, s. 48-258.

10. Semak, B. B. (2011), *Rol' ekolohichnoi ekspertyzy ta audytu u formuvanni vitchyznianoho rynku ekotekstyliu*, *Visnyk Sums'koho derzhavnoho univertsytetu*, №1, s. 142-149.

Скрипко Т. О.,  
д.е.н., доц., проф. кафедри менеджменту, Львівська комерційна академія, м. Львів

## УДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ФІНАНСОВОГО ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

***Анотація.** Досліджено фінансово-інвестиційне забезпечення інноваційної діяльності суб'єктів сектора малого і середнього підприємництва. Констатується певна діяльність із створення в Україні фінансово-інвестиційних фондів, інвестиційних зон та інноваційних кластерів. Попри обмеженість інвестиційних можливостей держави, потрібно фінансувати інноваційні проекти, що, зокрема, дозволить розвивати депресивні та віддалені території. Розглянуто державну політику покращення середовища інвестиційної діяльності, а також стимули для дрібного інноваційного бізнесу: державне замовлення, муніципальні бізнес-інкубатори, гранти з розробки та запровадження виробництва інноваційної продукції тощо. Наголошено на доцільності імплементації зарубіжного досвіду функціонування інвестиційних фондів, пов'язаних із високотехнологічними проектами. Адаптація досвіду зарубіжних країн (Великобританії, Ізраїлю, Японії, Польщі) щодо розвитку механізмів фінансування інноваційного підприємництва вкрай важлива для виходу з кризи та збалансованого розвитку національної економіки. Обґрунтовано актуальність державної стратегії стимулювання новаторства на споживчому ринку, що дозволить спрямувати капітал у високотехнологічні сфери національної економіки.*

**Ключові слова:** мале та середнє підприємництво, державна політика, фінансова підтримка, інфраструктура, інвестиції, інновації.

Skrypko T. O.,  
Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Management, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## IMPROVEMENT OF INSTRUMENTS OF FINANCIAL AND INSTITUTIONAL SUPPORT OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF SMALL AND MEDIUM ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

***Abstract.** Financial and investment providing of innovative activities of small and medium entrepreneurship sector are studied. It is indicated on certain efforts to establish financial investment funds in Ukraine, investment zones and innovative clusters. Despite the limited investment possibilities of the state, there is a need to finance innovative projects, which, in particular, will contribute to development of depressed and remote areas. The state policy of investment environment improving is considered as well as incentives for innovative small business: government order, municipal business incubators, grants for the development and production of innovative products, etc. The feasibility of implementing the foreign experience of the investment funds functioning associated with high-tech projects is emphasized. Adapting the experience of foreign countries (Great Britain, Israel, Japan, Poland) regarding the development of mechanisms for financing innovative entrepreneurship is essential for overcoming the crisis and providing sustainable development of the national economy. The topicality of state strategy encouraging innovation in the consumer market, which will allow to direct capital flow to high-tech spheres of the national economy is grounded.*

**Keywords:** small and medium entrepreneurship, state policy, financial providing, infrastructure, investment, innovation.

**Постановка проблеми.** Аналізуючи сукупність урегульованих законодавством відносин, які виникають між державними органами та суб'єктами господарювання щодо провадження господарської діяльності суб'єктами малого та середнього підприємництва (МСП), можна констатувати про наявність в останні часи певних зрушень у бік

дерегулювання та спрощення умов ведення бізнесу. У той же час на сьогодні вкрай обмежені можливості суб'єктів МСП відносно залучення доступних фінансово-інвестиційних ресурсів. Загалом, за даними Інституту розвитку економіки України [8], реальний сектор національної економіки потребує термінової диверсифікації

структури запозичень із акцентом на внутрішній український фінансовий ринок, оскільки останніми роками існуючий бізнес є привабливим лише для інвестицій спекулятивного та короткострокового характеру. Інвестиційні потоки, спрямовані на фінансування інноваційних програм розвитку, потребують ретельного вивчення досвіду інноваційно розвинених економік для подальшої імплементації набутого досвіду при розробці відповідних законодавчих ініціатив та успішної практичної реалізації програм інноваційного розвитку вітчизняного бізнесу.

Державним пріоритетом розбудови МСП є стимулювання інноваційного розвитку [2], для чого законодавчо визначено методи фінансової підтримки та формування відповідної інфраструктури. Разом з тим, механізми фінансового забезпечення залишаються вкрай недосконалими, що потребує пошуку шляхів вирішення зазначеної проблеми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання інноваційного реформування вітчизняної економіки знаходиться на перетині правового, фінансового, банківського та науково-дослідного векторів розвитку. Контент-аналіз останніх досягнень науковців дозволяє стверджувати, що інноваційна компонента державної економічної моделі є необхідною системною умовою відновлення економічного зростання з подальшим нарощенням високотехнологічної частки національного продукту. Зокрема, В. І. Гринчуцький вивчає трансформаційні процеси економічної системи в умовах сучасних викликів [6], З. К. Шмігельська дослідила зарубіжний досвід управління інноваційною діяльністю малих і середніх підприємств та можливості його адаптації в ринковій економіці України [9], О. В. Філатова акцентує увагу на напрямках удосконалення системи державного управління грошово-кредитною політикою [7], Я. Белінська систематизувала інструменти активізації кредитування підприємництва в умовах економічної депресії [3]. Проте ще недостатньо опрацьованими залишаються питання вдосконалення інструментів фінансового та інституціонального забезпечення інноваційної діяльності вітчизняного малого і середнього підприємництва.

**Постановка завдання.** Мета дослідження полягає у пошуку шляхів розбудови інституційного середовища через аналіз зарубіжного досвіду функціонування інноваційної інфраструктури та фінансово-економічних механізмів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Системна криза вітчизняної економіки спричинила посилення існуючих та появу нових перешкод і ризиків інвестування в інновації. Довготривалі загальновідомі проблеми і ризики МСП лише загострили стан фінансового забезпечення інноваційної активності цього сектора економіки. За останній рік через державні та комунальні фонди підтримки підприємництва реалізовано лише 27 бізнес-проектів

малих підприємств [4], причому в 19 областях така підтримка не здійснювалася взагалі. Важливо, що державне пільгове фінансово-інвестиційне забезпечення інноваційної діяльності суб'єктів сектора МСП апіорі не може здійснюватися у таких регіонах України, як Волинська, Закарпатська, Львівська, Миколаївська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Черкаська області та м. Київ, адже їх органи влади за понад 20 років незалежності України не спромоглися створити спеціально призначені для цього інституції – державні (комунальні чи змішаної форми з переважанням державної власності) кредитно-гарантійні установи.

Відтак, накопичення фінансово-інвестиційних ресурсів для інвестиційно-інноваційної діяльності суб'єктів сектора МСП вимагає нагальної розбудови інституційного середовища, зокрема створення (у т. ч. за рахунок бюджетних коштів або на паритетних засадах державно-приватного партнерства) фінансово-інвестиційних фондів, інвестиційних зон та інноваційних кластерів. З огляду на сказане вище вкрай важливим видається критичне переосмислення зарубіжного досвіду функціонування інвестиційних фондів, пов'язаних із високотехнологічними проектами.

Найбільший за обсягами ринок венчурного капіталу в світі функціонує у США. Його основним надбанням можна вважати розвинуту законодавчу базу, що передбачає широкий спектр інструментів інноваційної активізації. Для спрощення доступу підприємців до позикового капіталу відбувається ліцензування управляючих компаній за державною програмою інвестування у малий бізнес (SBIR). Зокрема, старт-ап таких відомих компаній, як Intel, Apple Computer, Callaway Golf, JetBlue Airbus, відбувся саме у такий спосіб, що свідчить про ефективність цієї програми. Попри підтримання інноваційного потенціалу невеликих підприємств, спостерігався також класичний ефект витіснення приватних витрат державними [5].

У Великій Британії згідно з державними програмами по субсидуванню малих інноваційних фірм їм відшкодовуються до 50% витрат на нововведення.

Державне регулювання інвестування у наукомістке підприємництво Німеччини передбачає цілий арсенал різноманітних інструментів. Зокрема, варто відзначити цільові безоплатні субсидії на освоєння нових технологій, пільгове кредитування модернізації підприємств та впровадження енергоощадних технологій, а також відшкодування до 50% вартості розробок, виконаних у навчальних і науково-дослідних організаціях. Особливої уваги заслуговує практика підтримки новостворених малих наукомістких підприємств, яким упродовж двох років держава компенсує 75% витрат, пов'язаних із їх створенням або розвитком.

Неоціненним є досвід макроекономічного стимулювання інноваційної активності підприємництва в Японії. Там застосовують пільгове оподаткування венчурних підприємств та приватних інвестицій у НДДКР, субсидіювання та

пільгове кредитування з урядовою гарантією повернення до 80% обсягу фінансових коштів, вкладених у венчурний бізнес.

Переорієнтація економіки Ізраїлю на інноваційну модель стала можливою завдяки створенню 10 приватних фондів за участю держави, до яких висувалися вимоги щодо обов'язкової наявності іноземного партнера, що забезпечував коучінг, тоді як управління фондом здійснювалося місцевою компанією [3].

Ще два десятиріччя тому інноваційний потенціал Польщі був співставний із сьогодишньою ситуацією у нашій державі. Отож, видається доцільним розглянути, яким чином реформувалася польська економіка та яких результатів їй вдалося досягти. Концепція перетворень ґрунтувалася на поступовій трансформації від стратегії цінової конкуренції задля виходу на нові для Польщі економічні ринки до стратегії стимулювання новаторства на споживчому ринку, що призвело до переливання капіталу у високотехнологічну діяльність. Слід відзначити успішний досвід щодо функціонування муніципальних бізнес-інкубаторів та своєрідний симбіоз малих фірм-новаторів із іншими суб'єктами на комерційних засадах. Разом з тим, не слід залишати поза увагою і слабкі сторони польської економіки в контексті впровадження інновацій, як-от: недостатня кількість інноваційних підприємств через низький рівень державних витрат і гарантій. Відтак, країна залишається у числі інноваційних аутсайдерів в Європі.

Адаптація досвіду зарубіжних країн щодо розвитку механізмів фінансування інноваційного підприємництва вкрай важлива для виходу з кризи та збалансованого розвитку національної економіки. Застосування європейської схеми мікрофінансового кредитування дрібного бізнесу дозволить створити принципово нові умови для розвитку інноваційного МСП із конкурентоспроможною продукцією. У посткризовий період важливо переорієнтувати механізми державної підтримки на стимулювання модернізації підприємств за рахунок спрощення доступу до фінансових ресурсів. Активізація банківського кредитування з одночасним застосуванням державних програм субсидіювання інноваційного бізнесу дозволить проявитися мультиплікаційному ефекту розвитку інших форм фінансової підтримки.

Дорожня карта інвестування в інноваційну діяльність суб'єктів МСП має узгодити інтереси підприємців і фінансових інституцій із урахуванням можливості часткової компенсації ризиків.

Держава повинна взяти на себе зобов'язання щодо реалізації більш дієвої політики та очолити процес планування і контролю розвитку інвестиційно-інноваційної активності в секторі МСП у регіонах України. Але для цього потрібно вдосконалити механізми пошуку перспективних проектів та джерел їх фінансування. Робота має дійти до такого рівня, коли представники влади самостійно шу-

кають, здійснюють повну передпроектну підготовку та ініціюють реалізацію і сприяння інвестиційним проектам в інноваційній сфері серед суб'єктів сектора МСП, причому з дотриманням принципів прозорості, публічності та конкурсності. Для підсилення попереднього напрямку створення середовища, сприятливого для інвестиційної активності суб'єктів МСП в інноваційній сфері, важливо розвивати і державну систему реєстрації, моніторингу та підтримки інвестиційних проектів МСП в інноваційній сфері, а також прийняти рішення про розробку і реалізацію профільних регіональних та місцевих програм з чітко визначеними та передбаченими обсягами фінансування.

Економіко-правовий механізм управління реалізацією наукомістких пріоритетних проектів повинен складатися з мережі інститутів розвитку та підтримки нововведень на всіх стадіях їхнього життєвого циклу в формі інноваційного ліфта.

Додамо, що на сьогодні політика лише обслуговування є малоефективною. В окремих випадках потрібно державне цільове фінансування. Попри обмеженість інвестиційних можливостей держави, реально фінансувати принаймні один інноваційний проект у кожному регіоні України за бюджетні кошти. Цю практику можна поєднати з розвитком депресивних та віддалених територій, малих та монофункціональних міст, сільських поселень тощо.

Після того, як в Україні будуть реалізовані заходи з покращення середовища інвестиційної діяльності, з'явиться можливість скерувати інвестиційні потоки в інноваційну сферу. Таке завдання видається логічним висунути на другому етапі реалізації державної політики у досліджуваній сфері. Стимулами, що можуть бути використаними для цього, є збільшення обсягів державного замовлення (на всіх рівнях управління) в інноваційно активних МСП та навіть законодавче закріплення для цього певної квоти (наприклад, 25 % загальних обсягів державного замовлення); запровадження сукупності преференцій для суб'єктів великого бізнесу, що реалізують спільні інвестиційно-інноваційні проекти з МСП або фінансують таку діяльність; запровадження механізму скерування частки надходжень від суб'єктів МСП на фінансування грантів із розробки та запровадження виробництва інноваційної продукції (товарів, послуг), створення та охорони об'єктів інтелектуальної власності суб'єктами МСП або залученими ними науковцями.

Використання практики держзамовлення може забезпечити так званий ефект синергії, коли задля доступу до державних коштів створюватимуться чи залучатимуться малі або середні суб'єкти господарювання та наукові кадри з метою вирішення завдань забезпечення інноваційності. Певною мірою такі химерні інструменти доступу до бюджетного фінансування можуть стати поштовхом до вироблення підприємницької інноваційної ментальності та поширення її на інші суб'єкти господарювання. Часткова реалізація

державних замовлень малими підприємницькими структурами сприятиме і співпраці малих, середніх та великих підприємств.

Вважаємо, що перші два етапи державної політики повинні критично змінити на краще стан справ із інвестиційно-інноваційною активністю вітчизняних суб'єктів сектора МСП. Втім, щоб забезпечити збереження та підсилення позитивних тенденцій в Україні, важливо сформувати інституціональне середовище обслуговування системи інвестиційно-інноваційної діяльності МСП та її розвитку.

Фактично діяльність у цьому напрямі має скеровуватися на посилення кооперації та співпраці малих і середніх підприємств між собою, з суб'єктами великого бізнесу, представниками влади та суб'єктами інвестиційної й інноваційної інфраструктури.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином, в умовах відсутності достатніх стимулів для приватної ініціативи з активізації інвестиційно-інноваційної діяльності вітчизняних малих і середніх підприємств ці функції повинна взяти на себе держава, що відповідає концептуальним нормам та підходам до державного регулювання важливих процесів і явищ. Натомість жодна з невід'ємних функцій державного управління у цій сфері не реалізується, і задекларовані заходи (та обсяги їх фінансування) у сфері інвестицій та інновацій, як правило, спрямовані на супровід функціонування об'єктів їх інфраструктури.

Відтак, доцільними є створення фінансово-інвестиційних фондів із забезпеченням їх поступової капіталізації шляхом державного регулювання та розробка інструментів фінансово-кредитного сприяння реалізації інноваційних проектів суб'єктів МСП.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва" // Відомості Верховної Ради України. – 2000. – № 51-52. – Ст. 447.
2. Закон України "Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні" // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – № 3. – Ст. 23.
3. Інструменти активізації кредитування підприємництва в умовах економічної депресії. Аналітична записка <http://www.niss.gov.ua/articles/348/>
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/stat.htm>.
5. Скрипко Т. О. Парадигма розвитку і економічної безпеки малого і середнього підприємництва в системі національної конкурентоспроможності / Т. О. Скрипко. – Львів : Ліга-Прес, 2014 – 392 с.
6. Трансформаційні процеси економічної системи в умовах сучасних викликів : монографія / [за ред. В. І. Гринчуцького]. – Тернопіль : Крок, 2014. – 544 с.

7. Філатова О. В. Система державного управління грошово-кредитною політикою / О. В. Філатова // Актуальні складові регіонального розвитку в контексті європейської інтеграції : зб. тез за матеріалами XI Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Феодосія : Феодосійська фінансово-економічна академія, 2009. – С. 128-130.

8. Фінансування інноваційного розвитку України: інформаційно-аналітичний огляд Дирекції Інституту розвитку економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ireu.org.ua/2014/05/16/finansuvannya-innovatsiyogo-rozvytke-ukrainy/>.

9. Шмігельська З. К. Зарубіжний досвід управління інноваційною діяльністю малих і середніх підприємств та можливості його адаптації в ринковій економіці України / З. К. Шмігельська // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 2 (3). – С. 119-128.

10. Edquist C. Striving towards a Holistic Innovation Policy in European countries – But linearity still prevails! / C. Edquist. – London : STI Policy Review, 2014. – 5(2). – 1-19 p.

11. European Commission. Directorate-general for Enterprise. Innovation in a knowledge-driven economy, EC. Brussels-Luxembourg : ECSC-EC-EAEC, 2004. –165 p.

## REFERENCES

1. Zakon Ukrainy "Pro derzhavnu pidtrymku maloho pidpriemnytstva" (2000), *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, № 51-52, st. 447.
2. Zakon Ukrainy "Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i seredn'oho pidpriemnytstva v Ukraini" (2013), *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, № 3, st. 23.
3. Instrumenty aktyvizatsii kredyuvannya pidpriemnytstva v umovakh ekonomichnoi depresii. Analychna zapyska, available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/348/>.
4. Ofitsijnyj sajт Derzhavnogo komitetu statystyky, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/stat.htm>.
5. Skrypko, T. O. (2014), *Paradyhma rozvytku i ekonomichnoi bezpeky maloho i seredn'oho pidpriemnytstva v systemi natsional'noi konkurentospromozhnosti*, Liha-Pres, L'viv, 392 s.
6. *Transformatsijni protsesy ekonomichnoi systemy v umovakh suchasnykh vyklykiv* (2014), [za red. V. I. Hrynychuts'koho], Krok, Ternopil', 544 s.
7. Filatova O. V. (2009), *Systema derzhavnogo upravlinnia hroshovo-kredytnoiu politykoiu*, Aktual'ni skladovi rehional'noho rozvytku v konteksti ievropejs'koi intehratsii : zb. tez za materialamy KhI Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi konferentsii, Feodosijs'ka finansovo-ekonomichna akademiia, Feodosiia, s. 128-130.
8. *Finansuvannya innovatsijnoho rozvytku Ukrainy: informatsijno-analychnyj ohliad Dyrektcii Instytutu rozvytku ekonomiky Ukrainy*, available at: <http://ireu.org.ua/2014/05/16/finansuvannya-innovatsiyogo-rozvytke-ukrainy/>.
9. Shmihel's'ka, Z. K. (2007), *Zarubizhnyj dosvid upravlinnia innovatsijnoiu diial'nistiu malykh i serednykh*

pidpryemstv ta mozhyvosti joho adaptatsii v rynkovij ekonomitsi Ukrainy, *Stratehichni priorityty*, № 2 (3), s. 119-128.

10. Edquist C. (2014), *Striving towards a Holistic Innovation Policy in European countries – But linearity still prevails!*, STI Policy Review, London, 5(2), 1-19 p.

11. *European Commission. Directorate-general for Enterprise. Innovation in a knowledge-driven economy, EC (2004), ECSC-EC-EAEC, Brussels-Luxembourg, 165 p.*

Ситник Н. С.,

д.е.н., доц., завідувач кафедри державних та місцевих фінансів, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## ІННОВАЦІЙНІ ЧИННИКИ ТА МЕХАНІЗМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СФЕРИ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

***Анотація.** Проаналізовано показники інноваційної активності підприємств торгівлі та їх залежність від поточного стану розвитку систем прогнозування, планування, фінансування та нових методів господарювання безпосередньо на підприємствах торгівлі. Поява нових ринкових ніш, методів та способів продажу товарів залежить від стану розвитку інноваційного підприємництва у сфері внутрішньої торгівлі, а також створення умов справедливої ринкової конкуренції та рівного доступу до ресурсів і ринків. Визначено, що чинниками ринкових інновацій виступають наявність, рівень розвитку та інтегрованість інноваційного ринку в систему модернізації внутрішньої торгівлі; рівень підтримки програм професійно-фахового забезпечення інноваційної діяльності підприємств торгівлі; залученість та стан мотивації персоналу до вдосконалення торгово-технологічного процесу та якості торговельної послуги. Розглянуто вплив державної політики на розширення інноваційних можливостей модернізації сфери внутрішньої торгівлі та узагальнено інвестиційно-інноваційні механізми модернізації внутрішньої торгівлі.*

**Ключові слова:** інновація, інвестиції, модернізація, сфера внутрішньої торгівлі.

Sytnyk N. S.,

Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of State and Local Finances, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

## FACTORS AND MECHANISMS OF MODERNIZATION OF DOMESTIC TRADE

***Abstract.** The indicators of innovative activity of trade enterprises and their dependence on the current state of development of forecasting, planning, financing and new methods of management directly in trade enterprises are analyzed. The emergence of new market niches, methods and ways of selling goods depends on the development of innovative entrepreneurship in the field of domestic trade as well as the creation of conditions of fair market competition and equal access to resources and markets. It is determined that the factors of market innovation are the availability, level of development and integration of innovative market in the system of domestic trade modernization; the level of support of programs of professional providing of innovative activities of trade enterprises; involvement and motivation of staff regarding the improving of trading process and quality of trade services. The influence of state policy on expanding innovative opportunities for modernization of domestic trade is considered as well as the investment and innovative mechanisms of modernization of domestic trade are generalized.*

**Keywords:** innovation, investment, modernization, domestic trade.

**Постановка проблеми.** Протягом останніх років стрімке зростання впливу науки та нових технологій на соціально-економічний розвиток докорінно і швидко змінює структуру як світової економіки, так і економіки України. Однак економічна неспроможність країни здійснити структурну перебудову не просто гальмує її розвиток, але й призводить до економічної деградації.

Інновації не тільки забезпечують підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності, але водночас разом із фінансовими і матеріальними інвестиціями забезпечують нарощування капіталізації науково-виробничої бази, що забезпечує конкурентоспроможність вітчизняної

економіки. Незважаючи на наявність досить потужного наукового потенціалу, сучасні тенденції в інноваційній сфері не дають підстав для оптимізму, країна поступово втрачає свої позиції на ринках товарів і послуг, а подолання всіх накопичених проблем можливе лише за умови формування стратегії інноваційного розвитку, що передбачає радикальні зрушення, передусім у моделі економічного розвитку України.

**Постановка завдання.** Розглянути послідовність державної інноваційної політики у сфері модернізації внутрішньої торгівлі та визначити інвестиційно-інноваційні механізми модернізації внут-



рішньої торгівлі.

#### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням питань активізації інноваційної діяльності займалися такі науковці, як С. І. Архієреєв, Я. Б. Базилюк, А. В. Білюк, М. Долішній, А. Жаліло, М. І. Крупка, Л. О. Лігоненко та ін. Проблеми та перспективи застосування фінансових і податкових важелів стимулювання галузевої інноваційної активності досліджували О. Юркевич, П. Завліч, Д. Кокурін, О. Рудченко та ін.

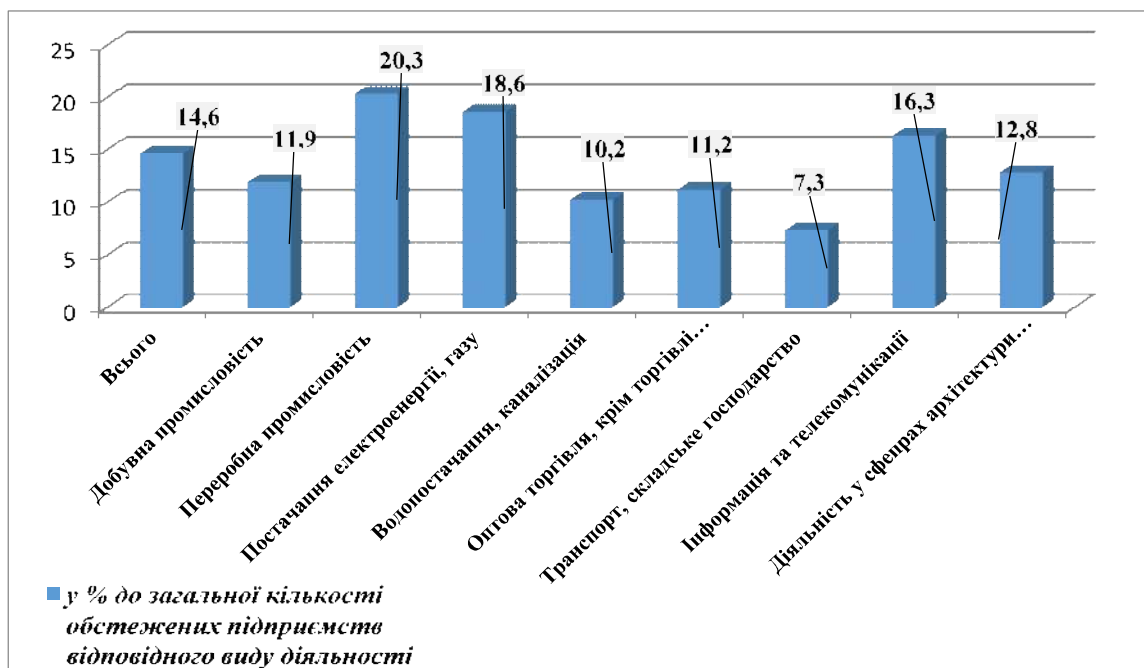
#### Виклад основного матеріалу дослідження. В

складних умовах модернізаційних змін інноваційній активності підприємств торгівлі не завжди приділялася належна увага. Формування інноваційної економіки потребує значних фінансових ресурсів. Особливості застосування (для стимулювання інноваційної активності) таких фінансових важелів і інструментів, як системи оподаткування та ціноутворення, використання норм та пільг, створення заохочувальних фондів, надання фінансових премій, дотацій, субсидій, накладання штрафів, встановлення тарифів, використання податків у якості чинника непрямого стимулювання інновацій обґрунтовується у працях

формування соціального ринкового господарства, спрямованого на синтез гарантованої правовою державою економічної свободи та ідеалів соціальної держави, тобто соціальної захищеності та справедливості [3, с. 66]. Д. Кокурін визначає такі структурні напрями моделі соціальної інноваційної економіки, як: 1) права держава та приватна автономія (маються на увазі їх розділеність, проте водночас рівність прав і свобод); 2) конкурентний порядок (відкритість і ефективність конкуренції); 3) фінансовий порядок (наявність фінансових мотивації та стабільності); соціальний порядок (спрямованість діяльності приватних і державних агентів на соціальну ефективність) [4, с. 16].

Очевидно, що інтереси держави як головного суб'єкта ініціювання процесів модернізації сфери внутрішньої торгівлі є дещо іншими, адже недостатність розвитку базисних інновацій і винаходів революційного типу перешкоджає покращенню факторних конкурентних переваг галузі та їх утриманню протягом тривалого періоду часу.

Протягом 2012-2014 рр. найвища інноваційна активність підприємств була серед підприємств переробної промисловості (20,3%), з постачання електроенергії, газу (18,6%), а також інформації та телекомунікацій (16,3%), серед підприємств оптової торгівлі, крім



Складено автором за даними Держстату України

Рис. 1. Інноваційна активність підприємств у 2012-2014 рр. за видами економічної діяльності (КВЕД-2010)

[1, с. 20; 2, с. 15].

На думку вітчизняних науковців, що досліджували проблеми інституціональної економічної теорії в управлінні розвитком соціально-економічних систем, повноцінний економічний розвиток неможливий без орієнтації на концепцію

торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами тільки (11,2%), рис. 1.

Найвищий рівень інноваційної активності спостерігався на підприємствах Рівненської (15,1%),

Івано-Франківської (16,4%) та Харківської областей (16,8%).

У 2014 р. кількість підприємств та організацій України, які займалися створенням і використанням передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності, а також використанням раціоналізаторських пропозицій, становила 1757, з яких понад дві третини – промислові підприємства, а серед підприємств оптової та роздрібною торгівлі – тільки 5. Використовували у своїй діяльності передові технології 1636 підприємств, з яких кожне четверте зосереджене у Харківській області, кожне десяте – у м. Києві, 7,5% – в Одеській, 6,2% – Черкаській областях, 5,3%. Серед підприємств оптової та роздрібною торгівлі тільки 14 використовувало передові технології, що свідчить про значні проблеми щодо інноваційних впроваджень у цьому виді економічної діяльності.

Втім, такі низькі показники інноваційної активності підприємств торгівлі в складних умовах модернізаційних змін свідчать про те, що даному питанню не завжди приділялася належна увага.

Хоча це й обумовлено значною мірою недостатністю фінансових ресурсів, але все ж складно стверджувати про підстави зміцнення конкурентних позицій галузі, якщо починаючи з 2008 р. частка поданих підприємствами торгівлі заявок на об'єкти інтелектуальної власності зменшується швидкими темпами.

Сьогодні розвиток інновацій у сфері внутрішньої торгівлі потребує розробки та в подальшому реалізації програм довгострокової фінансово-кредитної підтримки інноваційної діяльності, передусім із державним фінансуванням (через відповідні інституції – регіональні та місцеві фонди підтримки підприємництва, створені для здешевлення комерційного банківського кредитування стратегічно важливих для держави та її регіонів інвестиційних проектів, до яких належить і модернізація сфери внутрішньої торгівлі) та на засадах державно-приватного партнерства; розвитку галузевої та територіальної інституціональної інноваційної інфраструктури (технопарків, бізнес-інкубаторів, інжинірингових бірж, державних та незалежних комерційних фінансових фондів, спілок, інноваційних банків); збільшення дієвості (зокрема, усунення її декларативності) податкових преференцій інноваційній активності.

Інновації економічного характеру залежать від поточного стану розвитку систем прогнозування, планування, бюджетування і фінансування нових методів господарювання безпосередньо на підприємствах торгівлі. Тому активізація їх впровадження залежить від доступності для економічних агентів інформаційно-консультативних послуг, підвищення кваліфікації персоналу, забезпеченості управлінським персоналом, що володіє арсеналом сучасних методів економічного аналізу, планування діяльності організації, а також діагностики та контролю реалізації бізнес-проектів розвитку.

Удосконалення товарної пропозиції сфери товарообігу як наслідок активізації продуктивних інно-

вацій значною мірою залежить від правового захисту об'єктів інтелектуальної власності, адже його недостатність руйнує стимули до створення, а в подальшому й комерціалізації нематеріальних активів як результату інтелектуальної творчої діяльності. Так, на думку В. Будкіна, саме захист приватної власності є головним стимулюючим інновації чинником, основою становлення мотивації суб'єктів підприємництва до інновацій [5, с. 78]. Ця теза поділяється й іншими науковцями, що досліджують проблеми приватної власності в системі мотивації інноваційного підприємництва [6, с. 74]. Тому зрозуміло, що власність є стимулом, який змушує власників або представників апарату управління підприємством господарювати ефективно, зокрема у тих сферах, які є ризиковими, але необхідними з огляду на потребу стабільної життєздатності.

Втім, стимулювання представників торговельного підприємництва до вдосконалення товарів і послуг потребує також і переходу до загальноприйнятих норм патентного права, ліквідації обмежень виявлення товарної форми досягнень науки і техніки (йдеться передусім про перешкоди комерціалізації результатів інноваційної діяльності), здійснення досліджень попиту на інноваційні товари (послуги), у

т. ч. шляхом посилення співробітництва підприємств сфери товарообігу і маркетингових фірм. Останнє важливе з огляду на виявлення сучасних та перспективних тенденцій розвитку потреб споживачів щодо нових товарів (послуг).

Поява нових ринкових ніш, методів та способів продажу товарів залежить від стану розвитку інноваційного підприємництва у сфері внутрішньої торгівлі, а також створення умов справедливої ринкової конкуренції та рівного доступу до ресурсів і ринків. На нашу думку, важливо зазначити, що надмірна монополізація товарних ринків, економічних ресурсів, прав діяльності як інституціональних недоліків процесів трансформації системи державного управління і державного устрою при переході від однієї системи управління державою до іншої, обумовлених значною мірою т. зв. “зрощуванням” інтересів бізнесу та влади, руйнує стимули до інвестування у створення прогресивних сучасних торгово-офісних та торгово-сервісних центрів, об'єктів торгівлі, їх інформаційно-технічного покращення. Адже відсутність (чи слабкість) конкуренції не стимулює торговельних монополістів до масштабних довгострокових інвестицій.

На думку В. Осецького, конкуренція може ефективно використовуватися як координуючий інструмент відтворення інноваційного потенціалу галузі, узгоджуючи при цьому інтереси суб'єктів – учасників процесів створення і розвитку інновацій, генеруючи стимули інноваційної активності, сприяючи впровадженню результатів науково-технічної діяльності у виробництво, культивує ринкову компоненту управлінських навичок і знань [7, с. 72]. Отже, конкуренція є важливим чинником інноваційної модернізації сфери внутрішньої торгівлі, адже змушує економічних агентів до

постійного пошуку більш прогресивних способів організації та здійснення торгово-технологічного процесу, модернізації та ініціювання появи і розвитку нових ринкових ніш, способів просування, продажу товарів.

Значною мірою простежується залежність чинників ринкових інновацій та організаційних, позитивним наслідком активізації яких є нові способи управління розвитком сфери внутрішньої торгівлі та підприємств торгівлі, організації торгового процесу. Чинниками їх стимулювання передусім виступають наявність, рівень розвитку та інтегрованість інноваційного ринку в систему модернізації сфери внутрішньої торгівлі; рівень підтримки програм професійно-фахового забезпечення інноваційної діяльності підприємств торгівлі; залученість та стан мотивації персоналу до вдосконалення торгово-технологічного процесу та якості торговельної послуги.

Особливо важливе значення для стимулювання організаційних інновацій відводиться мотивації персоналу підприємств торгівлі, зокрема рівню оплати праці, збільшення якого посилює мотивацію до участі в обґрунтуванні заходів покращення систем управління.

Вплив державної політики на розширення інноваційних можливостей в умовах соціально орієнтованої ринкової економіки аналізованої сфери обґрунтовано в праці [8, с. 227]. На основі охарактеризованої Н. В. Дацій моделі нами обґрунтовано етапність державної політики інноваційної модернізації сфери внутрішньої торгівлі (рис. 2).

Зауважимо, що серед цільових орієнтирів державної політики інноваційного розвитку сфери внутрішньої торгівлі важлива роль має відводитися таким складовим, як технологічність (рівень автоматизації та комп'ютеризації торгово-технологічного процесу), економічність (обсяги та ефективність розвитку економіки знань у сфері внутрішньої торгівлі), професійність (частка зайнятих у процесі створення об'єктів інтелектуальної власності),

просторовість (рівномірність інноваційного розвитку в сфері внутрішньої торгівлі за територією країни) та структурність (раціональність поширення інноваційної активності у сфері внутрішньої торгівлі за видами, об'єктами, територією тощо) інновацій.

Головними завданнями та цілями державної інноваційної політики у сфері модернізації сфери внутрішньої торгівлі, на нашу думку, виходячи з узагальнення наукових досліджень у цій сфері [9, с. 72-73], є: акумулювання фінансових ресурсів на наукові дослідження та інновації; координуваність інноваційної активності; рівень конкуренції у сфері інновацій та ефективність державного контролю її дотримання; сформованість правового базису охорони та захисту об'єктів інтелектуальної власності (зокрема, комерційних позначень); рівень кадрової забезпеченості інноваційної діяльності; стан науково-технічної та інформаційної інфраструктури; забезпечення соціальної спрямованості інновацій; регіональне та місцеве регулювання інноваційної модернізації сфери внутрішньої торгівлі; компенсація недостатності приватних інвестицій державними передусім задля їх структурної гармонізації; створення сприятливого економіко-правового середовища та інвестиційного клімату для розвитку інноваційного підприємництва у сфері внутрішньої торгівлі.

Обґрунтування інноваційних факторів і засад інноваційної політики є важливою, але недостатньою умовою модернізації. Потрібні механізми реалізації таких факторів. Тому саме процес створення та впровадження результатів інноваційної діяльності практично завжди пов'язаний із інвестиціями, адже він здебільшого є тривалим, витрато- та трудомістким, передбачає істотні транзакційні витрати на пошук наукової ідеї, її обґрунтування, прийняття рішення про розробку, охорону, захист, комерціалізацію тощо. Відтак, інновації та інвестиції часто або ототожнюються, або об'єднуються (інвестиційно-інноваційний процес), або навіть трактують інно-

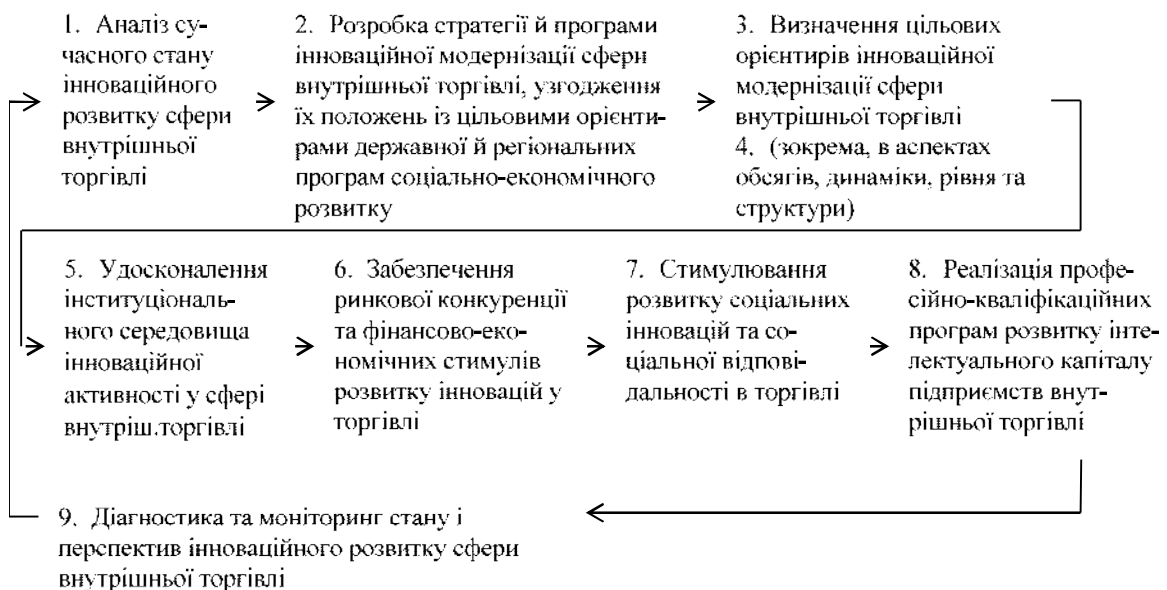


Рис. 2. Концептуальна послідовність державної політики інноваційної модернізації сфери внутрішньої торгівлі

(запропоновано автором)

вації як окремий етап інвестиційного процесу.

Так, М. Крупка, визначаючи інноваційний процес складовою частиною інвестиційного процесу, пояснює це тим, що його здійснення передбачає реалізацію інвестицій у науку, техніку, економіку, підприємництво та управління, які в такий спосіб поєднуються цим інноваційним процесом, у результаті якого й відбувається поетапна заміна старої техніко-технологічної бази новою [10, с. 28].

Представимо результати теоретичного узагальнення інвестиційно-інноваційних механізмів модернізації сфери внутрішньої торгівлі в табл. 1.

має системний підхід. Ідеться про комплексне використання вказаних методів та інструментів для досягнення окреслених цільових орієнтирів. Крім того, варто враховувати, що позитивний ефект модернізації аналізованої сфери має стосуватися всіх суб'єктів соціально-економічної системи: держави, громадянського суспільства, галузі, економічних агентів, особи. Це, в свою чергу, можливо лише на засадах плановості процесів модернізації та шляхом створення адекватного сприятливого підприємницького середовища у сфері торгівлі та її інфраструктури.

Таблиця 1

Інвестиційно-інноваційні механізми модернізації сфери внутрішньої торгівлі (запропоновано автором)

Інструменти (заходи)		Цільові орієнтири модернізації	
1		2	
Методи управління	Інституційно-правові	Прийняття та реалізація державних, регіональних та галузевих програм модернізації сфери внутрішньої торгівлі	Забезпечення системного планового просторово-структурного розвитку та конкурентоспроможності мережі об'єктів торгівлі та її інфраструктури, підвищення соціально-економічної ефективності внутрішньої торгівлі
		Запровадження законодавчих стимулів активізації інноваційно-інвестиційних процесів	
	Економічні	Пільгове оподаткування обороту науково-технічних товарів та фінансово-кредитного сприяння інвестиціям в інноваційну сферу	Посилення мотивації персоналу та акціонерів до системної й постійної модернізації підприємств торгівлі та її інфраструктури; покращення фінансового забезпечення реалізації інвестиційно-інноваційних проєктів шляхом використання раціональних форм франчайзингу, лізингу, факторингу, форфейтингу, переміщення капіталу у високотехнологічні сегменти та формування передумов сталої реалізації інноваційної моделі розвитку сфери внутрішньої торгівлі
		Бюджетне фінансування (пільгове кредитування) підприємств, які здійснюють наукові розробки та готують кадри	
		Безоплатна або передача на пільгових умовах інноваційно активним підприємствам державного майна та земельних ділянок	
		Створення ринкового механізму мотивації до активізації фінансово-кредитної діяльності комерційних банків та інших фінансових інституцій	
		Спрощення дозвільних процедур та вдосконалення регуляторної політики	
	Організаційно-технологічні	Створення науково-технічних зон спеціального режиму інвестиційно-інноваційної діяльності	Зменшення трансакційних витрат у процесах інвестиційної та інноваційної діяльності; вдосконалення інфраструктури, що забезпечує приплив інвестицій в інноваційну модернізацію сфери товарообігу; об'єднання та більш раціональне використання факторів виробництва; підвищення ефективності управління торгово-технологічним процесом шляхом впровадження логістично-інформаційних систем
		Сприяння створенню кластерних та інших інтеграційних форм співробітництва за участю торговельних підприємств, мереж, фінансово-кредитних інституцій, науково-дослідних установ та організацій	
		Надання фінансово-організаційної підтримки лізинговим та факторинговим компаніям	
		Розвиток електронної торгівлі, електронних інформаційно-аналітичних засобів управління торгово-технологічним процесом	
	Соціально-психологічні	Формування сприятливого фахово-психологічного для інновацій середовища	Покращення інвестиційного та інноваційного середовища в торгівлі з подальшим підвищенням ділової активності, а також керованим збільшенням обсягів іноземних інвестицій
		Проведення роз'яснювальної роботи щодо переваг впровадження інноваційних розробок на підприємствах роздрібно-торгівлі, пошуку оптимальних форм та джерел інвестування проєктів із модернізації	

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином, важливе значення при реалізації інвестиційно-інноваційних механізмів модернізації сфери внутрішньої торгівлі

## ЛІТЕРАТУРА

1. Юркевич О. М. Фінансовий механізм сприяння розвитку інноваційної діяльності / О. М. Юркевич // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. праць. – Вип. 9 (28). – К., 2003. – С. 19-22.

2. Завлин П. Н. Обеспечение стимулирования инновационной деятельности / П. Н. Завлин // Проблемы науки. – 1999. – № 10. – С. 15.

3. Концепції інституціональної економічної теорії в управлінні розвитком соціально-економічних систем : монографія / [М. А. Йохна, В. В. Стадник, П. Г. Іжевський та ін.]. – Хмельницький : ХНУ, 2007. – 313 с.

4. Кокурин Д. И. Инновационная деятельность / Д. И. Кокурин. – М. : Экзамен, 2001. – 576 с.

5. Будкін В. Передумови і результати трансформації власності у постсоціалістичних державах / В. Будкін // Економіка України. – 2002. – №5. – С. 76-83.

6. Політико-правове регулювання підприємництва в Україні: теорія і практика : монографія / [Варналій З. С., Кампо В. М., Мазур І. І. та ін.; за ред. З. С. Варналія, В. М. Кампо]. – К. : Знання України, 2005. – 380 с.

7. Осецький В. Л. Інвестиції та інновації: проблеми теорії і практики : монографія / В. Л. Осецький. – К. : ІАЕ УААН, 2003. – 413 с.

8. Дацій Н. В. Державна інвестиційна політика на національному та галузевому рівнях: теорія, методологія, практика : монографія / Н. В. Дацій. – Донецьк : Юго-Восток, 2010. – 427 с.

9. Стратегічне управління інноваційною діяльністю як основа економічної безпеки національної економіки : монографія / [Н. В. Гаман, О. І. Дацій, М. Х. Корецький та ін.]. – Донецьк : Юго-Восток, 2008. – 281 с.

10. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України : монографія / М. І. Крупка. – Львів : Львівський національний ун-т імені Івана Франка, 2001. – 607 с.

11. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / [Копич І., Нестуля О., Апопій В. та ін.; за ред. В. Апопія, П. Балабана]. – Львів : Новий світ, 2014. – 565 с.

12. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / [В. Апопій, І. Копич, О. Біла та ін.; за ред. В. Апопія, І. Копича]. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.

13. Ситник Н. С. Модернізація внутрішньої торгівлі : монографія / Н. С. Ситник; [за ред. В.

Апопія]. – Львів : Новий світ, 2013. – 318 с.

## REFERENCES

1. Yurkevych, O. M. (2003), *Finansovyy mekhanizm spryanniia rozvytkovi innovatsiinoi diial'nosti, Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini* : zb. nauk. prats', vyp. 9 (28), K., s. 19-22.

2. Zavlin, P. N. (1999), *Obespechenie stimulirovaniia innovacionnoy dejatel'nosti*, *Problemy nauki*, № 10, s. 15.

3. *Kontseptsii instytutsional'noi ekonomichnoi teorii v upravlinni rozvytkom sotsial'no-ekonomichnykh system*, [M. A. Johna, V. V. Stadnyk, P. H. Izhevs'kyj ta in.] (2007), KhNU, Khmel'nyts'kyj, 313 s.

4. Kokurin, D. I. (2001), *Innovacionnaja dejatel'nost'*, Jekzamen, M., 576 s.

5. Budkin V. (2002), *Peredumovy i rezultaty transformatsii vlasnosti u postsotsialistychnykh derzhavakh*, *Ekonomika Ukrainy*, №5, s. 76-83.

6. *Polityko-pravove rehuliuвання pidpriemnystva v Ukraini: teoriia i praktyka*, [Varnalij Z. S., Kampo V. M., Mazur I. I. ta in.] (2005), Znannia Ukrainy, K., 380 s.

7. Osets'kyj, V. L. (2003), *Investytsii ta innovatsii: problemy teorii i praktyky*, IAE UAAN, K., 413 s.

8. Datsij, N. V. (2010), *Derzhavna investytsijna polityka na natsional'nomu ta haluzevomu rivniakh: teoriia, metodolohiia, praktyka*, Yuho-Vostok, Donets'k, 427 s.

9. *Stratehichne upravlinnia innovatsiinoi diial'nistiu iak osnova ekonomichnoi bezpeky natsional'noi ekonomiky*, [N. V. Haman, O. I. Datsij, M. Kh. Korets'kyj ta in.] (2008), Yuho-Vostok, Donets'k, 281 s.

10. Krupka, M. I. (2001), *Finansovo-kredytnyj mekhanizm innovatsijnoho rozvytku ekonomiky Ukrainy*, L'vivs'kyj natsional'nyj un-t imeni Ivana Franka, L'viv, 607 s.

11. *Vnutrishnia torhivlia Ukrainy: problemy i perspektyvy rozvytku : monohrafiia*, [Kopych I., Nestulia O., Apopij V. ta in.] (2014), Novyj svit, L'viv, 565 s.

12. *Systema rehuliuвання vnutrishn'oi torhivli Ukrainy*, [V. Apopij, I. Kopych, O. Bila ta in.] (2012), Akademvydav, K., 424 s.

13. Sytnyk, N. S. (2013), *Modernizatsiia vnutrishn'oi torhivli*, [za red. V. Apopiia], Novyj svit, L'viv, 318 s.

Гальків Л. І.,  
д.е.н., проф кафедри фінансів, кредиту та страхування, Львівська комерційна академія, м. Львів

Гринкевич С. С.,  
д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки підприємства, Львівська комерційна академія, м. Львів

Крамченко Р. А.,  
к.е.н., доц. кафедри фінансів, кредиту та страхування, Львівська комерційна академія, м. Львів

## СЕРЕДНІЙ КЛАС І ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ: ВЗАЄМОЗАЛЕЖНІСТЬ РОЗВИТКУ

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню середнього класу, який розглядається у двох іпостасях. По-перше, як чинник, який активує розвиток людського капіталу. По-друге, як результат впливу чинника людського капіталу. Обґрунтовано гіпотезу про взаємозалежність людського капіталу і середнього класу. Досліджено підходи до розуміння ролі середнього класу в межах різних наукових напрямів, на основі чого показано, що людський капітал є основним ресурсом, який вкладається середнім класом у соціально-економічні процеси. Узагальнено атрибутивні риси представників середнього класу. Доведено їх гармонізацію з рисами носіїв людського капіталу на рівні особистості. Структуровано процес емпіричної ідентифікації середнього класу. Виділено проблеми виокремлення прошарку середнього класу в Україні. Обґрунтовано мультискладову концепцію середнього класу та відмінність його структури у трансформаційних і сталих суспільствах. Показано, що деструктивні зміни у середовищі середнього класу активують загрози людському капіталу.

**Ключові слова:** середній клас, людський капітал, суспільство, людський потенціал, класова структура, економічний донор, економічний ресурс.

Halkiv L. I.,  
Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finances, Credit and Insurance, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Hrynkevych S. S.,  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics of Enterprise, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Kramchenko R. A.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department Finances, Credit and Insurance, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## MIDDLE CLASS AND HUMAN CAPITAL: INTERDEPENDENCE OF DEVELOPMENT

**Abstract.** The article studies the middle class, which regarded in two ways. Firstly, as a factor that activates the development of human capital. Secondly, as a result of the impact factor of human capital. The hypothesis about the interdependence of human capital and the middle class is grounded. Researched approaches to understanding the role of the middle class within various scientific fields, based on what showed, that human capital is the main resource invested by the middle class in to the socio-economic processes. Proved their harmonization with features of human capital carriers at the level of the individual. The process of empirical identification of the middle class is structured. The problems of identifying the middle class in Ukraine are determined. The multi-component concept of the middle class and the divergence of its structure in transformational and sustainable societies is grounded. It is shown that the destructive changes in middle-class environment activate threats to human capital.

**Keywords:** middle class, human capital, society, human potential, class structure, economic donor, economic resource.

**Постановка проблеми.** Важливість наукових розвідок тематики середнього класу обґрунтовується стрижневою роллю цієї соціальної групи в соціумі й значним її внеском у розвиток країни. Значна частка середнього класу забезпечує міцність системи економічних інститутів, формує основу благополуччя національної економіки, стимулює людський розвиток.

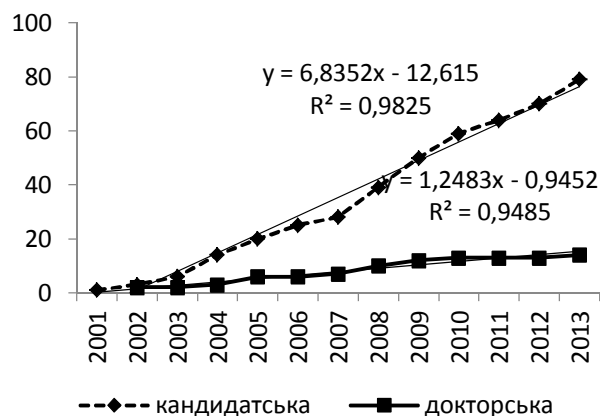
Усвідомлення вченими концепту середнього класу як ідеального зразка оптимального суспільного розвитку вимагало наповнення його конкретним змістом, розширивши тим самим поле теоретичних досліджень. Вітчизняні науковці зійшлися на думці, що поняття “середній клас” належить до найбільш дискусійних, неоднозначно інтерпретованих, недостатньо досліджених, міждисциплінарних категорій. Розбіжності у підходах до ідентифікації середнього класу гальмують процес розробки державних стратегій та програм, які мають завдяки зміцненню його частки в структурі населення України сприяти її економічному поступу. Цим пояснюється актуальність проблеми середнього класу не лише як теоретичного конструкта, але і як емпіричної реальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Основи теорії середнього класу закладено Платоном, Аристотелем, Плутархом. Пізніше дослідження середнього класу продовжилося в роботах П. Бурдьє, М. Вебера, Д. Гілберта, К. Девіса, Д. Локвуда, К. Маркса, В. Мура, Е. Райта та ін. Декомпозицію соціальної структури суспільства вивчали Е. Гідденс, Дж. Голдторп, Е. Гоулднер, М. Ківінен, М. Севедж, А. Соренсен, М. Ніколаус, Н. Пулансас, Д. Уррі та ін.

Суттєво менш вивченою є роль середнього класу в транзитивних економіках. В Україні ця тематика знайшла відображення в роботах О. Алексєнрової, О. Амоші, І. Бондар, А. Гальчинського, В. Гєєця, О. Горбаня, В. Грицанюк, О. Коляди, Е. Лібанової, В. Мандибури, В. Приймака, О. Споріш, А. Чухна та ін. Разом з тим, зміщення центру уваги науковців у бік людиноцентричних проблем призвело до викристалізування концепції людського капіталу, праці фундаторів і провідників якої (Т. Шульца, Г. Беккера, Дж. Мінцєра, Е. Денісона, Дж. Кєндрика, І. Хигучі, Р. Лукаса, П. Ромера, Ш. Розєна, Б. Генкіна, С. Дятлова, І. Соболевої) сприяли активізації відповідних наукових розвідок в Україні. Серед сучасних вітчизняних учених, які займаються проблематикою людського капіталу, можемо відзначити В. Антонюк, Д. Богиню, З. Варналія, О. Грішнову, Н. Верхоглядову, Я. Жаліла, Т. Заяць, Г. Зелінську, В. Куценко, А. Колота, Л. Семів, М. Семикіну, Н. Ушенко та ін. Проте на підставі вивченої літератури можна стверджувати, що проблема формування міцного прошарку середнього класу в контексті розвитку людського капіталу розглядалася фрагментарно.

**Постановка завдання.** Мета даної статті полягає в обґрунтуванні взаємовпливу середнього класу і людського капіталу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вектори пошуків наукових шкіл певною мірою знаходять відображення у дисертаційних роботах. Аналізування електронного каталогу авторефератів дисертацій Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського виявило висхідну тенденцію кількості дисертаційних робіт, які присвячені дослідженню людського капіталу. Якщо у 2001 р. з цієї тематики була захищена 1 кандидатська дисертація, то за наступних два роки кількість захищених робіт зросла до 8 (2 – на здобуття наукового ступеня доктора наук і 6 – кандидата наук), а за десять років – до 77 (13 – на здобуття наукового ступеня доктора наук і 64 – кандидата наук). За період 2001-2013 рр. ці цифри склали 93 (14 і 79) відповідно. Рівняння лінійних трендів, які представлені на рис. 1, засвідчують перспективність розгляду тематики людського капіталу як у кандидатських, так і в докторських дисертаціях. Ця обставина вказує на необхідність подальших досліджень чинників активування людського капіталу.



**Рис. 1.** Лінійні тренди наростаючого підсумку кількості захищених в Україні протягом 2001-2013 рр. дисертаційних робіт, тематика яких пов'язана з людським капіталом (побудовано авторами за [1])

Носієм людського капіталу (продуктивних, розвинутих за рахунок індивідуальних і суспільних інвестицій компетенцій, реалізованість яких забезпечує отримання доходу, що залежить від особистісних та суспільних змінних), як і представником середнього класу, є людина. Ця спільна риса ставить на порядок дня гіпотезу про взаємозалежний розвиток людського капіталу і середнього класу.

Представники політичних наук фокусують середній клас на політику централізму в управлінні суспільною системою, яка популяризується економічно розвинутими, демократичними,

соціогуманістичними суспільними системами. Концепція центристської політики передбачає таку соціально-політичну структуру суспільства, в якій домінуючу позицію посідає середній клас. Переважання в чисельності цієї категорії населення певною мірою є як результатом, так і передумовою соціально-політичної стабільності, а також розвитку економічної свободи та демократії на засадах дотримання цінностей: справедливості, толерантності, консенсусу, компромісу, громадянської злагоди, відповідальності, довіри, солідарності.

В царині соціології найбільшого поширення отримали погляди на природу середнього класу, які зводяться до виокремлення його ролі у соціально-економічних процесах і визначення відповідних ресурсів як класоутворювальних. Визначальним ресурсом, що може вкладатися середнім класом у суспільні соціально-економічні процеси, на нашу думку, є людський потенціал. Трансформування цього потенціалу в людський капітал забезпечує отримання його носієм ренти – плати суспільства за вкладені в суспільно позитивну діяльність продуктивні здібності.

На користь нашого міркування свідчить політ-економічна дефініція О. Коляди [2], за якою середній клас трактується як сукупність активних суб'єктів системи соціально-економічних відносин, що завдяки капіталізації організаційно-підприємницької, інтелектуальної, освітньої компонент потенціалу набувають відчуття самодостатності. Тобто з позиції економіки середній клас передусім означається як економічний донор. Його економічна діяль-

ність забезпечує задоволення власних і суспільних потреб, активуючи тим самим внутрішній ринок і спричиняючи економічне зростання. Фінансові ресурси середнього класу формують інвестиційний потенціал суспільної системи.

Систематизація поглядів окремих учених на атрибутивні риси середнього класу, переставлена у табл. 1, а також опрацювання низки джерел літератури [7, 8, 10], дозволяє вважати середнім класом своєрідного медіатора між верхніми та нижніми верствами суспільства, носія знань, інтелекту та соціокультури, трудової, громадської та політичної позаелекторальної активності; отримувача високих легітимних доходів із відповідною якістю життя, який поміркований та відповідальний у вчинках, відносно задоволений своїм статусом, цінує його, прагне до соціально-політичної стабільності та порядку, готовий до активних форм захисту прав і свобод. Окрім того, при визначенні середнього класу слід виходити з постулату, що це повинен бути "основний масив" населення, оскільки даний прошарок відображає й типовість суспільного складу, виступає основним споживачем товарів та послуг, головною продуктивною силою і вагомою складовою інвестиційного потенціалу суспільства.

Попри суттєву відмінність маркерів представників середнього класу, вони певною мірою гармоніюють із рисами носіїв людського капіталу. Серед невідчужуваних елементів індивідуального людського капіталу найбільший вплив на диференціацію середніх класів виявляють культурно-моральна, інтелектуально-інноваційна, організаційно-підприємницька і рекреаційна компоненти. Відтак, процес

Таблиця 1

Маркери представників середнього класу за висновками окремих учених\*

Автор, джерело	Маркери
Дж. Каркреді [3]	– відсутність юридичної чи реальної власності на засоби виробництва; – здійснення функції контролю
Е. Лібанова, Н. Власенко, В. Геєць [4]	– посідання певного соціального статусу; – володіння власністю; – наявність професійно-освітньої підготовки; – отримання середніх доходів; – ідентифікація себе як представника середнього класу.
В. Грицанюк [5]	– досягнення такого рівня добробуту, який визначає якість життя; – наявність рівня освіти та культури, що дозволяє виконувати висококваліфіковану роботу, зокрема і керівну; – соціально-психологічна зорієнтованість на сімейний добробут, індивідуальний розвиток і вдосконалення; – типовість економічної поведінки, спрямованої на ринкову форму господарювання з прагненням до самостійності та незалежності; – політична зорієнтованість на законослухняність, на захист прав людини; на престиж трудової діяльності та способу життя; – участь у створенні громадських структур, які протистоять нелегітимному втручанням держави в економіку і сприяють прозорості діяльності держави; – домінування частки у структурі населення (близько 70%)
Ю. Спориш [6]	– володіння інтелектуально-культурним потенціалом; – усвідомлення цінності інтелектуально-культурного капіталу; – отримання інтелектуально-культурної ренти.
О. Коляда [2]	– притаманність сукупності об'єктивних ознак: місце економічного суб'єкта у відносинах власності та ступені контролю за процесом господарської діяльності, що дозволяє отримати достатній рівень легального доходу, який дозволяє підтримувати високу якість людського капіталу та надає відчуття самодостатності в даному суспільстві внаслідок задоволення матеріальних і духовних потреб громадянина; – притаманність сукупності суб'єктивно-інституціональних ознак: спосіб та стиль життя, задоволення своїм статусом, відносний політичний консерватизм, зокрема зацікавленість у підтримці соціальної стабільності в суспільстві, суб'єктивна ідентифікація себе з середнім класом

\*Розроблено авторами



емпіричної ідентифікації середнього класу можна здійснювати в три етапи: спочатку виокремити носіїв культурно-моральної, інтелектуально-інноваційної, організаційно-підприємницької й рекреаційної компонент людського потенціалу; потім виокремити з них тих індивідів, які усвідомлюють важливість цих компонент потенціалу людини, їх капіталізують і ведуть спосіб життя, зорієнтований на розвиток суспільно позитивних активів людинності; насамкінець окреслити коло осіб, які отримують належну віддачу від реалізації своїх продуктивних здібностей, що свідчить про визнання суспільством цінності інвестицій у людський капітал.

Наявна інформаційна база Державної служби статистики України не дозволяє виділити середній клас, оскільки за абсолютним рівнем доходів можна лише **визначити** його соціальну базу на основі аналізу структури доходів домогосподарств. Окрім того, причиною ненадійності критерію доходу для виокремлення середнього класу є поширена сьогодні додаткова зайнятість, яка нерідко є незареєстрованою, тобто “тіньовою”. Слід також зазначити, що у структурі населення України певна частина отримує достатньо високі (вищі за середні) доходи, проте не належить до середнього класу. Це представники тіньового капіталу та бізнесу, корумповані посадові особи органів державної влади, ті, хто співпрацює з кримінальними структурами тощо. Такі категорії не зацікавлені у соціально-економічній та політичній стабільності суспільства.

Власність на житло, землю, предмети довготривалого користування, засоби виробництва, іншої нерухомості виступає одним із критеріїв належності до середнього класу, і певна частина українців може бути віднесеною до даної категорії. Проте це не стосується більшості наших громадян. Зокрема, на думку В. Точиліна, досить умовно можна застосовувати критерій наявності нерухомості для визначення середнього класу в сільській місцевості з огляду на низький рівень забезпечення житла комунальними послугами – центральним опаленням, водоводами, каналізацією, природним газом, а також на відсутність у багатьох селах доріг із твердим покриттям [7, с. 137]. Що стосується володіння землею, то, по-перше, державні акти на право приватної власності видані не всім власникам земельних часток колишніх колективних сільськогосподарських підприємств, а по-друге, мізерний розмір орендної плати не дає підстав вважати її суттєвим джерелом доходів

сільських сімей.

Високий професійно-освітній рівень в Україні не гарантує для працівників більшості видів економічної діяльності належної винагороди чи навіть середнього рівня оплати праці, отримання роботи за фахом із перспективами професійного зростання. Надзвичайно низький рівень життя у більшості вітчизняних державних службовців, представників інтелігенції не дає підстав віднести їх до середнього класу, проте за природою суспільної свідомості віртуально ці групи ідентифікуються з середнім класом. Натомість у країнах із соціально зорієнтованою економікою розгалужена та диверсифікована система соціального забезпечення дозволяє віднести до середнього класу так звані “вразливі верстви населення” – пенсіонерів, інвалідів, багатодітні та неповні сім’ї.

Критерій самоідентифікації пов’язаний із уявленнями людини про її матеріальне положення та соціальний статус і помилковим припущенням, що поняття “середній клас” стосується середнього рівня життя. Внаслідок цього виникає розрив між реальною ситуацією та прагненнями більшості українців належати саме до середнього класу та поділяти його цінності. Аналіз соціальної структури сучасного українського суспільства свідчить про наявність лише невеликого прошарку (10% населення), що є підстави класифікувати як середній клас [8].

Розвинуте демократичне суспільство передбачає соціальну стратифікацію з домінуючою часткою середнього класу. Існування й відтворення останнього забезпечується механізмами громадянського суспільства. Разом з тим, ідея громадянського суспільства не може бути реалізованою без отримання у середовищі середнього класу своїх adeptів і апологетів. Таким чином, середній клас виступає активатором становлення та розвитку громадянського суспільства, яке, у свою чергу, є гарантом формування середнього класу й стимулятором високої якості людського капіталу.

Зупинимось на ще одному дискусійному питанні – структурі середнього класу. Одні науковці описують цю верству як досить однорідну сукупність, інші – як сукупність неоднорідних складових. Зміна концепції єдиного середнього класу на концепцію мультисередніх класів відбулася в час становлення постіндустріального суспільства. В якості прикладу наведемо характеристику класової структури населення США П. Фуссела (рис. 2).

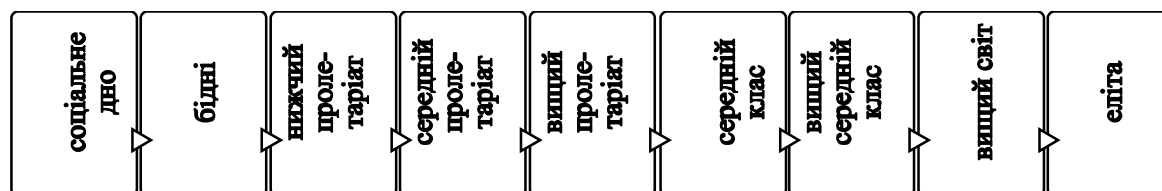


Рис. 2. Класова структура суспільства за П. Фусселом (побудовано авторами за [10])

Вищий (новий) середній клас утворюють високооплачувані працівники, зайняті, як правило, інтелектуальною працею, тобто отримувачі віддачі від інвестицій у людський капітал. Ми схилиємося до думки, що "... феномен середнього класу не підлягає класифікації за єдиною підставою. Він являє собою конгломерат великих і малих соціальних груп, які відрізняються одна від одної за інтересами" [9, с. 16].

Будучи певним медіатором суспільства, середній клас, з одного боку, замикає на собі експлуатаційний тиск представників великого капіталу, а з іншого боку, – сам експлуатує найману працю. Окрім того, на серединному положенні відображається вплив феномену аксіологічного маятника: зміщення ціннісних орієнтирів від реального людського капіталу до фіктивного людського капіталу, від святості до гріховності, від активного до фізично інертного способу життя, від ініціативності до байдужості, від покірності до непокори та ін.

Середній клас трансформаційного суспільства не може бути аналогом середнього класу розвинених країн. По-перше, в сталих суспільствах класоутворювальні ознаки – наявність певних атрибутів (рівень освіти, матеріальні статки) і статус (престиж роботи, посада тощо) – у силу щільної кореляції з ресурсами, вкладеними середнім класом у соціально-економічні процеси, по праву використовуються в емпіричних дослідженнях. Натомість у трансформаційних економіках ці ознаки і ресурси, що вкладені в соціально-економічні процеси, не проявляються як консистентні, а, відтак, їх використання у дослідницьких цілях не коректне. По-друге, для візуалізації соціальної структури розвинених країн пропонують використовувати яйцевидну форму: невеликі за чисельністю нижчий (бідні верстви) і вищий (багаті верстви) класи та численний середній клас. Стосовно транзитивних суспільств, у тому числі й України, то "їх соціальна структура швидше нагадуватиме піраміду, розширену біля основи, і яка істотно звужується до вершини" [9, с. 16].

Специфіка середнього класу в Україні полягає в тому, що він, по-перше, створювався не на базі розвитку реального виробництва, а внаслідок проведеної приватизації та доступу до бюрократичних інституцій, що здійснювали це роздержавлення, і, по-друге, є зорієнтованим переважно на обслуговування класу багатих. За результатами соціологічного опитування у межах проекту "Середній клас в Україні: життєві цінності, готовність до асоціації і просування демократичних стандартів" у вітчизняному суспільстві, окрім вищого, середнього та нижчого класів, виділено верству олігархів (іронічно "еліту"), частка якої становить 2-3% населення країни, та асоціальну (маргінальну) групу, частка якої – 3-5%. При цьому спостерігається "соціальна прірва" між представниками середнього класу і вищих верств, а ставлення до останніх радше негативне. Натомість відчуженість представників середнього класу і

нижчого класів виражена значно слабше, ставлення до бідних верств більш доброзичливе, співчутливе. Це певною мірою пояснюється правосторонньою скошеністю розподілу вітчизняного населення за розміром віддачі від залучення в економічну діяльність людського капіталу. За правосторонньої асиметрії ( $A_s > 0$ ) середня величина перевищує значення медіани, яка, у свою чергу, більша за моду (рис. 3), тобто домінують низькі доходи і в більшій частині населення їх обсяг нижчий за середній рівень.

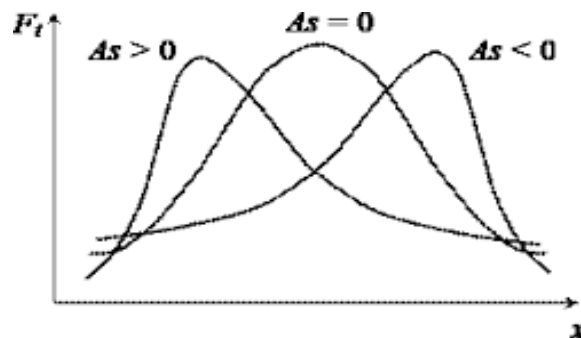


Рис. 3. Симетричний та асиметричні розподіли

Поляризацію населення за доходами, укорінення явищ "спадкової бідності" та "субкультури бідності" ми розглядаємо як загрози формуванню людського капіталу. Небезпека втрат людського капіталу посилюється удорожчанням життєво необхідних товарів і послуг. Так, за даними офіційної статистики частка витрат на охорону здоров'я у сукупних витратах вітчизняного домогосподарства протягом 2007-2014 рр. зросла на 1,1 в.п. (із 2,5% до 3,6%), а обсяг – у 3,4 раза (із 43,1 грн до 145,8 грн щомісячно). Кожна п'ята родина в Україні за потреби у 2014 р. не змогла отримати медичну допомогу, придбати ліки чи медичне приладдя. Головна причина цієї ситуації – неможливість покриття дороговартісного лікування наявними фінансовими ресурсами. Надто високу вартість як перешкоду для купівлі лікарських препаратів зазначають 92,3% домогосподарств; для придбання медичного приладдя – 96,6% домогосподарств; для відвідання лікаря – 69,7% домогосподарств; для лікування у стаціонарі – 96,0% домогосподарств; для отримання стоматологічного лікування – 96,1% домогосподарств; для проведення медичних обстежень – 91,3% домогосподарств; для здійснення лікувальних процедур – 97,6% домогосподарств. При цьому практично всі багатодітні домогосподарства відмову від послуг сфери охорони здоров'я пояснюють тільки браком коштів.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Попри теоретичну неоднозначність критеріїв належності до середнього класу, він розглядається нами як активатор і як чинник розвитку людського капіталу. Вакуум, що утворився між фактичним і

фіктивним інтелектуально-інноваційним капіталом, між культурно-моральним поступом і декультуризацією й аморальністю соціуму, між суспільно позитивними й фізично інертними способами життя населення, його майновою поляризацією, слід вважати основною причиною гальмування процесу формування середнього класу в Україні. Становлення міцного прошарку середнього класу має стати системоутворюючою ідеєю економічних, політичних і соціальних перетворень у суспільстві, які сприятимуть розвитку людського капіталу. Середній клас має виступати, по-перше, основним внутрішнім інвестором держави, підтримуючи фінансовий ринок інвестиціями в державні цінні папери, страхові, пенсійні, інвестиційні фонди тощо, по-друге, потужним економічним донором, наповнюючи бюджетну систему, фінансуючи соціальні трансферти, підтримуючи соціально пасивне населення, розширюючи можливості фінансування людського потенціалу, по-третє, масовим споживачем, сприяючи формуванню масштабного внутрішнього ринку, економічному зростанню, створенню нових робочих місць і підвищенню добробуту населення. Перспективи подальших досліджень обраної тематики вбачаються в аналізованні специфіки структури і розвитку середнього класу в Україні у сучасних умовах.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського : офіційний сайт. Автореферати дисертацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua>.
2. Коляда О. В. Середній клас у трансформаційній економіці України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук за спец. 08.00.01. – Економічна теорія та історія економічної думки. – ДВНЗ “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана” / О. В. Коляда. – Київ, 2011. – 24 с.
3. Carcredi G. On the Economic Identification of the New Middle Class // *Economy and Society*. – 1975, No 4.
4. Політика становлення середнього класу // Послання Президента країни до Верховної Ради України. Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2001 році / [Е. М. Лібанова, Н. С. Власенко, В. М. Геєць та ін.]. – К. : ІВЦ Деркомстату України, 2002. – С. 104-121.
5. Грицанюк В. В. Середній клас як соціальна основа формування політики централізму : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук за спец. 23.00.02 – політичні інститути та процеси. – Львівський національний університет імені Івана Франка / В. В. Грицанюк. – Львів, 2007. – 23 с.
6. Спориш Ю. О. Стилі життя середнього класу в Україні (на прикладі великого міста) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціол. наук за спец. 22.00.03 – соціальні структури і соціальні відносини. –

Київський національний університет імені Тараса Шевченка / Ю. О. Спориш. – Київ, 2010. – 23 с.

7. Формування галузевих ринків України: перехідний період / [за ред. В. О. Точиліна]. – К. : Фенікс, 2004. – 332 с.

8. Чунаєв О. Формування середнього класу в Україні [Електронний ресурс] / О. Чунаєв. – Режим доступу : <http://www.politikan.com.ua>.

9. Горбань О. В. Громадянське суспільство: ідея та механізм її здійснення (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня док-ра філософ. наук за спец. 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. – Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського / О. В. Горбань. – Сімферополь, 2011. – 40 с.

10. Fussel P. *Class: A Guide Through the American Status System*. Touchstone. New York: Summit Books, 1983.

#### REFERENCES

1. The official site of Nationalna biblioteka Ukrainy imeni V. I. Vernad'skoho : “Avtoreferaty dysertatsij”, available at: <http://nbuv.gov.ua> (Accessed Mar 2016).
2. Koliada, O. V. (2011), “Serednij klas u transformatsijnij ekonomitsi Ukrainy” Ph.D. Thesis, *Ekonomiczna teoriia ta istoriia ekonomichnoi dumky, Kyivs'kyj natsional'nyj ekonomichnyj universytet imeni Vadyma Het'mana*, Kyiv, Ukraine.
3. Carcredi G. (1975), “On the Economic Identification of the New Middle Class”, *Economy and Society*, vol. 4.
4. Libanova E. M., Vlasenko N. S., and Heiets, V. M. (2002), “Polityka stanovlennia seredn'oho klasu”, *Poslannia Prezidenta krainy do Verkhovnoi Rady Ukrainy. Pro vnutrishnie i zovnishnie stanovysche Ukrainy u 2001 rotsi*, Derkomstat Ukrainy, pp. 104-121.
5. Hrytsaniuk, V. V. (2007), “Serednij klas iak sotsial'na osnova formuvannia polityky tsentryzmu” Ph.D. Thesis, *Politychni instytuty ta protsesy, L'vivs'kyj natsional'nyj universytet imeni Ivana Franka*, L'viv, Ukraine.
6. Sporysh, Yu. O. (2010), “Styli zhyttia seredn'oho klasu v Ukraini (na prykladi velykoho mista)” Ph.D. Thesis, *Sotsial'ni struktury i sotsial'ni vidnosyny, Kyivs'kyj natsional'nyj universytet imeni Tarasa Shevchenka*, Kyiv, Ukraine.
7. Tochylin, V. O. (2004), *Formuvannia haluzevykh rynkiv Ukrainy: perekhidnyj period*, Feniks, Kyiv, Ukraine.
8. Chunaiev O. “Formuvannia seredn'oho klasu v Ukraini”, available at: <http://www.politikan.com.ua> (Accessed Mar 2016).
9. Horban', O. V. (2011), “Hromadians'ke suspil'stvo: ideia ta mekhanizm ii zdijsnennia (sotsial'no-filosofs'kyj analiz)” Ph.D. Thesis, *Sotsial'na filosofii ta filosofii istorii, Tavrijs'kyj natsional'nyj universytet imeni V.I. Vernad'skoho, Simferopol*, Ukraine.

10. Fussel, P. (1983), *Class: A Guide Through the American Status System*, Summit Books, New York, USA.

Дайновський Ю. А.,  
д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу, Львівська комерційна академія, м. Львів

Гліненко Л. К.,  
к.т.н., доц. кафедри ЕЗІКТ, Національний університет „Львівська політехніка”, м. Львів

## КОМУНІКАЦІЙНІ ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ

**Анотація.** Проаналізовано особливості маркетингу в сфері послуг. Виділено чотири способи, на основі котрих здійснюється попередня оцінка якості послуги, яку планується отримати. Показано, що загальновідомі особливості послуг ускладнюють проблеми комунікації з потенційними споживачами. Як один із можливих шляхів підвищення результативності комунікативного впливу на потенційних споживачів послуг розглядається застосування різноманітних інноваційних маркетингових прийомів. Наводиться низка прикладів прийомів цієї групи. Зроблено висновок про те, що різноманіття сучасних послуг зумовлює доцільність застосування різних варіантів маркетингових комунікацій, сформульованих у вигляді прийомів комунікативного впливу. Показано, що такі прийоми здебільшого ґрунтуються на інноваційних технологіях використання сучасних засобів зв'язку.

**Ключові слова:** маркетинг послуг, комунікації, інновації, комунікаційні прийоми.

Daynovskyy Y.A.,  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Marketing, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Hlinenko L. K.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of EZIKT, National University "Lviv Polytechnic", Lviv

## COMMUNICATION INNOVATIONS IN MARKETING OF SERVICES

**Abstract.** Features of marketing in the field of services are analysed. As a result, four methods for the preliminary estimation of the quality of planned service are revealed. It is shown that the well-known features of services complicate the problems of communication with potential consumers. Application of various innovative marketing tricks is proved to be one of the possible ways to increase the effectiveness of communicative influence on the potential consumers. Several examples of such tricks are cited. It is concluded that the modern services variety predetermines expediency of application of different variants of the marketing communications stated as tricks of communicative influence. It is shown that such tricks mainly rely on the innovative technologies of the modern communication means use.

**Keywords:** marketing of services, communication, innovations, communication tricks.

**Постановка проблеми.** Загальносвітова тенденція постійного розвитку ринку послуг, зокрема таких, що ґрунтуються на інноваціях, знаходить своє втілення і на українському споживчому ринку. В провідних країнах світу більше половини ВВП створюється саме у сфері послуг. Постійно зростає і кількість працівників, зайнятих у цій сфері. До них належать не тільки працівники підприємств, які традиційно відносяться до сфери послуг, але і значний прошарок спеціалістів виробничої сфери, державних установ, функції яких переважно пов'язані з наданням послуг (аудиторських, правничих, консультативних, медичних, транспортних, послуг харчування тощо). Тому дослідження ринку послуг і ролі інновацій у його розвитку набуває все більшої актуальності. Зростає також і роль маркетингових комунікацій у процесі надання різноманітних видів послуг, а також в організації відповідних видів бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми маркетингу в сфері послуг розглядаються багатьма авторами, переважно стосовно конкретних послуг [1-5]. Проте залишаються актуальними засадничі питання ролі й напрямів розвитку маркетингових комунікацій як у сфері послуг загалом, так і стосовно окремих видів послуг, а також опрацювання системи інноваційних засобів, які можуть при цьому застосовуватися.

**Постановка завдання.** Метою статті є узагальнення особливостей маркетингових комунікацій у різних видах послуг і вироблення рекомендацій щодо вдосконалення цієї складової маркетингу у сфері послуг шляхом застосування відповідних інноваційних прийомів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Серед чинників розвитку ринку послуг слід назвати

бажання споживачів забезпечити для себе вищий рівень комфорту, позбутися виконання певних функцій або спростити їх. Крім того, окремі спеціалізовані функції у переважній більшості випадків не можуть виконуватися споживачем особисто або потребуватимуть від нього непомірно великих зусиль щодо попереднього опанування певних знань або навичок.

Складність здійснення маркетингу у сфері послуг зумовлена тим, що до моменту надання результату послуги фактично не існує, тобто неможливо оцінити якість відповідної послуги, порівняти її з іншими аналогічними й обрати кращий із можливих варіантів. Попередня оцінка якості послуги, яку планується отримати, здійснюється принаймні чотирма способами, в кожному з яких у тій або іншій мірі присутні комунікації. Це оцінка на основі:

1) досвіду отримання послуги у минулому (комунікація через фактичне надання послуги, засвоєння позитивних вражень, формування лояльності);

2) відгуків інших знайомих осіб, що отримували відповідну послугу (міжособистісна комунікація у порівняно вузькому колі людей, розповсюдження інформації “з вуст у уста”);

3) інформації, отримуваної попередньо від надавача послуги (реклама, дані щодо суті результату, що має бути отриманий, дані про те, як саме, ким, за допомогою яких матеріальних засобів буде надаватися послуга);

4) вражень широкого загалу споживачів відповідної послуги, її оцінки громадськістю (комунікація у широкому колі споживачів, зокрема завдяки застосуванню інноваційних комунікаційних технологій).

Важливим є не тільки присутність позитивних відгуків, але і відсутність вкрай негативних, скандальних даних. Останнє стає особливо важливим у Інтернет-середовищі: багато потенційних споживачів вважають, що якщо нічого поганого про певного надавача послуг в Інтернеті не знайдено, значить, її якість можна вважати нормальною, допустимою.

Різниця між матеріальним товаром і нематеріальною послугою досить часто є нечіткою. Більшість товарів супроводжуються певними послугами, а послуги, у свою чергу, підкріплюються певними матеріальними компонентами. Навіть стосовно товарів, які не вимагають при споживанні жодних послуг, споживач все одно отримує принаймні одну послугу – торговельну. Часто послуги бувають прихованими в самому товарі (нарізаний батон, розфасований цукор). Багатьом товарам додається певне супутне “підкріплення” (третій рівень товару) – доставка, монтаж, інсталювання, гарантійні послуги, сервісне обслуговування, у процесі яких відбувається інтенсивна післяпродажна комунікація, закріплення позитивної думки або виявлення недоліків. Ситуація, коли у наданій споживчій вартості частка товарної компоненти співмірна з часткою отриманої послуги має місце, наприклад, у послугах харчування, де комунікація відбувається у процесі обслуговування. “Абсолютними”

послугами, які переважно ґрунтуються на комунікаціях, вважаються освітні, консультаційні, юридичні, хоча і при їх наданні можуть передаватися споживачу певні матеріальні компоненти (брошури, письмові інструкції).

Загальновідомі особливості послуг актуалізують і подекуди значно ускладнюють проблеми комунікації з потенційними споживачами.

Недотичність, невідчутність послуг означає, що їх не можна продемонструвати такими самими способами, якими демонструють матеріальні товари. Відповідно, завданням комунікативного впливу стає компенсація неможливості безпосередньо доторкнутися, побачити суть послуги. Тому багатократно зростає важливість комунікацій, які дають можливість споживачеві попередньо повірити в якість пропонованої послуги, під час її отримання супроводжувати процес її отримання певними супутніми матеріальними елементами (інтер’єр) і навіть після фактичного надання послуги продовжувати комунікування з метою мінімізації так званого післязакупового дисонансу, тобто турбувань стосовно правильності вибору конкретного варіанта задоволення потреби у послугі. Постійне додавання покупцеві інформації, що свідчитиме про правильність його фактично здійсненого вибору, сприятиме формуванню лояльності клієнтів та їх довгостроковому прив’язуванню до певного підприємства сфери послуг.

Нерозривність процесів надання й отримання послуг робить необхідним присутність споживача у процесі надання послуг, що дає можливість здійснювати комунікативний вплив протягом усього часу обслуговування. При наданні окремих послуг (консультаційні, медичні) комунікація стає важливим сутнісним елементом процесу обслуговування. При наданні, наприклад, банківських, страхових, ремонтних, перукарських послуг важливою є сама поведінка відповідних працівників. Навіть при мінімумі вербальної комунікації від їх поведінки у процесі обслуговування в суттєвій мірі залежить формування враження споживача і його рішення стосовно подальшого обслуговування саме у цьому місці (формування лояльності). Слід зауважити, що при цьому комунікація відбувається і між самими клієнтами, вона може суттєво вплинути на враження споживача (поведінка інших глядачів на концерті, реакція пасажирів на скупченість у транспорті). Іноді, коли внаслідок специфіки послуг вдається певним чином розділити надання й отримання послуг, стають важливішими письмові комунікації, наприклад навчальний курс, а також комунікація в мережі Інтернет (купівля білетів, отримання інформації, бронювання готелів). З іншого боку, сучасні готельні мережі можуть надавати послуги проживання, повністю виключаючи особисті комунікації: замовлення й оплата через Інтернет, доступ до готелю і номера за завчасно повідомленими кодами, прибирання за відсутності клієнта.

Непостійність, мінливість якості послуг, можливість діаметрально протилежної оцінки якості

послуги, отриманої у тому самому місці та в аналогічному часовому проміжку, також певною мірою залежить від міжособової комунікації. Так, на рівень обслуговування впливає настрій і фізична форма працівника, що обслуговує, його ввічливість, професійність, навіть дикція і манера рухатися. Причому ці параметри можуть змінитися навіть під впливом комунікації з окремими клієнтами і, відповідно, покращити або погіршити обслуговування наступних клієнтів.

Властивість недовговічності, небережливості послуг у найменшій мірі пов'язана з комунікаціями з клієнтами. Неможливо виробити послугу “про запас”, щоб реалізувати більше при підвищенні попиту в певні періоди часу. Проте і у цьому сенсі комунікації відіграють певну роль. Так, у пікові періоди може бути підвищена ціна, збільшена кількість пунктів обслуговування (рейсів, концертів, працівників), у періоди спаду попиту можуть надаватися додаткові безкоштовні послуги, пільги, про що слід попередньо інформувати клієнтів через певні комунікаційні канали і так, щоб це не викликало у них відповідних негативних емоцій.

Підвищення результативності саме комунікативного впливу на потенційного споживача послуг реалізується на практиці через застосування різноманітних інноваційних маркетингових прийомів. Наведемо приклади прийомів цієї групи.

*Прийом “моментального відгуку на невисловлену потребу”.* Для успішного запуску бренду в Колумбії під слоганом “Зроби перерву – з’їж Kit Kat” компанія Kit Kat запропонувала споживачам безкоштовний масаж через притулення до встановлених на зупинках громадського транспорту спеціальних рекламних щитів, локалізованих на картах Google. Як тільки в чимось повідомленні у Твіттері у межах міста з’являлося слово “засмучений” чи “стомився” (“stressed”, “tired” etc), автор миттєво отримував повідомлення з вказівкою розташування найближчого масажного щита на Google Maps.

*Прийом “персонального калібрування пропозиції”.* Ресторан Vita Mojo, що відкрився на початку 2016 року у Великобританії, забезпечує споживачам можливість самостійно “відкалібрувати” склад замовленого салату: за допомогою встановлених на кожному столі iPod’ів кожний відвідувач ресторану може самостійно обрати інгредієнти салату та їх кількість у грамах, просто пересуваючи на екрані бігунки у відповідних шкалах. На графіках, що відображають процес замовлення, фіксується зміна споживчої цінності страви (кількості калорій) та ціни залежно від зміни її складу.

*Прийом просування продукту через реалізацію іншої потреби.* Прийом полягає у стимулюванні придбання продукту чи послуги завдяки можливості задовольнити іншу потребу, реалізація якої потребує дій, хоча б частково спільних із тими, які мають місце при споживанні чи купівлі цих продуктів чи послуг. Так, за даними [6], більше 70 % потенційних пацієнтів надають перевагу

віртуальній консультації стосовно візиту до лікаря. У 2015 році мережа компаній Matsumoto Apple Association запропонувала покупцеві незначно дорожчі яблука, споряджені додатковим стікером JPY 200 Dentapples з QR-кодом, який надає доступ до мобільного додатку. Зробивши фотографії чотирьох надкусів яблука камерою смартфона через додаток та відповівши на кілька питань про стан своїх зубів, споживач отримує можливість протягом 24 годин проконсультуватися в режимі онлайн із професійним стоматологом, отримуючи поради на основі фотографій надкушеного яблука.

*Прийом візуалізації продукту / послуги / бренду.* Прийом полягає у просуванні послуги, продукту чи бренду через відеоролики у YouTube чи соціальних мережах. Сучасний споживач живе в умовах постійного браку часу, тому він відмовляється вивчати довгі й складні текстові повідомлення, надаючи перевагу відео. Згідно з [7] більше 70 % споживачів роблять покупку під впливом саме відеоконтенту.

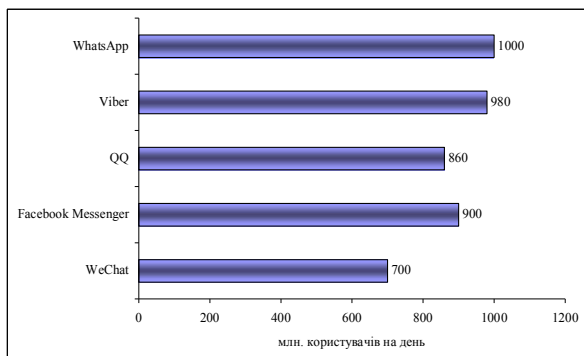
*Прийом “екологізації послуги”.* Прийом полягає у зміні середовища надання послуги на екологічніше чи сприятливіше для покращення самопочуття. Так, поціновувачам Starbucks кав’ярні пропонують додатково “підзарядитися” у зимові дні, відвідуючи фірмові заклади Starbucks EnergyUp cafés, споряджені особливими лампами Philips EnergyUp, які, імітуючи денне світло, за 20 хвилин покращують самопочуття і забезпечують приплив енергії споживачеві [8].

*Прийом “потенційної контекстної всеприсутності послуги” (contextual omnipresence).* Прийом полягає у забезпеченні надання послуг, пов’язаних із оцінкою стану споживача, його майна тощо у довільний момент у довільному місці на вимогу споживача завдяки використанню сучасних каналів комунікації та інформаційно-комп’ютерних технологій. Так, на початку 2016 р. Південно-Африканська телекомунікаційна компанія Vodacom разом із Принстонським університетом у межах Всесвітнього дня слуху запропонувала користувачам смартфонів систем iOS та Android додаток HearZA app, який дає змогу споживачу самостійно запустити і пройти тест на стан свого слуху (здатність чути в умовах різного рівня шуму) [9]. В разі непроходження тесту на задовільному рівні автоматично генерується пропозиція отримання консультації у лікаря-отоларинголога і відбувається підбір лікаря за місцем і часом та здійснюється власне запис на консультацію.

Зазначений прийом може використовуватися як засіб промоції конкретної послуги, так і як засіб промоції бренду та його продуктів, які можуть і не мати безпосереднього стосунку до пропонованої послуги. Так, у травні 2015 року китайський виробник молочної продукції Yili у рамках кампанії з пропагування здорового способу життя впровадив заміну звичайних ременів для тримання за планки в автобусах на пристрої моніторингу стану організму [10]. При хапанні за цю “трималку” пристрій автоматично вимірює частоту серцебиття, рівномірність ритму, масу тіла та деякі інші параметри. Результати вимірювання виводяться на

мікромонітор “трималки” чи екран мобільного пристрою, забезпечуючи споживачу доступ до інформації у довільний момент часу.

Приєм “меседжування послуги” спирається на все ширше розповсюдження меседжевих додатків (“Message app”) типу Viber, QuestMobile чи WhatsApp і полягає у пропонуванні та реалізації повного циклу послуги через ці безкоштовні для користувачів Інтернету (як персональних комп’ютерів, так і смартфонів) додатки. Кількість щоденних користувачів даних додатків нещодавно зростає, на початку 2016 року вона знаходилася в межах від 700 мільйонів до 1 мільярда (рис. 1).



**Рис. 1. Денне застосування додатків меседжевого типу на початку 2016 р. [11]**

Піонером започаткування такого способу надання послуги стали азійські компанії, які переважно спиралися на додаток WeChat. Ще у 2014 р. вони запропонували замовлення через цей додаток таксі (EasyTaxi), їжі (FoodPanda), квитків на різні імпрези тощо. Приємно, що українські підприємці впевнено підхопили цю тенденцію. Так, туристична агенція “Гарний відпочинок” у 2015 р. створила Rockettour [12] – першу в світі повністю віртуальну туристичну агенцію на базі додатку Viber, у якій повний цикл надання послуги з пошуку, вибору, замовлення та оплати туру здійснюється через цей додаток. Водночас клієнти можуть обирати менеджера, спілкуватися між собою та запрошувати друзів у спільну поїздку через цю ж агенцію засобами цього ж додатку.

*Приєм “прийди на допомогу”.* Приєм полягає у спорядженні різноманітних продуктів засобами сповіщення про аварійний стан продукту чи його користувача з визначенням особи - отримувача відповідного повідомлення. Так, маленький електроскутер Xkuty One [13] здатний автоматично надсилати повідомлення батькам травмованої дитини у разі аварії завдяки використанню спеціального порта на рукоятках скутера для встановлення смартфона та додатку, який реагує на дані гіроскопа смартфона. У разі падіння батькам надсилається повідомлення про випадок та його місцезнаходження.

*Приєм “регламентування споживання продукту”.* Приєм полягає у наданні послуги з впорядкування споживання того чи іншого продукту та

оцінки результатів його споживання завдяки сучасним комунікаційним технологіям. Так, у 2012 р. уряд Австралії фінансував впровадження безкоштовного додатку для смартфонів Antibiotics Reminder [14], який забезпечує формування регламенту споживання антибіотиків (час та умови прийому), нагадування про момент прийому, фіксацію факту прийому та реакції на ліки, що допомагає ефективному їх застосуванню.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином, маркетинговий комунікативний вплив може по-різному реалізовуватися і має певну специфіку стосовно окремих видів послуг. З іншого боку, різноманіття сучасних послуг та їх особливості можуть диктувати доцільність застосування різних варіантів маркетингових комунікацій, що доцільно формулювати як окремі прийоми комунікативного впливу. При цьому особливу роль відіграють сучасні інноваційні засоби зв’язку.

Подальші дослідження можуть бути спрямованими на виокремлення специфічних груп комунікативних прийомів, зокрема таких, що ґрунтуватимуться на інноваціях, для окремих видів послуг.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ремезь Ю. Б. Еволюція сучасних концепцій маркетингу на ринку послуг / Ремезь Ю. Б. // Формування ринкової економіки. Маркетингова освіта в Україні. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 618-627.
2. Шаповалова Е. П. Роль маркетингових інструментів у відновленні довіри споживачів до банківських установ / Шаповалова Е. П. // Економіка та підприємництво. – 2015. – № 34-35. – Ч. 1. – К. : КНЕУ, 2015. – С. 322-332.
3. Пилипчук В. П. Маркетинговий підхід до анімаційної послуги як системи / Пилипчук В. П. // Формування ринкової економіки. Маркетингова освіта в Україні. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 299-305.
4. Шишигіна Л. С. Маркетингові засоби просування туристичних послуг на ринку України / Шишигіна Л. С., Зима Я. М. // Економіка та підприємництво. – 2015. – № 34-35. – Ч. 1. – К. : КНЕУ, 2015. – С. 418-424.
5. Вільчинська С. Б. Сфера освітніх послуг як об’єкт маркетингу відносин / Вільчинська С. Б., Ковальчук С. В. // Формування ринкової економіки. Маркетингова освіта в Україні. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 14-24.
6. Dentapple [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://itunes.apple.com/us/app/dentapple/id1050553238?mt=8>.
7. Тенденції інтернет-маркетинга 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://marketcrater.com/ru/тренды-развития-интернет-маркетинга-2016/>.
8. Starbucks Energy Up Café [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.philips.nl/content/B2C/nl\\_NL/acties/energyup-cafe.html](http://www.philips.nl/content/B2C/nl_NL/acties/energyup-cafe.html).



9. HearScreen [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.hearscreen.com/hearza/>.

10. Leading the sound development of China's dairy industry [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.yili.com/about/index.html>.

11. Global Brain [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://trendwatching.com/trends/global-brain/>.

12. Первое в мире вайбер-агентство [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pockettour.com.ua/main/>.

13. Scooter sends alerts in the event of a crash [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://trendwatching.com/trends/7trends2014/>.

14. Antibiotics Reminder [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://itunes.apple.com/au/app/antibiotics-reminder/id532054264?mt=8>.

## REFERENCES

1. Remez, Yu. B. (2011), Evoliutsiia suchasnykh kontseptsij marketynhu na rynku posluh, *Formuvannia rynkovoï ekonomiky. Marketynhova osvita v Ukraini*, K., KNEU, s. 618-627.

2. Shapovalova, E. P. (2015), Rol' marketynhovykh instrumentiv u vidnovlenni doviry spozhyvachiv do bankivskykh ustanov, *Ekonomika ta pidpriumnytstvo*, № 34-35, Chastyna 1, KNEU, K., s. 322-332.

3. Pylypchuk, V. P. (2011), Marketynhovyj pidkhid do animatsijnoi posluhy iak systemy, *Formuvannia rynkovoï ekonomiky, Marketynhova osvita v Ukraini*, KNEU, K., s. 299-305.

4. Shyshyhina, L. S. and Zyma, Ya. M. (2015), Marketynhovi zasoby prosvannia turystychnykh posluh na rynku Ukrainy, *Ekonomika ta pidpriumnytstvo*, № 34-35, Chastyna 1, KNEU, K., s. 418-424.

5. Vil'chynska, S. B. and Kovalchuk, S. V. (2011), Sfera osvity iak posluh iak ob'ekt marketynhu vidnosyn, *Formuvannia rynkovoï ekonomiky. Marketynhova osvita v Ukraini*, KNEU, K., s. 14-24.

6. Dentapple, available at: <https://itunes.apple.com/us/app/dentapple/id1050553238?mt=8>.

7. Tendencii internet-marketinga 2016, available at: <http://marketcrater.com/ru/тренды-развития-интернет-маркетинга-2016/>.

8. Starbucks EnergyUp Café, available at: [http://www.philips.nl/content/B2C/nl\\_NL/acties/energyup-cafe.html](http://www.philips.nl/content/B2C/nl_NL/acties/energyup-cafe.html).

9. HearScreen, available at: <http://www.hearscreen.com/hearza/>.

10. Leading the sound development of China's dairy industry, available at: <http://www.yili.com/about/index.html>.

11. Global Brain, available at: <http://trendwatching.com/trends/global-brain/>.

12. Pervoe v mire vajber-agenstvo, available at: <http://pockettour.com.ua/main/>.

13. Scooter sends alerts in the event of a crash, available at: <http://trendwatching.com/trends/7trends2014/>.

14. Antibiotics Reminder, available at: <https://itunes.apple.com/au/app/antibiotics-reminder/id532054264?mt=8>.

Боднар І. Р.,

к.е.н., доц. кафедри міжнародних економічних відносин, Львівська комерційна академія, м. Львів

## МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ПРИНЦИПІВ СИСТЕМНОГО ТА КОМУНІКАТИВНОГО ПІДХОДІВ ПРОЦЕСУ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ

*Анотація.* Стаття присвячена оцінці системних підходів дослідження інформаційної сфери. Розглянуті напрями функціонування телекомунікаційних систем. Визначені основні типи комунікації. Проаналізовані державні системи з огляду опірності різноманітним комунікативним впливам. Визначені концепції державної інформаційної політики України. Досліджена соціально-політична сфера на основі аналізу основних видів комунікативної моделі. Визначені основні критерії побудови інформаційно-комунікативних структур.

**Ключові слова:** інформаційна політика, телекомунікаційні системи, соціально-політична сфера, інформаційно-комунікативні структури.

Bodnar I. R.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF ANALYSIS OF PRINCIPLES OF SYSTEMATIC AND COMMUNICATIVE APPROACHES TO INFORMATIZATION PROCESS

*Abstract.* The article is devoted to the estimation of systematic approaches of informational sphere research. The ways of functioning of telecommunication systems are considered. The basic types of communication are determined. Analyzed the state systems due to the resistance to a variety of communicative influences. The concepts of the state information policy of Ukraine are determined. The socio-political sphere is studied by analyzing basic types of communication model. The basic criteria for building informational and communicative structures are determined.

**Keywords:** informational policy, telecommunication systems, socio-political sphere, informational and communicative structures.

**Постановка проблеми.** Однією з центральних проблем сьогодення є глобальна криза державного управління. До основних проявів слід віднести кризу парламентської демократії, зменшення ефективності демократичних інститутів. Зазначене стосується не лише України як порівняно незрілої держави, а й більшості зрілих держав із різноманітними політичними режимами й формами політичного устрою. Криза керованості пов'язана зі стрімким розвитком інформаційного суспільства, яке вирішальним чином впливає на трансформацію формальних та неформальних комунікативних зв'язків між громадянами і державою, бізнесом і державою, на відносини між самими державами, а також міждержавними й наддержавними угрупованнями. Гострі дискусії стосуються ключового питання щодо впливу мережі Інтернет на безпеку громадянина, суспільства й держави, на демократичні державні інституції й процеси державного та недержавного управління.

В Україні, де електронне урядування робить лише перші кроки, від цього типу урядування вже у найближчій перспективі можна очікувати нової якості надання послуг в електронному вигляді державними службами як громадянам, так і комерційним й бізнесовим структурам. Це означає принципowo нові можливості отримання офіційних документів на різноманітні дозволи, сплату на електронній основі податків та різних соціальних платежів, надання статистичної інформації тощо. При формуванні концепції державної інформаційної політики України варто виходити з необхідності прийняття таких базових принципів, як відкритість інформаційної політики, рівність інтересів усіх учасників інформаційних відносин, системності, пріоритетності вітчизняного виробника тощо. Головні заходи повинні бути спрямовані на забезпечення державних інтересів України, але не суперечити соціальним інтересам громадян країни, соціальної орієнтації. Державне фінансування має спрямову-

ватися на інформаційний розвиток соціальної сфери, пріоритету законності перед силою.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідження процесу функціонування комунікацій має тривалу історію. Ще Аристотель характеризував державну систему як особливе політичне спілкування між людьми, специфічний, обопільно корисний, адекватний обмін, а завдання уряду вбачав у виявленні та підтриманні рівня державної взаємодії, за якої обмін інформацією, знаннями визначав суспільні взаємовідносини [1]. Філософи нового часу Дж. Локк, Ж.-Ж. Руссо та Ш. Монтеск'є з огляду на положення про природність людського спілкування як основи соціальності розглядали політику в сенсі комунікації індивідуальних та групових інтересів, оформленої договірно-правовим чином [2].

Однак лише всередині ХХ ст. склалися соціально-політичні умови для наукового обґрунтування комунікативної традиції та формування цілісної державної концепції в межах цієї традиції. Розвитком теорії масової комунікації займалися Г. Лассуелл, В. Шрамм, Ю. Хабермас, П. Лазарсфельд, К. Ховланд, теорії засобів масової комунікації та кібернетичних систем, загальній теорії систем, дослідженню політичної комунікації та політичної взаємодії були присвячені праці Х. Арндт, Х. Ортега-і-Гассет, розробкою принципів системного аналізу політичного життя та теорії політичної системи займалися Т. Парсонс, Д. Істон, Г. Алмонд, а також заклали теоретичне підґрунтя, на якому сформувалася кібернетична (комунікативна) модель державної системи К. Дойча. Вперше в цій системі розглядалася державна структура як система комунікацій та інформаційних потоків, побудованих на засадах зворотного зв'язку [3]. Досліджуючи соціально-політичну сферу, почали застосовувати методи кібернетики та комунікативні моделі, де комунікативну взаємодію розглядали відповідно до класичної матриці міжсуб'єктної взаємодії, базовими елементами якої були такі поняття, як комунікатор-комунікант, повідомлення, сигнал, код, канал, шум, зворотний зв'язок.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Розглянемо методологічну основу дослідження принципів системного та комунікативного підходів процесу інформатизації.

Базовим у системному аналізі соціально-політичної сфери щодо її опірності (стійкості) зовнішнім інформаційним впливам буде уявлення про політичну сферу як простір, в якому взаємодіють подібні за сутністю інформаційно-комунікативні структури (ІКС) різного рівня. В основу кожної такої структури від найбільшої (держава) до найменших (група, окремих індивід) покладено тріаду інформація – комунікація – управління, яку вперше дослідив Г. Лассуелл для вирішення проблем ефективного управління [4]. Тому зовнішніми виявами існування та функціонування ІКС у політичному

просторі є інформаційна діяльність (отримання, накопичення, обробка, обмін політичною інформацією), комунікація як суб'єктивоване сприйняття, тлумачення та засвоєння політично значущої інформації чи встановлення осмислених контактів між відправниками та тими, хто отримує політичну інформацію [4], управління як процес матеріалізації ідей у політичній сфері.

Основою функціонування ІКС на кожному з трьох рівнів є телекомунікаційна система, що являє собою мережу передавання всіх видів повідомлень і формується сукупністю каналів зв'язку, комп'ютерних мереж, інформаційних магістралей та засобів масової комунікації (радіо, телебачення, Інтернет, друковані видання). На найнижчому рівні тріади – інформаційному – телекомунікаційна система забезпечує технічні можливості обміну інформаційними повідомленнями, а відповідний рівень ІКС становлять інформаційно-аналітичні підрозділи. Тут циркулюють інформаційні потоки, а сам рівень є транспортною мережею для вищих рівнів ІКС – комунікативного та рівня управління. На середньому рівні телекомунікаційної системи – комунікативному – функціонує мережа комунікацій, де циркулюють комунікативні потоки – знаки, образи, уявлення, коди, повідомлення, події, що є відображенням прийнятих на рівні управління рішень та ідей. Організаційно комунікативний рівень ІКС становлять підрозділи, що вирішують питання конкурентної боротьби в інформаційному просторі із застосуванням відповідних комунікативних технологій – політичних та кризових комунікацій, “паблік рілейшнз”, інформаційних операцій, пропаганди, менеджменту тощо. На рівні управління в телекомунікаційній системі циркулюють ідеї та рішення, які потребують втілення, а відповідний рівень ІКС становлять підрозділи прийняття рішень. Критерієм для розгляду інформаційно-комунікативної структури є її включення до політичної сфери саме на рівні управління, тобто присутність/відсутність активних ідей (комунікацій) у інформаційному просторі. Зовнішні та внутрішні інформаційно-комунікативні впливи можуть реалізовуватися та виявлятися на кожному з трьох рівнів телекомунікаційної системи. Тому складовими комунікативної безпеки політичних структур є інформаційна безпека, що розглядається як безпека інформації, інформаційних магістралей, комп'ютерних мереж та мереж зв'язку. Необхідно зазначити, що питання забезпечення технічного захисту інформації та комунікаційна безпека як безпека комунікації розглядає питання організаційно-технічного супроводу комунікації, створення умов для використання відповідних комунікативних технологій. Крім цього, розглядається безпека “ідентичності” комунікацій як безпека рішень, ідей, ідеологій, політик, через які політична структура приєднується до політико-комунікативного простору та відбувається її ідентифікація. Тобто важливим є процес стратегічного спрямування та ведення комунікативної політики, інформаційно-комунікативного супроводу реалізації цілей

політичної структури. Фактором забезпечення необхідного рівня комунікативної безпеки державних структур виступають телекомунікаційні системи. Іншим важливим параметром захищеності політико-комунікативних структур у контексті протидії зовнішнім інформаційним впливам є їхня опірність. Державна структура за достатньо високого стабільного рівня комунікативної безпеки може мати низьку опірність інформаційним впливам, і навпаки.

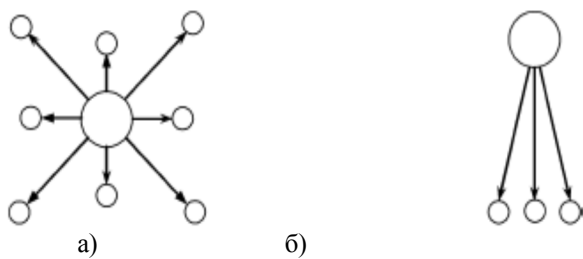
Варто зазначити, що топологія створення державних систем телекомунікації визначається такими чинниками:

- істотну роль у просторово-часовій організації політичної структури (централізації, децентралізації, розширенні в часі чи просторі) відіграють засоби комунікації [5] (концепція “зміщення комунікації”);

- кожному типу політичного режиму відповідає певний домінуючий тип політичної комунікації та відповідний тип телекомунікаційної системи: радіально-вузлова з єдиним центром – для тоталітарних держав, радіально-вузлова з багатьма опірними вузлами – для авторитарних, цілковито доступна – для демократичних;

- у телекомунікаційній системі циркулюють три види потоків: інформаційні (політична та політично значуща інформація), комунікативні (образи, коди, символи, знаки, інтерпретації), управлінські рішення та ідеї.

Для забезпечення функціонування тоталітарна держава як інформаційно-комунікативна структура створює телекомунікаційну систему радіально-вузлового типу з єдиним центром (рис. 1 а), для якої характерна відцентрова вертикальна комунікація (рис. 1 б).

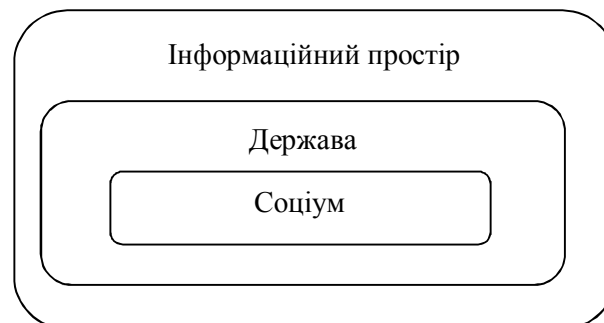


**Рис. 1. Телекомунікаційна система тоталітарних держав**  
а) топологія системи; б) тип комунікації

*Складено автором*

Таку систему визначає закритість, відсутність ієрархії та жорстка централізована єдність елементів зв'язку на кожному рівні. Інформаційний обмін, контент комунікативних повідомлень, управлінські рішення та ідеї, що циркулюють системою, підпорядковані єдиній меті – втіленню ідеологічної програми, задля якої система функціонує [6]. Характеризуючи інформаційні потоки, необхідно сказати, що вони є однібічними. Масову і політичну комунікацію підмінює масове та політичне інформування. За таких умов єдиним суб'єктом соціально-політичного процесу та

інформаційно-комунікативних відносин виступає держава, поставлена над суспільством (рис. 2). Недоліком такої командної системи є, по-перше, неспроможність держави провадити ефективну комунікативну політику за умов медіа-кризи (наявність знаків, символів та кодів, що мають протилежні інтерпретації).



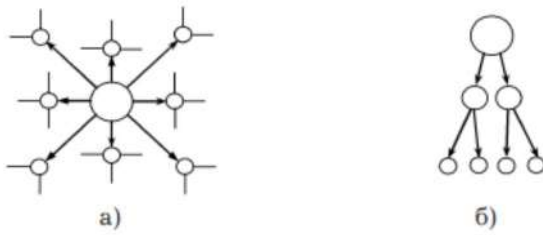
**Рис. 2. Інформаційний простір тоталітарних держав**

*Складено автором*

По-друге, існування єдиного елемента, навколо якого вибудовується вся система ідеології, а точніше відбувається процес “міфологізації” ідеології, яка відразу потрапляє під інформаційний тиск, спрямований на її “деміфологізацію”. Тому у здійсненні ефективного інформаційного впливу важливу роль відіграє підтримка численних невеликих інформаційно-комунікативних структур (творчих груп, колективів, окремих індивідів), що можуть формувати відповідні “деміфологізаторські” інтерпретації та символи, а також створювати нові горизонтальні інформаційні зв'язки – радіопередачі тощо. Зазначимо, що фактична поява антиідеологічного контенту в телекомунікаційній системі є передумовою для занепаду та трансформації тоталітарного режиму. За високого рівня комунікативної безпеки тоталітарні системи мають, між тим, слабку опірність.

В авторитарних системах держава створює телекомунікаційну систему радіально-вузлового типу з багатьма опірними вузлами (рис. 3 а). Основна частка засобів масової інформації та інформаційних магістралей, що утворюють таку систему, належить політичній еліті. Основний тип комунікації в подібній системі є вертикальним, від вищих рівнів ієрархії до нижчих (рис. 3 б).

Головна риса таких систем – чітка ієрархізація, що забезпечує структурованість та єдність системи. Основа її легітиматії – це не ідеологія, а цілковита компетенція та здатність долати кризові ситуації, турбота про громадян.



**Рис. 3. Телекомунікаційна система авторитарних держав**  
а) топологія системи; б) тип комунікації

*Складено автором*

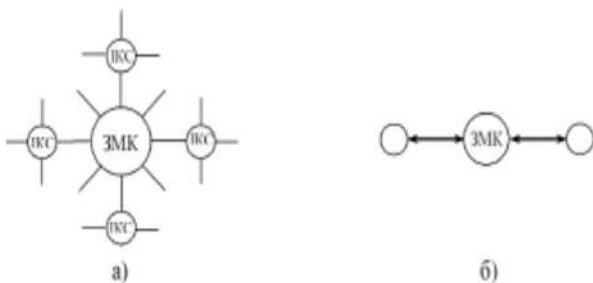
Суб'єкт політичного процесу та інформаційно-комунікативних відносин – не тільки держава, а й суспільство (рис. 4).



**Рис. 4. Інформаційний простір авторитарних держав**

*Складено автором*

Водночас опірність інформаційним впливам такої системи вища, ніж тоталітарних держав, бо забезпечується не ідеологією, а ієрархічністю. Окрім головного центру, є допоміжні, кожен із яких компенсує зовнішні впливи на своєму рівні. У демократичних державах для забезпечення функціонування політичної системи за умов плюралізму створюють цілковито доступну телекомунікаційну систему, що надає необхідні ресурси для задоволення інформаційно-комунікативних потреб та однакові можливості доступу до цих ресурсів (рис. 5 а).



**Рис. 5. Телекомунікаційна система демократичних держав**  
а) топологія системи; б) тип комунікації

*Складено автором.*

За цих умов важливими є паралельні інформаційні ієрархії (інформаційно-комунікативні структури). Зокрема, влада, опозиційні сили, приватні структури, структури громадянського суспільства, що взаємодіють у перманентній боротьбі, утворюють горизонтальний тип комунікації (рис. 5 б). Кожна ІКС, у свою чергу, є ієрархічною структурою з чітко визначеною командною вертикаллю з переважаючим вертикальним типом комунікації чи децентралізованою структурою з переважаючим горизонтальним типом комунікації.

Держава та соціум (громадянське суспільство) взаємодіють в єдиному інформаційному просторі, який утворюють незалежні засоби масової комунікації (рис. 6). Горизонтальний тип комунікації в системі підтримують незалежні ЗМК та розвинена мережа горизонтальних зв'язків (громадські організації, асоціації, рухи, об'єднання), які забезпечують стабільність суспільства та його стійкість щодо інформаційних впливів [6].



**Рис. 6. Інформаційний простір демократичних держав**

*Складено автором*

У демократіях, з одного боку, значно знижений інформаційно-психологічний вплив на соціум (рис. 6), що пояснюють ефектом багатоманітності та плюралізмом думок. З іншого боку, інформаційні впливи та віртуальні методи соціального контролю є сутністю демократичного політичного режиму [6].

Тому демократичні системи мають дуже високий рівень опірності різноманітним комунікативним впливам та забезпечують прийнятний рівень комунікативної безпеки в політичному просторі. З огляду на вищезазначене можна дати характеристику телекомунікаційної системи України як перехідної держави (від авторитарних до демократичних взаємин), оцінити її стан та рівень захищеності від зовнішніх інформаційних впливів. Очевидно, телекомунікаційна система перехідних суспільств топологічно буде деяким симбіозом систем авторитарного та демократичного режимів і матиме такі ознаки:

- оскільки владна вертикаль послаблюється, а суспільство починає структуруватися, телекомунікаційна система втрачає чітку головну вертикаль і зв'язки з допоміжними центрами;
- у системі за право переважати конфліктує різні ІКС та різні типи комунікації (відцентрова

вертикальна, ієрархічна вертикальна, горизонтальна), що не дає змоги об'єднати систему в єдине ціле;

- доступ до телекомунікаційної системи та інформаційного простору стає відкритим та слабо-контрольованим;

- інформаційно-комунікативні структури громадянського суспільства тільки починають зароджуватися і не спроможні запобігати зовнішньому інформаційному втручанню;

- існують та штучно створюються слабкі владні вертикалі (інформаційні ієрархії) та відповідні телекомунікаційні системи, що ведуть відкрити боротьбу в інформаційному та соціально-політичному просторі за владний ресурс;

- навколо кожної телекомунікаційної системи групуються частини суспільства, що призводить до розшарування та, потенційно, до можливості розколу.

Варто зазначити, що змішана телекомунікаційна система є найгіршим типом, оскільки в ній, на відміну від розглянутих вище телекомунікаційних систем, відсутній базовий елемент, який би об'єднував та структурував усю систему. Очевидно, що ідеологія, ієрархія, горизонтальні зв'язки та комунікація ніби присутні в системі, але в початковому або деформованому стані. За таких умов телекомунікаційна система породжує лише один тип поведінки та комунікації – “конфлікт інтересів” як на рівні політичних сил, так і на рівні взаємовідносин соціум – держава. З огляду зовнішніх зв'язків телекомунікаційна система є абсолютно відкритою та незахищеною, тому інформаційно-комунікативний простір характеризується високим рівнем різноманітних неконтрольованих впливів та хаотичністю структурування. Тому опірність системи зовнішнім і внутрішнім впливам та комунікативна безпека суспільства і держави є низькою.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином в інформаційному просторі України склалася не зовсім сприятлива ситуація. Окремі сектори (друковані ЗМІ, книговидання, бібліотечний, архівний та кінематографічний комплекси) національного інформаційного простору не відповідають стандартам розвинених країн, зазнають подальшого скорочення й навіть руйнування. Хоч мережа Інтернет в Україні останніми роками використовується значно ширше й виявляє стійку тенденцію до зростання, однак далеко ще не досягла рівня передових держав. Її зростання є характерним здебільшого для великих міст. Отже, уявлення про політичні структури як інформаційно-комунікативні з притаманною їм тріадою (інформація – комунікація – управління) та

аналіз створених на таких засадах телекомунікаційних систем дозволяє (хоча і дещо статично) дати оцінку просторово-часовій організації політичних структур, можливостям їхнього впливу на політичний процес та стійкості до зовнішніх інформаційних впливів, окреслити основні рівні протидії негативним та сприяння позитивним зовнішнім інформаційним впливам.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Нижник Н. Р. Інформаційні технології в структурах державної служби [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bezpeka.com/ru/lib/spec/art101/html>

2. Мей К. Інформаційне суспільство. Скептичний погляд / К. Мей. – К. : “К.І.С.”, 2004. – 220 с.

3. David Gauntlett. Ten things wrong with the media “effects” model [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.theory.org.uk/david/effects.htm>.

4. Дубов Д. В. Політико-комунікативна безпека України в контексті формування інформаційного суспільства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.niisp.gov.ua/publication/info/dubov\\_politcominfosocurk.pdf](http://www.niisp.gov.ua/publication/info/dubov_politcominfosocurk.pdf).

5. Гнатюк С. Л. Медіа-простір України в умовах глобалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.niisp.gov.ua/catalogue/5](http://www.niisp.gov.ua/catalogue/5).

6. Колодюк А. В. Інформаційне суспільство: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні : автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.03 / А. В. Колодюк; НАН України. Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. – К., 2005. – 20 с.

## REFERENCES

1. Nyzhnyk, N. R. Informatsiini tekhnolohii v strukturakh derzhavnoi sluzhby, available at: <http://www.bezpeka.com/ru/lib/spec/art101.html>.

2. Mei K. (2004), *Informatsiine suspilstvo. Skeptychnyi pohliad*, K.I.S, Kiev, 220.

3. David Gauntlett. Ten things wrong with the media “effects” model, available at : <http://www.theory.org.uk/david/effects.htm>.

4. Dubov, D. V. Polityko-komunikatyvna bezpeka Ukrainy v konteksti formuvannia informatsiinoho suspilstva, available at: [http://www.niisp.gov.ua/publication/info/dubov\\_politcominfosocurk.pdf](http://www.niisp.gov.ua/publication/info/dubov_politcominfosocurk.pdf).

5. Hnatiuk, S. L. Media-prostir Ukrainy v umovakh hlobalizatsii, available at: [www.niisp.gov.ua/catalogue/5](http://www.niisp.gov.ua/catalogue/5).

6. Kolodiuk, A. V. Informatsiine suspilstvo: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku v Ukraini : avtoref. dys... kand. polit. nauk: 23.00.03 / NAN Ukrainy. In-t derzhavy i prava im. V.M. Korets'koho, Kiev, 20.

Ковтун Н. О.,  
бакалавр, Львівська комерційна академія, м. Львів

Ковтун О. І.,  
к.е.н., доц., проф. кафедри теоретичної та прикладної економіки, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ЧИННИКИ ЗАНЕПАДУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ЗРОСТАННЯ

***Анотація.** Розглядаються причини занепаду вітчизняної економіки з позицій кейнсіанської концепції економічного розвитку. В якості ключового чинника незадовільних рівнів та від'ємної динаміки економічного зростання визначено непропорційно низький, а відтак неадекватний за ринковими принципами потребам розширеного відтворення рівень доходів населення (домогосподарств), який не забезпечує належних обсягів як споживчого попиту, так і заощаджень (як джерела інвестицій) у національній економіці, необхідних для прискореного економічного зростання. В цьому контексті визначені шляхи модернізації господарського механізму та забезпечення умов для економічного зростання. Зокрема, реформування оплати праці, структурна та інноваційна модернізація економіки, дерегуляція та реформування системи менеджменту, демонополізація і сприяння умов для конкуренції, зменшення кількості державних чиновників, максимальна автоматизація роботи державного апарату та очищення економіки від корупції. У підсумку ці заходи мають забезпечити зростання доходів домогосподарств, подолання гнітючої бідності населення і, відтак, через збільшення споживчого попиту викликати мультиплікативне (згідно з ефектом видаткового мультиплікатора) економічне зростання.*

**Ключові слова:** економічне зростання, сукупний попит, споживчий попит, інвестиційний попит, прожитковий мінімум, мінімальна зарплата, бідність населення, тіньові платежі.

Kovtun N. O.,  
bachelor, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Kovtun O. I.  
Ph.D., Associate Professor, Professor of the Department of Theoretical and Applied Economics,  
Lviv Academy of Commerce, Lviv

## FACTORS UNDERLYING THE DECLINE OF UKRAINE'S ECONOMY AND WAYS TOWARD ITS MODERNIZATION AND GROWTH

***Abstract.** The causes of the decline of the domestic economy are considered from the standpoint of the Keynesian theory of economic development. It is determined that the key factor of unsatisfactory levels and negative dynamics of economic growth is a disproportionately low, thus inadequate with respect to expanded reproduction according to the market principles, level of population (household) income, which does not provide appropriate amounts of both consumer demand and savings (as a source of investments) in the national economy necessary for accelerated economic growth. In this context, the ways of modernizing the economic mechanism and ensuring the conditions for economic growth are determined. In particular wage reform, structural and innovative modernization of the economy, deregulation and reform of the management system, de-monopolization and promotion of the conditions for competition, reduction of the number of state officials, maximum automation of the state apparatus, and riddance of corruption in the economy. In conclusion, these measures should ensure household income growth, overcoming oppressive poverty of the population, and, therefore, due to the increased consumer demand, cause multiplicative (according to the expenditure multiplier effect) economic growth.*

**Keywords:** economic growth, aggregate demand, consumer demand, investment demand, minimum living wage, minimum wage, impoverished population, shady payments.

**Постановка проблеми.** Українські економіка та й усе суспільство останнє десятиліття не демонструє бажаного прогресу та процвітання,

достатнього для повноцінної та рівноправної (як за стандартами життя, так і за продуктивністю праці) інтеграції в європейський економічний простір та

завоювання прийнятних конкурентних позицій у глобальній економіці. І навпаки, за останні три роки (у 2013-2015 р.р. спостерігається її занепад, деградація, якщо враховувати такі параметри, як ВВП на душу населення, продуктивність праці, розміри середньої та мінімальної оплати праці, розміри інших соціальних стандартів у порівнянні з країнами ЄС, куди Україна має намір повноцінно інтегруватися, чи навіть із РФ – країною-агресором, яка знаходиться під міжнародними економічними санкціями, де зараз ВВП на душу населення в декілька разів вище, ніж в Україні (близько 10-12 тис. \$ порівняно з менш ніж 2 тис. \$, виходячи з того, що ВВП України за 2015 рік становить 84 млрд. \$ за поточним обмінним курсом при чисельності населення в 44 млн. осіб). Це також наочно підтверджують нижченаведені ключові статистичні показники (див. табл. 1 і 2), які застосовують для оцінки розвитку національних економік із бази статистичних даних ЮНКТАД [1] та дані основних рейтингів оцінки розвитку су-

спільства загалом та економіки зокрема, а також зміни позиції України в глобальних рейтингах [2].

**Постановка завдання.** Враховуючи такий, незадовільний, стан речей у вітчизняній економіці, ми ставимо в цій публікації перед собою завдання з'ясувати причини такого стану, а фактично занепаду національної економіки (з позицій кейнсіанської теорії) та окреслити конкретні кроки щодо її модернізації (в контексті основних векторів руху згідно "Стратегії сталого розвитку "Україна - 2020"", схваленої 12 січня 2015 року[3]) та спонукання до зростання.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** На нашу думку, безпосередніми чинниками (однак не першоджерелами, першопричинами, про які йтиметься нижче в цій статті) такого стану речей в українському суспільстві загалом та українській економіці зокрема, якщо керуватися загальновідомою і поки що дієвою, з точки зору емпіричного

Таблиця 1

Динаміка ВВП України з 2004 по 2014 р.р.

Рік	Номинальний ВВП (у млн. грн.)			ВВП (у млн. USD)		
	ВВП	Зміна	Відсоток	ВВП	Зміна	Відсоток
2004	345113	-	-	64883	-	-
2005	441452	+96339	+27.9%	86142	+21259	+32.8%
2006	544153	+102701	+23.3%	107753	+21611	+25.1%
2007	720731	+176578	+32.5%	142719	+34966	+32.5%
2008	948056	+227325	+31.5%	179992	+37273	+26.1%
2009	913345	-34711	-3.7%	117228	-62765	-34.9%
2010	1082569	+169224	+18.5%	136419	+19192	+16.4%
2011	1316600	+234031	+21.6%	163160	+26740	+19.6%
2012	1408889	+92289	+7.0%	175781	+12622	+7.7%
2013	1454931	+46042	+3.3%	183310	+7529	+4.3%
2014	1566728	+111797	+7.7%	131805	-51505	-28.1%

Таблиця 2

Динаміка ВВП у розрахунку на душу населення в Україні з 2004 по 2014 р.р.

Рік	Номинальний ВВП (у грн.) на душу населення			ВВП (у USD) на душу населення			Населення (тис.)
	ВВП	Зміна	Відсоток	ВВП	Зміна	Відсоток	
2005	9371,6	+2098.7	+28.9%	1828,7	+461.4	+33.7%	47105.2
2006	11630,2	+2258.6	+24.1%	2303,0	+474.3	+25.9%	46787.8
2007	15496,5	+3866.2	+33.2%	3068,6	+765.6	+33.2%	46509.4
2008	20494,9	+4998.4	+32.3%	3891,0	+822.4	+26.8%	46258.2
2009	19832,3	-662.5	-3.2%	2545,5	-1345.6	-34.6%	46053.3
2010	23600,4	+3768.1	+19.0%	2974,0	+428.5	+16.8%	45870.7
2011	28813,9	+5213.4	+22.1%	3570,8	+596.8	+20.1%	45693.3
2012	30912,5	+2098.6	+7.3%	3856,8	+286.1	+8.0%	45576.7
2013	31988,7	+1076.2	+3.5%	4030,3	+173.5	+4.5%	45482.7
2014	35834,0	+3845.3	+12.0%	3014,6	-1015.7	-25.2%	43721.8



справдження, підтвердження, теорію економічного зростання Дж. М. Кейнса [4], є низький, із трендом до подальшого зниження сукупний суспільний попит, компонентами якого є споживчий попит, інвестиційний попит, попит, втілений у формі державних закупівель товарів та послуг для задоволення суспільних потреб, та чистий експорт (як різниця між експортом та імпортом товарів та послуг), про що свідчать дані таблиці 3.

Своєю чергою, причиною низького сукупного попиту:

На сьогодні серед країн Євросоюзу найвищий рівень мінімальної заробітної плати – 1923 євро на місяць – встановлено у Люксембурзі. Ще шість країн ЄС мають середньомісячну мінімальну зарплату в межах 1,5 тис. євро (Великобританія, Нідерланди, Бельгія, Німеччина, Ірландія, Франція). Рівень мінімальної зарплати в країнах, які нещодавно приєдналися до ЄС, значно нижчий: від 418 євро на місяць у Польщі до 194 євро в Болгарії. Тому підвищення рівня оплати праці “до європейського” є для українців одним із основних

Таблиця 3

Структура ВВП України (за витратами) з 2005 по 2014 р.р. [5]

Роки	Споживчі видатки		Валове нагромадження		Експорт товарів та послуг		Імпорт товарів та послуг		Номінальний ВВП млн. грн.
	млн. грн.	% ВВП	млн. грн.	% ВВП	млн. грн.	% ВВП	млн. грн.	% ВВП	
2005	337879	+76.5%	99876	+22.6%	227252	+51.5%	-223555	-50.6%	441452
2006	424060	+77.9%	134740	+24.8%	253707	+46.6%	-269200	-49.5%	544153
2007	558581	+77.5%	203318	+28.2%	323205	+44.8%	-364373	-50.6%	720731
2008	758902	+80.0%	264883	+27.9%	444859	+46.9%	-520588	-54.9%	948056
2009	772826	+84.6%	155815	+17.1%	423564	+46.4%	-438860	-48.0%	913345
2010	914230	+84.5%	199918	+18.5%	549365	+50.7%	-580944	-53.7%	1082569
2011	1105201	+83.9%	282474	+21.5%	707953	+53.8%	-779028	-59.2%	1316600
2012	1269601	+90.1%	257335	+18.3%	717347	+50.9%	-835394	-59.3%	1408889
2013	1350220	+92.8%	228474	+15.7%	681899	+46.9%	-805662	-55.4%	1454931
2014	1409772	+90.0%	220968	+14.1%	770121	+49.2%	-834133	-53.2%	1566728

1. В контексті споживчого попиту домогосподарств є бідність населення через асиметрично (стосовно цін на товари і тарифів на послуги) низькі заробітні плати і соціальні стандарти, і особливо його працюючої компоненти (про що засвідчує нездатність працюючих за рахунок заробітної плати оплатити комунальні послуги в межах норм житлової площі на одну особу і в т. ч. потреба працюючих осіб у субсидіях на житлово-комунальні послуги. А це вже нонсенс з точки зору забезпечення оптимальної пропорційності в економіці на макрорівні). За таких умов матимемо не те що відсутність заощаджень у домогосподарств як, у свою чергу, є джерелом інвестицій, але й достатнього споживчого попиту для реалізації виробленого ВВП в частині його споживчої компоненти, що прирікатиме її на скорочення у наступному виробничому циклі.

Одним із базових показників, які визначають потенційні параметри, тобто впливають на розміри сукупного споживчого попиту, є показник мінімальної заробітної плати, який є одним із головних видів соціальних гарантій, що діють у світі. Україна ж за рівнем мінімальної заробітної плати нині в рази відстає від найбідніших країн ЄС. Так, у грудні 2015 року в еквіваленті євро вона становила 57 євро на місяць, а вже у січні 2016 року за рахунок девальвації гривні скоротилася до 52 євро. Наприкінці 2015 року показник мінімальної зарплати в Україні у перерахунку на євро знаходився на рівні 2000 року, а в порівнянні з 2005 і 2010 роком вона знизилася на 20% і 32% відповідно.

мотивів інтеграції з Євросоюзом.

Україні, щоб наздогнати найбіднішу країну ЄС за рівнем мінімальної зарплати – Болгарію, необхідно збільшити ВВП мінімум у 2,5 рази.

При оцінці розмірів сукупного споживчого попиту потрібно враховувати його реальні параметри, а для цього необхідно корегувати номінальні розміри доходів, які спрямовуються домогосподарствами на споживання, на рівень споживчої інфляції. В Україні даний показник за останні 2 роки має одне з найбільших значень, що негативно впливає на параметри реального споживчого попиту і відтак на економічне зростання за рахунок цього чинника.

Так, за даними Державної служби статистики в 2015 році (грудень 2015 року до грудня 2014 року) інфляція в Україні зросла до 43,3% порівняно з інфляцією 24,9% у 2014 році й досягла максимального значення за останні 20 років [6].

На відміну від України, з її вкрай мізерними розмірами споживчого попиту як чинника економічного зростання за кейнсіанською концепцією економічного розвитку, в такій країні, як Фінляндія, запроваджується нова модель соціального захисту і стимулювання споживчого попиту, згідно з якою кожному жителю країни буде виплачуватися певна сума грошей без необхідності виконання роботи. За дорученням уряду, пенсійно-соціальне відомство починає підготовку моделі безумовного основного доходу (“базовий дохід”). Після впровадження системи “базового доходу” громадянам буде виплачуватися певна сума грошей для забезпечення щоденного життя. Ця нова модель спростить нинішню досить запутану систему

допомоги. Максимальна сума виплат становитиме 800 євро в місяць, а мінімальна – 550 євро. Водночас, якщо громадянин буде отримувати максимальний “базовий дохід”, то йому не буде виплачуватися ніяка інша допомога (ці гроші замінять всі інші соцвиплати). Такі гроші виплачуватимуть всім, незалежно від рівня доходу. Згідно з опитуваннями близько 70% фінів підтримали ідею, а бюджету це обійдеться в \$ 50 млрд. на рік. Нова модель має бути готова до листопада 2016 року та запущена в тестовому форматі з 2017 року.

У Німеччині також давно обговорюється така ж ідея, і держава вже виплачує варіацію “базового доходу” в \$200 усім дітям і дорослим до 25 років, які навчаються в школах і ВНЗ. А у Швейцарії планують провести референдум із даного питання в 2016 році.

В цьому контексті слід звернути увагу на те, що базові принципи формування доходів домогосподарств в Україні, на жаль, неадекватні ринковим законам забезпечення та прагнення до раціональної пропорційності, що і зумовлює бідність і жалюгідний розмір споживчого попиту в Україні і, відтак, прирікає національну економіку на занепад (від’ємні параметри динаміки економічного зростання). Звернемо увагу на те, що сьогодні, за даними розрахунків Міністерства соціальної політики (згідно зі статтею 5 Закону України “Про прожитковий мінімум” передбачається, що Мінсоцполітики України має вести моніторинг і щомісяця на основі статистичних даних про рівень споживчих цін розраховувати фактичний розмір прожиткового мінімуму і публікувати ці дані на своєму сайті) в Україні фактичний *прожитковий мінімум* є удвічі більший, ніж офіційний. *Прожитковий мінімум* – базовий соціальний стандарт, на основі якого визначають усі ключові соціальні виплати. На законодавчому рівні прожитковий мінімум був запроваджений у 1999 році. Він формується на основі споживчого кошика – набору продуктів харчування, непродовольчих товарів і послуг, необхідних для функціонування людського організму. Але, на жаль, в Україні не застосовується *реальний (фактичний) розмір прожиткового мінімуму* для визначення базових соціальних стандартів. Він застосовується лише для спостереження за динамікою рівня життя в країні. На практиці застосовують прожитковий мінімум, визначений згідно з методикою розрахунку споживчого кошика і прожиткового мінімуму, що була затверджена 16 років тому. Отже, споживчий кошик, на основі якого розраховують прожитковий мінімум, давно потребує не тільки кількісного, вартісного перегляду, але і якісного, враховуючи зміни потреб людини, динаміку цін. Не кажучи вже про його наближення до європейських стандартів. Але відтоді, незважаючи на вимогу закону “Про прожитковий мінімум”, в якому зазначено, що методику потрібно переглядати раз на п’ять років, цього не робиться. За умов модернізації методики, адекватного приведення її до реального змісту, умов та параметрів життя сучасного українського суспільства стає очевидним той факт, що офіційний

прожитковий мінімум у ціновій вартості є неадекватним умовам не те що розширеного, але й простого відтворення домогосподарств, а відтак має бути набагато більшим для того, щоб забезпечити оптимальну пропорційність в національній економіці, а відтак і її зростання.

Отже, за розрахунками Мінсоцполітики України, розмір прожиткового мінімуму в цінах грудня 2015 року в розрахунку на місяць на одну особу мав би становити 2658 гривень (із урахуванням ПДФО), для працездатних осіб – 2878 гривень. Відтак, офіційна величина прожиткового мінімуму на одну особу занижена порівняно з фактичним розміром прожиткового мінімуму на 1328 грн., або ж на 99,8%, для працездатної особи – на 1500 грн. (на 108,9%). А якщо фактичний розмір прожиткового мінімуму скоригувати на суму обов’язкових платежів, то реальний фактичний розмір прожиткового мінімуму для працездатних осіб у грудні мав би виявитися на рівні 3116 грн., тобто на 1738 грн. більшим, ніж сьогодні.

Прожитковий мінімум був заморожений із початку 2014 року аж до вересня 2015 року. Це було зроблено для того, щоб зменшити видатки на соціальний захист, оскільки розмір прожиткового мінімуму впливає на більшість соціальних виплат – як із системи соціального страхування (наприклад, мінімальний розмір допомоги через безробіття для застрахованих встановлено на рівні 80% прожиткового мінімуму для працездатних осіб), так і тих, що надаються за рахунок бюджетних коштів, прожитковий мінімум впливає на розмір податкової соціальної пільги та інших критеріїв для визначення соціальних пільг та субсидій.

Отже, оскільки прожитковий мінімум був заморожений, його вартісна величина дуже відстала від фактичного рівня цін. Так, лише впродовж 2014 року споживчі ціни в Україні зросли на 25%, минулого – ще на 43%, тобто майже на 70%. А прожитковий мінімум у вересні 2015-го підвищили лише на 13%. І до травня 2016 року прожитковий мінімум на особу за місяць становитиме 1330 грн., для працездатних осіб – 1378 гривень, тобто соцстандарт в 2016 році згідно із Законом України “Про Державний бюджет України на 2016 рік” мають зрости на 12,1% (з травня – на 5,2% та з грудня – на 6,9%) [7]. За підрахунками Кабінету міністрів України на це додатково потрібно 40 млрд. гривень. Однак домогосподарства не відчують зростання соціальних стандартів, бо реальна інфляція буде вдвічі-втричі вищою за розмір їх підвищення. Купівельна спроможність населення знижуватиметься і надалі.

Отже, без належного підвищення прожиткового мінімуму та пов’язаних із ним гарантій Україна й надалі приречена на бідність, а її економіка – на занепад. І лише зростання та підтримання купівельної спроможності населення, у тому числі непрацюючих, є однією з необхідних умов економічного зростання. При цьому істотне підвищення мінімальних зарплат і пенсій на основі перегляду прожиткового мінімуму до його реального рівня дасть змогу також значно зменшити кількість

одержувачів житлових субсидій та інших допомог, пов'язаних із бідністю, і таким чином зменшити навантаження на державні фінанси (так, тільки на субсидії цього року згідно з державним бюджетом 2016 року передбачено понад 35 млрд. грн.) [7].

І якщо Україна хоче повноцінно інтегруватися в європейський економічний простір, їй насамперед потрібно подолати бідність, переглянути принципи формування прожиткового мінімуму і вийти на європейські параметри: так, розмір мінімальної заробітної плати, що дорівнює прожитковому мінімуму для працюючої особи, в Україні становить у середньому 50 євро, тоді як у Польщі цей показник на 2016 рік – 426 євро, у “кризовій” Греції – 615, у Франції – 1482 євро.

Слід також зазначити, що для підвищення офіційного прожиткового мінімуму до його реального рівня, тобто відразу більш ніж на 90%, потрібно понад 280 млрд. гривень. Але без модернізації, тобто без належних реформ в умовах, коли реальний сектор національної економіки, де створюється додана вартість, практично не працює або працює вкрай неефективно і коли так звані “тіньові” платежі, тобто корупція, складають в Україні, за оцінками експертів, 7-10% ВВП [8], залучити такі кошти буде неможливо.

2. У контексті *інвестиційного попиту* причиною низького сукупного попиту є низька дохідність вітчизняного бізнесу через низьку його конкурентоспроможність та інноваційність, низькі рівні ефективності використання ресурсів (як матеріальних, у першу чергу енергетичних, так і трудових); низький, а то й мізерний рівень ПІІ; низький рівень фінансової глибини національної економіки (як глибини банківського сектора, так і сектора РЦП), тобто низький рівень розвитку фінансового сектора економіки, через відсутність заощаджень у домогосподарств (так, у 2013 в Китаї домогосподарства заощаджують 45-50% ВВП, а в Україні – лише 10%) та прибутків у вітчизняних підприємств.

Інвестиції є базовою передумовою економічного зростання. І Україна радикально недоінвестує свою економіку, а якщо брати валові інвестиції, то і в Україну немає належного притоку ПІІ (в 2014 році порівняно з 2013 роком ПІІ скоротилися майже в 10 раз із майже 4,5 млрд. \$ до 460 млн. \$).

Але в основному недоінвестування маємо за рахунок внутрішніх інвестицій як основної складової валових інвестицій, до яких можна також віднести і чистий експорт, як різницю між експортом та імпортом. Зовнішні інвестиції відіграють роль у стимулюванні економічного зростання, але не таку велику, як внутрішні інвестиції. Так у відносно мирному 2013 році в Україні інвестиції до ВВП склали 14%, у Польщі – 20%, у Малайзії – 25%, у Грузії – 30%, у Китаї – 46%. Це і було тим ключовим чинником, що економіка Китаю зростала на 8-10% (наразі темпи зростання знизилися до 6-7%), а в Україні економічне зростання оцінювалося на рівні 1-2%.

Якщо розглядати таку опцію, як ПІІ, то в 2013 році спостерігався не притік ПІІ, а навпаки,

український капітал утік із країни. Так само він продовжував утікати і в 2014-2015 роках. На жаль, Україна не створила сприятливі умови для інвестицій, ні для внутрішніх, ні для зовнішніх, при цьому війна, інспірована РФ на Сході України, – це лише один із факторів. Інший ключовий фактор низького рівня інвестування: в 2013 році у нас ВВП на душу населення в Україні було таке ж саме, як і у Китаї, там домогосподарства заощаджували близько 45-50% ВВП, а в Україні – 10% ВВП. При цьому значна частина доходів домогосподарств в Україні витрачалася на дорогі автомобілі, нерухомість. Тобто на ті речі, які не створюють нового продукту. А з іншого боку, ті доходи домогосподарств, які поступали в банківську систему, не перетворювалися в інвестиції. Цей канал також не діє для того, аби заощадження українських домогосподарств перетворювалися в інвестиції через те, що банківська система України була фундаментально хвора.

Чинником, котрий негативно впливає на інвестиційний попит (інвестиції в економіці України), є так звані “тіньові” платежі. Як ми вже зазначали, “тіньові” платежі, тобто корупція, складають в Україні, за оцінками експертів, 7-10% ВВП [8]. І це приблизно те, що, за офіційною економікою, недоінвестується.

3. У контексті такої складової сукупного суспільного попиту, як державні закупівлі товарів та послуг для суспільних потреб, тут негативним обмежувальним чинником виступають: а) обмежені можливості державного та місцевих бюджетів, що, у свою чергу, обумовлено мізерною податковою базою через низькі доходи домогосподарств (через низькі зарплати і соціальні стандарти) та відсутність прибутків підприємств (через неконкурентоспроможність їх продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках), а також значним падінням роздрібного товарообігу (майже на 40% у 2015 році порівняно з 2014 роком, з 75,5 до 46,5 млрд. \$ (див. табл. 4) [5]), як джерела ПДВ; б) неефективність процедури держзакупівель через її корумпованість, т. з. “тіньові платежі” та непрозорість, що врешті-решт не стимулювало сукупний попит, а відтак і економічне зростання, а перетворилося на потужне джерело корупційних доходів чиновників, яких, до речі, якщо порівнювати з розвинутими країнами, в Україні є гіпернадмірна кількість (так, в Японії з її 128 млн. населення кількість чиновників складає всього 9 тис. осіб, в Україні з населенням у 43 млн. осіб чиновників налічується близько 300 тис. осіб і з 1992 року їх кількість лише збільшилася (в 5 раз), незважаючи на неодноразові спроби зменшення їх кількості, що в умовах нинішнього рівня розвитку інформаційних технологій, які дозволяють на 99% автоматизувати роботу державного бюрократичного апарату, не викличе ніяких проблем для функціонування державного менеджменту, тим більше, що обсяг державної власності в країні за цей період зменшився приблизно в п'ять разів, а кількість завдань, що

виконуються державними службовцями, не змінилася).

4. У контексті чистого експорту, як складової сукупного суспільного попиту, а як видно з таблиці 3, у нас з 2006 року спостерігається його від'ємне сальдо, тут проблема з точки зору його негативного чи недостатньо позитивного впливу на сукупний попит та економічне зростання полягає в неефективній спеціалізації економіки України в системі міжнародного територіального поділу праці, тобто собівартість продукції її галузей спеціалізації є вищою, а якість – нижчою за середньосвітові рівні, а це, в свою чергу, обмежує конкурентоспроможність цієї продукції на світовому ринку, а відтак і експортні можливості країни (надходження від експорту), незважаючи на низьку заробітну плату як елемента собівартості і безпрецедентну девальвацію національної валюти як чинника підвищення конкурентоспроможності своєї продукції на світовому ринку.

Таблиця 4

**Роздрібний товарообіг в Україні за 2005-2015 р.р.**

[<http://minfin.com.ua/2016/01/22/14037072/>]

Рік	Роздрібний оборот, млн. грн	Роздрібний оборот, млн. \$	Курс, грн/\$*
2015	1 018 778	46 455,91	21,93
2014	903 534,5	75 483,25	11,97
2013	884 203,7	108 892,08	8,12
2012	804 330,8	99 669,24	8,07
2011	674 723,1	84 445,94	7,99
2010	529 883,2	66 735,92	7,94
2009	442 793,2	55 627,29	7,96
2008	449 307,5	85 257,59	5,27
2007	318 725,3	63 113,92	5,05
2006	259 904	51 061,69	5,09
2005	188 664	36 492,07	5,17

\* Середній курс продажу долара США на міжбанку за роками

Відтак унаслідок вказаних чинників, які обмежують сукупний суспільний попит у ВВП України через так званий мультиплікативний ефект<sup>1</sup> скоро-

тилося зі 183 млрд. \$ (в 2013 р.) до 135 млрд. \$ (у 2014 р.). \$ та до теперішніх (у 2015 році за середнім курсом 1 \$ за 21 гривні) 84 млрд. \$ [1; 5].

За вищевказаних умов, на нашу думку, основне значення для стимулювання економічного зростання (а для такої країни, як Україна, після такої кризи, що мала місце в 2013-2015 р.р., та враховуючи девальвацію, яка спостерігалася у 2014-2015 роках, показники економічного зростання (точніше, падіння) є просто жакливі), воно мало б становити 5%, 8%, 10%, а не як заплановано на рівні 1-2%) через сукупний попит мають:

➤ *реформування оплати праці та соціальних стандартів та приведення їх за параметрами до європейського рівня*, оскільки Україна по суті є найбіднішою країною Європи і це аномалія – мати в центрі Європи такий низький ВВП на душу населення і за інших нормальних умов падати вже українській економіці немає куди;

➤ *інноваційна модернізація з метою підвищення продуктивності праці, енергоефективності та ресурсощадності виробництва*;

➤ *структурна модернізація економіки*, оскільки металургія випала з пріоритетних галузей української економіки, бо вимагає великих інвестицій. Сьогодні пріоритетними для української економіки мають стати зокрема АПК, ІТ-індустрія, енергозбереження, модернізація об'єктів енергопостачання, ядерна енергетика, гідроакмулюючі потужності. Крім того, серед пріоритетів в умовах глобальної дестабілізації є розвиток військово-технічного співробітництва і військово-промислового комплексу, оскільки зростає попит на продукцію українського ВПК, яка, на жаль, має унікальний величезний бойовий досвід, і відтак інвестиції в ці галузі є дуже корисними;

➤ *дерегуляція та реформування системи менеджменту шляхом переходу на моделі процесного управління*;

➤ *демонополізація і сприяння умов для конкуренції* як базової умови для прогресу, зростання ефективності та впровадження інновацій;

➤ *зменшення кількості державних чиновників, максимальна автоматизація роботи державного апарату та очищення економіки від корупції* з метою каналізації тінювих корупційних платежів чиновникам за “преференції для бізнесу” в реальне інвестування економіки.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Українська економіка потребує негайної модернізації, тобто радикального реформування. Основні напрямки модернізації (реформування) були задекларовані в “Стратегії сталого розвитку “Україна - 2020””. На наш погляд, конкретні кроки модернізації повинні ґрунтуватися насамперед на дієвій, з огляду на її емпіричне підтвердження, теорії економічного зростання Дж. М. Кейнса, та стосуватися передовсім збільшення споживчого попиту на основі підвищення доходів населення завдяки реформуванню системи оплати праці, перегляду соціальних стандартів, а відтак і подолання тотальної бідності основної маси

<sup>1</sup> З інформацією про видатковий мультиплікатор можна ознайомитися за джерелами [9; 10; 11].

населення України, зокрема за рахунок скорочення надмірного адміністративно-бюрократичного апарату в державі та боротьби з корупцією чиновників, а також шляхом дерегуляції та демонополізації, структурної та інноваційної модернізації економіки та її господарського механізму.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. База статистичних даних ЮНКТАД [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unctadstat.unctad.org/>.
2. Україна в глобальних рейтингах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/cdn/graphics/rating/index.html>
3. Стратегія сталого розвитку “Україна-2020” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>.
4. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Кейнс Дж. М. ; [пер. с англ. проф. Н. Н. Любимова]. – М. : Гелиос АРВ, 2012. – 352 с.
5. Фінансовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://index.minfin.com.ua/index/gdp/>.
6. Офіційний портал Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Закон України “Про державний бюджет України на 2016 рік” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/928-19>.
8. Ментальність правлячої еліти України – не зростання, а “віджимання” // Радіо Свобода [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/content/article/27484127.html>.
9. Макконнел К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Макконнелл К. Р., Брю С. Л.; [пер. с англ. II-го изд.]. – К. : Хаггард-Демос, 1993. – 785 с.
10. Радіонова І. Ф. Макроекономіка та економічна політика / Радіонова І. Ф. – К. : Текстон, 1996. – 240 с.

11. Ковтун О. І. Визначення параметрів та оцінювання ефективності заходів державної економічної політики на основі використання економетричних моделей / Ковтун О. І. // Міжнародний науковий журнал “Механізм регулювання економіки”. – 2012. – № 4. – С. 147-158.

#### REFERENCES

1. Baza statystychnykh danykh YuNKTAD, available at: <http://unctadstat.unctad.org/>.
2. Ukraina v hlobal'nykh rejtynhakh, available at: <http://www.pravda.com.ua/cdn/graphics/rating/index.html>
3. Stratehiia staloho rozvytku “Ukraina-2020”, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>.
4. Kejns, Dzh. M. (2012), *Obshhaja teorija zanjatosti, procenta i deneg*, Gelios ARV, M., 352 s.
5. Finansovyj portal, available at: <http://index.minfin.com.ua/index/gdp/>.
6. Ofitsijnyj portal Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Zakon Ukrainy “Pro derzhavnyj biudzheth Ukrainy na 2016 rik”, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/928-19>.
8. Mental'nist' pravliachoi elity Ukrainy – ne zrostannia, a “vidzhymannia” // Radio Svoboda, available at: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/27484127.html>.
9. Makkonnel, K. R. and Brju, S. L. (1993), *Jekonomiks: principy, problemy i politika*, Haggard-Demos, K., 785 s.
10. Radionova, I. F. (1996), *Makroekonomika ta ekonomichna polityka*, Tekston, K., 240 s.
11. Kovtun, O. I. (2012), *Vyznachennia parametriv ta otsiniuvannia efektyvnosti zakhodiv derzhavnoi ekonomichnoi polityky na osnovi vykorystannia ekonometrychnykh modelej, Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal “Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky”*, № 4, s. 147-158.

Мельник І. М.,

к.е.н., доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ ЧИННИКИ МОТИВАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**Анотація.** У статті розглядається державне регулювання як інституціональний чинник мотивації туристичної діяльності. Розглядаються моделі державного регулювання туризму, їх переваги і недоліки. Узагальнено основи міжнародного правового регулювання туристичної індустрії, функції і завдання Всесвітньої туристичної організації. Особлива увага приділена інструментам вітчизняного державного регулювання, які позитивно і негативно мотивують розвиток туристичної діяльності. Встановлено, що успішність або невдалість розвитку туристичної діяльності як важливого сектору економіки України необхідно пояснювати з урахуванням таких факторів як: соціально-економічні інститути та культурні чинники, а також особливості державної політики.

**Ключові слова:** мотивація, чинник, туризм, державне регулювання.

Melnyk I. M.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commercial Activity and Entrepreneurship, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## INSTITUTIONAL TRIGGERS FOR THE MOTIVATION OF TOURISTIC ACTIVITY

**Abstract.** The article deals with government regulation as an institutional factor motivating tourism activities. The models of state regulation of tourism, their advantages and disadvantages are overviewed. Basis of international law regulations of tourism industry as well as functions and goals of World Tourism Organization are generalized. Particular attention is paid to the national government regulation tools that positively or negatively motivate the development of tourism. Found that the success or non-success of touristic activity development as an important sector of Ukraine's economy should be explained on the basis of factors such as socio-economic institutions and cultural factors as well as the peculiarities of state policy.

**Keywords:** motivation, factor, tourism, state regulation.

**Постановка проблеми.** Відповідно до сучасних поглядів мотивація уособлює процес формування і реалізації мотивів діяльності, обумовлених потребами й цілями особистості, її інтересами, переконаннями, умовами діяльності, особливостями відносин і взаємодій із оточуючими людьми, ситуацією, в якій відбувається така взаємодія тощо. Мотив – це складний соціально-психологічний феномен, який спонукає людину до свідомих, активних дій і вчинків та служить для них причиною (підставою). Забезпечення високої мотивації господарської діяльності є важливою проблемою й виступає одним із найважливіших чинників формування й реалізації трудового потенціалу країни. Для вирішення даної проблеми необхідно знати реалії інституціонального середовища, в якому здійснюються різні види господарської діяльності, і в першу чергу це стосується механізму її державного регулювання. З огляду на наведене актуальними є дослідження інституціональних чинників мотивації такої

важливої сфери діяльності, як туризм.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема мотивації досить широко розглядається сьогодні в науковій літературі. У світовій науці розроблено більше п'ятдесяти теорій мотивації. Поруч із психологами У. Джемсом, А. Маслоу, Ж. Годфруа, Х. Хекхаузенем, Г. Оппортом, А. Леонтьєвим, Е. Льїнім, П. Якобсоном, суттєвий вклад у розробку проблем мотивації зробили економісти Ф. Тейлор, Й. Шумпетер, А. Маршалл, Д. Гелбрейт, П. Друкер, соціологи Е. Мейо, Ф. Герцберг, А. Здравомислов та багато інших. У роботах сучасних економістів Д. Богині [1], Г. Куликова [2], М. Харченко [3], С. Шкорінова, Н. Решетило [4] опрацьовані теоретико-методологічні проблеми мотивації трудової діяльності, проаналізовані фактори її поглиблення. Мотиваційні аспекти туристичної діяльності розглядаються у працях В. Квартальнова, В. Кіптенко,

І. Савінової [5], І. Сидоренко та ін. Інституціональні умови розвитку туризму є об'єктом дослідження таких вчених, як В. Бирковича [6], О. Гарбери [7], Є. Козловського [8], Ю. Алексєєвої [9], Е. Поліщук [10], О. Василіва [11], В. Дмитренко [12]. У той же час в економічній літературі ще недостатньо проаналізовані інституціональні умови з позиції мотиваційних чинників розвитку туристичної діяльності.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає в дослідженні механізму державного регулювання туризму як вагомого мотиваційного фактора розвитку цієї галузі в Україні.

принципом фінансування;

2) туристична сфера визначається як пріоритетна з обґрунтованою політикою і розвивається через різні форми мотивації й стимулювання підприємницької активності.

Отже, ступінь державного управління туризму неоднорідний і залежить від рівня економічного розвитку країни, що призвело до формування декількох основних моделей державного регулювання (рис. 1).

Дослідження досвіду державного регулювання у країнах світу (193 країни) показало, що найпоширенішою моделлю є змішана, коли у структурі уряду створюються міністерства, для яких туризм є однією із сфер регулювання поруч із іншими матеріальними чи нематеріальними сферами (41% країн, зокрема країни Африки, Південної Америки,

### МОДЕЛІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

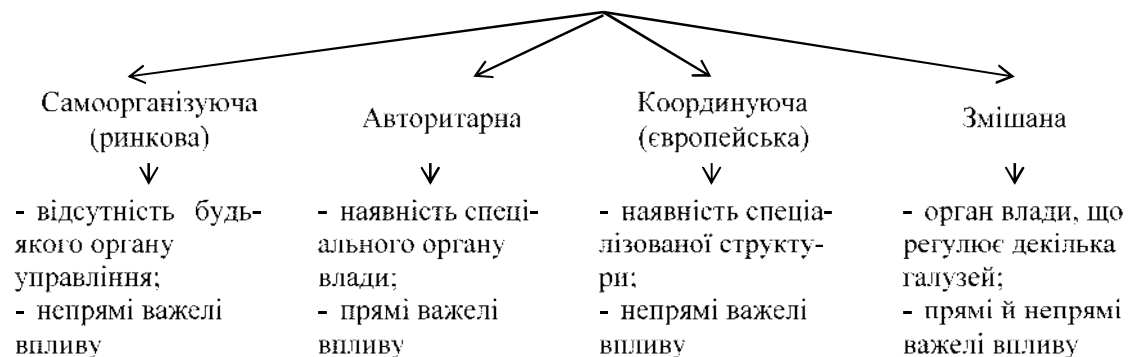


Рис. 1. Моделі державного регулювання туризму [13]

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ефективний механізм державного регулювання туризму уособлює собою систему цілей і дій, спрямованих на реалізацію інтересів стосовно розвитку цієї сфери як держави в цілому, так і її регіонів. Тобто існує два зрізи механізму державного регулювання – загальнодержавний і регіональний, кожен із яких представлений значною кількістю учасників.

Міжнародний досвід показує, що ефективність функціонування туризму напряму залежить, як дану сферу сприймають на державному рівні. При цьому тут можливими є два варіанти:

1) туристична сфера розвивається як другорядна галузь, функціонуючи за залишковим

Японія, Корея, Україна, Росія). Третя частина країн світу підтримує координуючу модель, коли створюється державна структура, яка напряму підпорядковується уряду (Швейцарія, Німеччина, Франція, Австрія, Нідерланди, Туркменістан). На третьому місці за поширеністю є авторитарна модель, а саме: у 21% країн створено окреме міністерство туризму (Єгипет, країни Центральної Америки, країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону). Найменш поширеною є ринкова модель, за якої всі питання вирішуються на принципах ринкової самоорганізації (США, Бельгія, Киргизстан, КНДР). Можливість застосування цієї моделі обґрунтована у випадку наявності потужних

Таблиця 1

Застосування моделей державного регулювання туризму [узагальнено автором]

Моделі	Кількість країн					Всього	
	Європа	Америка	Азіатсько-Тихо-океанський регіон	Африка	Ближній Схід		
Самоорганізуюча	2	1	6	5	1	15	
Авторитарна	3	15	7	11	5	41	
Координуюча	31	9	12	3	5	60	
Змішана	з галузями матеріальної сфери	6	7	6	16	-	35
	з галузями нематеріальної сфери	13	3	8	16	2	42
Всього	55	35	39	51	13	193	

спеціалізованих підприємств, які самостійно здатні вирішувати проблеми туризму (табл. 1).

В Україні застосовується змішана модель державного регулювання, хоча за роки незалежності вона змінювалася. Так, у 1993 році був створений Державний комітет з туризму, що безпосередньо підпорядковувався Кабінету Міністрів України, який сприяв певному впорядкуванню ринку. В 1999 році комітет було ліквідовано, а на базі трьох державних комітетів створено Державний комітет

авторитарна модель державного регулювання, яка, на жаль, не дала бажаного результату для мотивації туристичної діяльності. На початку 2005 року функції Державної туристичної адміністрації були передані Міністерству економіки, а у квітні цього ж року було створено Міністерство культури і туризму, у складі якого функціонувала Державна служба туризму і курортів. У 2010 році функції з реалізації державної політики у сфері туризму передано Міністерству інфраструктури України й

Таблиця 2

**Міжнародні конференції по туризму [14]**

Дата	Назва	Рекомендації
1921, Барселона	Засідання Ліги націй	Конвенція і Статус про свободу транзиту на залізниці. Офіційне визначення поняття "турист"
1925 Гаага	Засідання Ліги націй	Створення Міжнародної асоціації транспортного обслуговування і Міжнародного Союзу офіційних організацій з пропаганди туризму
1929 Лондон	Засідання Ліги націй	Міжнародна конвенція про охорону життя людей на морі
1929 Варшава	Засідання Ліги націй	Конвенція про уніфікацію деяких правил щодо повітряних міжнародних перевезень
1934 Гаага	Засідання Ліги націй	Про створення Міжнародного Союзу офіційних організацій з пропаганди туризму
1944 Чикаго	Конференція Міжнародної організації цивільної авіації	Пропозиції щодо уніфікації виду і змісту закордонних паспортів
1946 Лондон	Конференція національних туристичних організацій	Питання відродження туризму після Другої світової війни
1954 Нью-Йорк	Конференція ООН	Конвенція про митні пільги для туристів
1963 Рим	Конференція ООН	Резолюція про спрощення формальностей у відношенні міжнародного туризму
1968 Берн	Міжнародний семінар ООН	Питання розвитку туризму
1969 Софія	Генеральна Асамблея ООН	Резолюція про утворення міжурядової організації з туризму
1970 Мехіко	Асамблея Міжнародного союзу офіційних туристських організацій	Прийняття Статуту Всесвітньої туристичної організації
1973 Киото	Конференція ООН	Конвенція по спрощенню і гармонізації митних процедур
1975	Генеральна Асамблея ООН	Створення Всесвітньої туристичної організації
1980 Маніла	Всесвітня конференція ВТО	Манільська декларація зі світового туризму
1982 Акапулько	Всесвітня нарада ВТО	Документ "Акапулько" щодо політики і стратегії туризму
1985 Софія	Генеральна Асамблея ВТО	Хартія туризму і Кодекс туриста
1989 Гаага	Міжпарламентська конференція ВТО	Гаазька Декларація з туризму
1995 Естерсунд	Міжнародна конференція ВТО	Декларація з безпеки туризму і зменшення ризиків під час подорожі
1995 Кадіс	Міжпарламентський форум ВТО	Рекомендації щодо створення Національної туристичної адміністрації
1999 Сантьяго	Генеральна Асамблея ВТО	Глобальний етичний кодекс туризму
2000 Мадрид	Семінар ВТО	Резолюція щодо пріоритетності розвитку кадрових ресурсів в туристичній індустрії

молодіжної політики, спорту та туризму, а в 2002 році – Державну туристичну адміністрацію. Тобто у даний період застосовувалася фактично

Державному агентству з туризму та курортів у його складі, а на початку 2016 р. – Міністерству економічного розвитку і торгівлі, у складі якого



створено управління туризму і курортів.

Щодо регіонального рівня державного регулювання, то основними його суб'єктами є відповідні департаменти, управління, відділи у структурі обласних, районних держадміністрацій. Крім того, відповідну роль у державному регулюванні туризму відіграють органи місцевого самоврядування, а саме: обласні, районні, сільські й селищні ради народних депутатів, у структурі яких функціонують відповідні комісії.

Немаловажну роль у функціонуванні та розвитку туризму відіграють туристичні організації, створення і напрями діяльності яких зумовлені розширенням міжнародного туристичного обміну. Основи міжнародного правового регулювання туристичної індустрії сформовані низкою міжнародних договорів, конвенцій і декларацій (табл. 2).

Туристичні організації можна класифікувати за рядом ознак, а саме:

1) національно-територіальна: міжнародні, регіональні та національні туристичні організації; їх діяльність має світовий, регіональний та національний характер;

2) суспільно-державна: урядові, громадські, приватні;

3) вид діяльності: регулюючі, постачальники, ринкові агенти, розробники, консультанти, проектні організації, навчальні організації, видавці, професійні асоціації, торгівельні та споживацькі організації;

4) сфера діяльності: транспортні (авіаційні, автобусні, залізничні, автомобільні й круїзні), туристичні агенти, туроператори, локальні профспілки.

Найбільш вагомою і визнаною у туристичному світі є Всесвітня туристична організація, яка була заснована 2 січня 1975 року шляхом перетворення неурядового Міжнародного союзу офіційних туристичних організацій (МСОТО) в Міжурядову організацію, діючу під патронатом ООН. На сьогодні її дійсними членами є більш як 105 країн, декілька асоційованих і більш як 150 приєднаних членів (туристичні фірми, авіакомпанії, міжнародні організації тощо).

Основними цілями WTO є:

- прискорювати і розширювати сприяння туризму (міжнародного і внутрішнього) миру, взаєморозумінню, здоров'ю і добробуту людей у цілому світі;

- допомагати людям мати доступ до освіти і культури під час подорожей;

- покращувати стандарти проживання і перебування у менш розвинутих районах світу через допомогу в забезпеченні необхідною матеріально-технічною базою для іноземного туризму і розвитку транспортних мереж, що з'єднують із даними регіонами;

- розширювати можливості країн, які приймають туристів, і тим самим робити внесок в їхню економіку;

- виступати у ролі міжнародного агентства координації й співробітництва між країнами;

- надавати послуги членам найбільш значимих для ради національних організацій у галузі

туризму;

- визначити теми пленумів і засідань, а також здійснювати координацію туристичних інтересів країн-учасниць, враховуючи як національні туристичні організації, так і професійні сектори та організації, що представляють інтереси подорожуючих;

- встановлювати постійний взаємозв'язок між різними об'єднаннями туроператорів;

- реалізувати все вищезазначене найбільш дієвим шляхом.

У цілому діяльність WTO концентрується на інформативному просуванні туризму, розширенні його значимості й переваг, а також створенні нової матеріально-технічної бази. Організація намагається упорядкувати діяльність різних націй в туризмі шляхом розробки і впровадження визначених принципів у галузі міжнародного туризму.

WTO є основним представником туризму в ООН і діє як найавторитетніший орган у світовому туризмі. Крім того, WTO розробляє міжнародні документи (акти) і стежить за їхнім дотриманням, а також за реалізацією вже існуючих правил, сприяючи розв'язанню міжнародних туристичних розбіжностей.

Інші аспекти діяльності WTO полягають у наданні допомоги в розвитку країн організації й стимулюванні співробітництва між ними в питаннях, які впливають на туризм. Усе це реалізується завдяки прийняттю відповідних стандартів обладнання, понять, мови, умовних позначок для полегшення спілкування і перебування іноземних туристів у чужій країні. WTO також виступає як організація з обміну інформацією, яка заохочує використання нових розробок та знань у галузі розвитку туризму і реалізації маркетингу. Одне з найважливіших завдань WTO – дослідження, що включають вивчення статистики з міжнародного туризму, винаходи нових методів виміру, прогнозування, розробку і маркетинг – усе це може використовуватися національними туристичними організаціями в їхній діяльності.

Туристична діяльність – це складний об'єкт правового регулювання. Нормативні акти, які діють у цій сфері, можна поділити на три групи:

1) загальні – регулюють господарську діяльність усіх суб'єктів підприємництва, у тому числі і туристичних (Конституція, Господарський кодекс, Цивільний кодекс);

2) спеціальні – регламентують функціонування і розвиток суб'єктів ринку туристичних послуг (закони “Про туризм”, “Про курорти”, Правила надання послуг з розміщення, державні стандарти тощо);

3) галузеві – це норми окремих галузей права, які стосуються до діяльності туристичних підприємств (оподаткування, захист прав споживачів, охорона праці тощо).

Правову основу державного регулювання туристичної діяльності в Україні закладає Закон України “Про туризм” у редакції 2014 року, згідно з яким реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;

- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;

- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;

- визначення основ безпеки туризму;

- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);

- ліцензування в галузі туризму, стандартизації й сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу;

- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;

- організації й здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;

- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;

- участі в розробці та реалізації міжнародних програм із розвитку туризму.

Узагальнення наукової літератури на предмет відповідності сучасного стану державного регулювання туристичної діяльності задачам її мотивації засвідчило таке. З одного боку, окремі дослідники (зокрема, Биркович В.) стверджують, що державне регулювання через ряд своїх інструментів (пільгове оподаткування туристичної діяльності; запровадження системи екологічного страхування; створення системи інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку туристичного ринку) здійснює позитивний мотиваційний вплив на туристичну діяльність. З другого боку, є автори, які, навпаки, виділяють негативні мотиваційні інструменти. Розглянемо їх більш детально.

Дослідивши три моделі державного регулювання туристичної діяльності, прийняті у світі, О. Гарбера доходить висновку, що система держрегулювання туризму в Україні де-факто ігнорує значний вплив міжнародних інституцій на розвиток туризму і не забезпечує використання ресурсів (фінансових, інформаційних та інших) міжнародних організацій. На думку дослідниці, “роль держави в організації і розвитку інвестиційних процесів у туристичній індустрії мусить здійснюватися за рахунок зниження ціни інвестиції в туристичні проекти, що включає позики за вигідними процентними ставками, продаж, оренду землі або інфраструктури за ціною, нижчою ринкової, податкові пільги, захист від подвійного оподаткування за допомогою укладання угод з іншими країнами, зниження мита, прями субсидії або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів” [7, с. 17].

У дослідженні Є. В. Козловського зазначається, що на сучасному етапі розвитку туристичної галузі

відсутність державної підтримки призвела до виживання переважно комерційних форм і видів туризму. Соціальному туризму як фактору розвитку суспільства не приділяється належної уваги з боку держави. Крім того, автор наголошує на необхідності реалізації декларованого, але фактично не виконаного, завдання співробітництва органів державної влади в сфері туризму з територіальними громадами, що, на його думку, могло б значно мотивувати сферу застосування “зеленого” туризму.

На думку Є. В. Козловського, застосування норм і положень нової редакції Закону України “Про туризм” не мотивувало розвиток підприємництва у сфері туризму, особливо малого і середнього, зокрема підвищення його ефективності та активізації ділової ініціативи. Перед ним висунені нічим не виправдані бар’єри, перепони й обмеження (суворий, із відповідним ліцензуванням, розподіл на туроператорів і турагентів, необхідність здійснення фінансового забезпечення своєї відповідальності). Також автор вважає, що держава не приділяє належної уваги просуванню українського туристичного продукту на міжнародному ринку.

О. А. Поліщук зазначає, що сьогодні в Україні наслідком низької мотивації розвитку туристичної діяльності є значна тінізація ринку. В цих умовах, на думку авторки, слід зорієнтувати державну політику на стимулювання виходу туристичного бізнесу з тіні шляхом, у першу чергу, застосування преференційних норм у податковому законодавстві.

В. М. Дмитренко в своїх дослідженнях наголошує на необхідності приділяти більш значну увагу проблемам розвитку регіональних туристичних ринків. На її думку (авторка спирається на проведений нею повномасштабний SWOT-аналіз туристичного ринку), негативними мотиваційними чинниками в державному управлінні розвитком регіональних туристичних ринків є: відсутність цілісної системи державного управління туризмом і курортами в регіонах; незадовільний стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури курортних зон; незбалансованість соціальної та економічної ефективності використання рекреаційних ресурсів та необхідність їх збереження; відсутність інноваційних проектів та наукових досліджень із питань розвитку туризму і курортів; надмірний податковий тиск на підприємства галузі; недоліки територіальної організації туристично-екскурсійних маршрутів та інформаційної інфраструктури.

Ю. А. Алексеева, спираючись на дослідження досвіду Франції в регулюванні туристичного ринку, зазначає, що ця країна змогла вийти на перше місце у світі за туристичною привабливістю саме за рахунок всебічної мотиваційної підтримки розвитку туризму з боку держави, продуманої регіональної політики щодо активізації розвитку туризму на місцях. Основними принципами сучасної туристичної політики Франції є децентралізація, делегування повноважень органам місцевого самоврядування, підтримка місцевих ініціатив, розвиток усіх форм соціального туризму,

принцип всебічної співпраці між владою, територіальними громадами та підприємцями в галузі туризму. На її думку, в Україні бракує спеціальних законів, спрямованих на розвиток туризму в регіонах, зокрема “зеленого” та соціального туризму.

О. Б. Василів наголошує на тому, що держава не мотивує інфраструктурне та інформаційне забезпечення розвитку туризму, натомість зосередившись на жорсткому регулюванні ринку шляхом проведення заходів ліцензування та стандартизації. На його думку, органам державного управління слід більш активно мотивувати умови для якісної підготовки і стажування кадрів для туризму, розробку туристичних маршрутів та проведення конкурсів на кращий туристичний продукт, сприяти розвитку сільського “зеленого” туризму, співпраці відділів культури з туристичними закладами щодо проведення культурних заходів, народних традицій та обрядів, сприяти в реалізації проектів щодо створення та діяльності туристично-інформаційних центрів у всіх регіонах.

Підбиваючи підсумок проведеному дослідженню ролі органів державного управління в розвитку туризму, ми можемо зазначити, що держава не приділяє достатньо уваги ефективному регулюванню галузі як можливого мотиваційного чинника, створюючи ряд інституційних перешкод до реалізації ефективної туристичної діяльності.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Отже, успішність або невдалість розвитку туристичної діяльності як важливого сектору економіки України необхідно пояснювати з урахуванням таких факторів як: соціально-економічні інститути та культурні чинники, а також особливості державної політики. Саме реалізація механізму державного регулювання галузі з позиції мотиваційного чинника визначить “правила ринкової гри”, характер взаємодії суб’єктів економічної діяльності та мотивує їх поведінку в сфері використання ресурсів та активів, сприятиме заохоченню і поширенню наукових і технологічних інновацій, що в кінцевому підсумку забезпечить ефективний економічний розвиток як туризму, так і суспільства в цілому.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Богиня Д. Трудовий менталітет у системі мотивації праці : монографія / Богиня Д., Семикіна М. – Кіровоград : Поліграф-Терція, 2002. – 256 с.
2. Куликов Г. Т. Мотивация труда наёмных работников : монография / Куликов Г. Т.; [отв. ред. Д. П. Богиня]. – К. : Институт экономики НАН Украины, 2002. – 339 с.
3. Харченко М. Показники оцінки результатів діяльності працівників підприємств та деякі підходи до організації матеріального стимулювання їх праці / Харченко М., Шкорінов С. // Україна: аспекти праці. – 2003. – № 4. – С. 34-40.
4. Решетило Н. С. Інституційні фактори підви-

щення ефективності мотивації трудової діяльності / Решетило Н. С. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ea.dgtu.donetsk.ua:8080/bitstream/123456789/775/1>.

5. Савина И. Туризм и мотивация / Савина И. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://utg.net.ua/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1451&Itemid=31](http://utg.net.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=1451&Itemid=31).

6. Биркович В. І. Удосконалення державного регулювання розвитку туризму на регіональному рівні [Електронний ресурс] / В. І. Биркович. – Режим доступу : [http://old.niss.gov.ua/book/21\\_Birkovich.pdf](http://old.niss.gov.ua/book/21_Birkovich.pdf).

7. Гарбера О. Є. Дослідження ролі держави в організації і розвитку інвестиційних процесів у міжнародному туризмі / О. Є. Гарбера // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 4(29). – С. 17-24.

8. Козловський Є. В. Державне регулювання та підтримка розвитку туризму в Україні: досвід країн Центральної та Східної Європи / Є. В. Козловський // Актуальні проблеми внутрішньої політики. – 2004. – Вип. 4. – С. 209-218.

9. Полищук Е. А. Опыт детерминантного анализа теневого бизнеса туристских предприятий / Е. А. Полищук, А. Н. Бузни // Актуальные вопросы управления развитием социально-экономических систем в условиях глобального экономического кризиса : труд. междуна. науч.-практ. конф. (4-5 мая). – Ростов-на-Дону : ВДК, 2009. – С. 186-193.

10. Дмитренко В. М. Здійснення державної політики в туристичній галузі на регіональному рівні / В. М. Дмитренко // Актуальні проблеми державного управління : збірник наук. праць. – Донецьк : ДРІДУ НАДУ, 2005. – Вип. 4(18). – С. 170-180.

11. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції : автореф. ... к.е.н. з держ. управл. : 25.00.02 [Електронний ресурс] / Ю. В. Алексеева ; Регіональний інститут держ. управління НАДУ при Президентіві України. – Одеса, 2005. – 20 с.

12. Василів О. Б. Державне управління розвитком туристично-рекреаційної галузі на регіональному рівні (на прикладі Івано-Франківської області) : автореф. дис. ... к.е.н. з держ. управл. : 25.00.01 [Електронний ресурс] / О. Б. Василів ; Регіональний інститут держ. управління НАДУ при Президентіві України. – Львів, 2008. – 19 с.

13. Галасюк С. С. Модели государственного регулирования в сфере туризма / С. С. Галасюк // Научные исследования в сфере туризма : труды Международной туристской Академии. – 2010. – Вып. 6. – С. 189-204.

14. Всесвітня туристична організація : офіційний web-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org>.

## REFERENCES

1. Bohynya D. and Semykina M. (2002), *Trudovyy mentalitet u systemi motyvatsiyi pratsi* [Labor mentality in the system of motivation], Polihraf-Tertsya, Kirovohrad.

2. Kulikov, G. T. (2002), *Motivaciya truda nayomnyh robotnikov* [Motivation of work of wage earners], Institut ehkonomiki NAN Ukrainy, Kiev.
3. Kharchenko M. and Shkorinov S. (2003), Pokaznyky otsinky rezul'tativ diyal'nosti pratsivnykiv pidpryemstv ta deyaki pidkhody do orhanizatsiyi material'noho stymulyuvannya yikh pratsi [Performance evaluation of the performance of employees and some approaches to material incentives to work], *Ukrayina: aspekty pratsi*, vol. 4.
4. Reshetylo, N. S. Instytutsiyini faktory pidvyschennya efektyvnosti motyvatsiyi trudovoyi diyal'nosti [Institutional factors increase the efficiency of work motivation], [Online], available at: <http://ea.dgtu.donetsk.ua:8080/bitstream/123456789/775/1>.
5. Savina I. Turizm i motivaciya [Tourism and motivation], [Online], available at: [http://utg.net.ua/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1451&Itemid=31](http://utg.net.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=1451&Itemid=31).
6. Byrkovych, V. I. Udoskonalennya derzhavnoho rehulyuvannya rozvytku turyzmu na rehional'nomu rivni [Improvement of state regulation of tourism development at the regional level], [Online], available at: [old.niss.gov.ua/book/21\\_Birkovich.pdf](http://old.niss.gov.ua/book/21_Birkovich.pdf).
7. Harbera, O. Ye. (2010), Doslidzhennya roli derzhavy v orhanizatsiyi i rozvytku investytsiynyykh protsesiv u mizhnarodnomu turyzmi [Study the state's role in the organization and development of investment processes in international tourism], *Halyts'kyy ekonomichnyy visnyk*, vol. 4(29).
8. Kozlovs'kyy, Ye. V. (2004), Derzhavne rehulyuvannya ta pidtrymka rozvytku turyzmu v Ukraini: dosvid krayin Tsentral'noyi ta Skhidnoyi Yevropy [State regulation and support of tourism in Ukraine: the experience of Central and Eastern Europe], *Aktual'ni problemy vnutrishn'oyi polityky*, vol. 4.
9. Polishchuk, E. A. and Buzni, A. N. (2009), Opyt determinantnogo analiza tenevogo biznesa turistskih predpriyatij [Experience determinant analysis shady business tourism enterprises], *Aktual'nye voprosy upravleniya razvitiem social'no-ehkonomicheskikh sistem v usloviyah global'nogo ehkonomicheskogo krizisa : trud. mezhdun. nauch.-prakt. konf.*, Rostov-na-Donu.
10. Dmytrenko, V. M. (2005), Zdiysnennya derzhavnoyi polityky v turystychniy haluzi na rehional'nomu rivni [The implementation of the state policy in the tourism industry at regional level], *Aktual'ni problemy derzhavnoho upravlinnya : zbirnyk nauk. prats'*, vol. 4(18).
11. Aleksyeyeva, Yu. V. (2005), Derzhavne rehulyuvannya rozvytku turystychnoyi haluzi Ukrainy v konteksti dosvidu Frantsiyi [State regulation of tourism industry in Ukraine in the context of the experience of France] : avtoref. ... k.e.n. z derzh. upr. : 25.00.02 [Online], Rehional'nyy instytut derzh. upravlinnya NADU pry Prezydentovi Ukrainy, Odesa.
12. Vasylyv, O. B. (2008), Derzhavne upravlinnya rozvytkom turystychno-rekreatsiynoyi haluzi na rehional'nomu rivni (na prykladi Ivano-Frankivs'koyi oblasti) [State management of the development of tourism and recreation industry at regional level] : avtoref. dys. ... k.e.n. z derzh. upr. : 25.00.01 [Online], Rehional'nyy instytut derzh. upravlinnya NADU pry Prezydentovi Ukrainy, L'viv.
13. Halasyuk, S. S. (2010), Modely hosudarstvennoho rehulyrovannya v sfere turyzma [Models of state regulation in the sphere of tourism], *Nauchnye yssledovaniya v sfere turyzma: trudy mezhdunarodnoy turyst'skoy Akademyy*, vol. 6.
14. Vsesvitnya turystychna orhanizatsiya [The World Tourism Organization] : ofitsiynnyy web-sayt [Online], available at: <http://www2.unwto.org>.

Мисловська І. С.,

к.е.н., доц. кафедри філософії та економіки, Львівський національний медичний університет імені Д. Галицького, м. Львів

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ ТА ЦІНИ МЕДИЧНОЇ ПОСЛУГИ

**Анотація.** У статті проаналізовано деякі аспекти формування вартості і ціни медичної послуги та сучасні тенденції розвитку системи ціноутворення в медичній галузі. Описано особливості охорони здоров'я як галузі ринкової економіки й медичної послуги як товару. У статті розглянуто проблеми, притаманні нинішньому етапу розвитку вітчизняного ринку медичних послуг. Обґрунтовано доцільність вивчення і застосування позитивного світового досвіду формування ціни медичної послуги. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розробку організаційних та економічних механізмів, що забезпечують ефективне ціноутворення в системі охорони здоров'я України.

**Ключові слова:** вартість, ціна, послуга, медична послуга, система охорони здоров'я, маркетинг, маркетинг охорони здоров'я.

Myslovska I. S.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Philosophy and Economics, Lviv National Medical University named after D. Galitskiy, Lviv

## MODERN TRENDS IN COST AND PRICE FORMATION OF MEDICAL SERVICE

**Abstract.** Some aspects of cost and price of medical service and current trends in pricing in the health care system have been considered. The features of health sector as a branch of market economy and medical service as a commodity have been examined. The article considers a number of problems, determining the current state of the domestic market of medical services. The reasonability of study and application of positive international experience of pricing of medical services have been substantiated. Further research should focus on developing organizational and economic mechanisms to ensure the effective pricing in the health care system of Ukraine.

**Keywords:** cost, price, service, medical service, health care system, marketing, healthcare marketing.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах ринкової системи економіки для нашого суспільства постає надзвичайно важливе завдання: сформувати ефективний механізм функціонування і розвитку охорони здоров'я як однієї з найважливіших соціальних галузей на основі ринкових відносин. У цьому контексті особливу роль відіграє процес ціноутворення в медичній галузі. Необхідно сформувати нові критерії оцінки вартості та ціни медичної послуги як дієвого мотиваційного фактора діяльності медичних закладів, з одного боку, і ефективного споживання населенням послуг галузі охорони здоров'я, з другого боку. Адже здоров'я людини – це одна з основних соціальних цінностей. Тому діяльність медичних закладів на ринкових засадах не повинна підпорядковуватися суто економічним цілям – отримання максимального прибутку, здобуття перемоги в жорсткій конкуренції тощо, але слід враховувати і соціальні цілі – надавати лише якісні медичні послуги, сприяти покращенню стану здоров'я населення.

Формування ефективного механізму ціноутворення у сфері надання медичних послуг в Україні передбачає вивчення і вдале використання існуючого досвіду цивілізованих країн світу, виступаючи важливою складовою соціально-економічного розвитку.

Аналіз існуючих наукових праць із ціноутворення свідчить про те, що вивчення сучасних тенденцій і особливостей формування ціни медичної послуги перебуває на стадії розвитку та пошуку.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Теорія ціноутворення пройшла в своєму розвитку декілька етапів. Вагомий внесок в цю теорію здійснили такі відомі економісти, як Адам Сміт, Давід Рікардо, М. Туган-Барановський, Альфред Маршал та деякі інші вчені. Трудову теорію вартості представляли класики буржуазної й марксистської політичної економії: Франсуа Кене, Адам Сміт, К. Маркс і Ф. Енгельс. В основу цієї теорії покладено ідею, що рівень цін товарів визначається витратами на їх виробництво.

Маржиналістська (marginal – граничний) концепція ціни, яку представляли У.С. Джевонс, Є. Бем-Бевек, К. Менгер, Л. Вальрас та інші економісти XIX ст., була протиставлена трудовій теорії вартості. Маржиналісти намагалися відкинути теорію вартості, що розглядала її з боку затрат праці. Вони категорично стверджували, що в оцінці блага необхідно виходити не з величини затрат на його виробництво, а з його корисності та рідкісності. На думку маржиналістів, цінність блага залежить виключно від його корисності. Маржиналістська теорія граничної корисності, як і трудова теорія вартості, виявилася однобічною і недостатньою для побудови наукової теорії цін.

Маржиналістська теорія граничної корисності, як і теорія вартості, що ґрунтується на праці, була використана англійським економістом Альфредом Маршалом для створення загальної теорії ціни. В своїх теоретичних побудовах А. Маршал еkleктично поєднав суб'єктивну граничну корисність із затратами виробництва. Він вважав, що корисність і затрати органічно поєднуються.

Принцип граничної корисності було покладено в основу неокласичної теорії, що передбачає необхідність обміну з урахуванням не тільки корисності блага, але й затрат виробництва. Неокласики пішли шляхом узгодження двох теорій: теорії граничної корисності та трудової теорії вартості. Такий підхід втілений у підручнику “Економікс” Поля Самуельсона – відомого американського економіста [1].

Маржиналістська концепція граничної корисності покладена в основу сучасної теорії споживчого вибору, яка, в свою чергу, дозволяла дістатися основи основ – мотивації економічної поведінки споживача. В ринковій економіці важливо визначити економічні інтереси споживачів. Для цього необхідно спробувати з позицій споживача оцінити і порівняти корисність благ і, відповідно, визначити, що він буде купувати на ринку.

У сучасній західній літературі широкого розповсюдження набула багатофакторна теорія ціни. Зокрема, такими факторами називають витрати виробництва, продуктивність праці, наявність циклів в економіці, стан грошового обігу, співвідношення попиту і пропозиції, характер державного регулювання та ін. Проте в цій теорії необґрунтовано відкидається вартість (цінність) як вирішальний фактор ціноутворення, що акумулює в собі низку інших більш конкретних факторів.

Системний аналіз ціноутворення в охороні здоров'я як особливій галузі здійснили такі вчені, як Магуйр Елістер і Гендерсон Джон [2].

Цікавим представляється також аналіз сучасних стратегій у реформуванні системи охорони здоров'я в Європі, проведений Салманом і Фігейрасом [3].

У вітчизняній економічній науці проблемі ціноутворення приділяється важлива роль у дослідженнях багатьох учених: А. Гальчинського, О. Гоша, І. Лукінова, М. Павлишенка, Б. Пасхавера, В. М. Пономаренка, П. Саблука, Д. Олійника, Ю. Шпичака, Л. Шкварчук та інших. Проте значна

частина наукових праць вітчизняних вчених із проблем ціноутворення орієнтована на механізм формування і реалізації ефективної цінової політики. При цьому питанню пошуку та економічного обґрунтування підходів до формування ціни на медичну послугу як специфічний товар не приділено належної уваги. Дана проблема не знайшла достатнього висвітлення у спеціальній економічній літературі та потребує подальшого вивчення.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз діючої системи ціноутворення в сфері надання медичних послуг, обґрунтування можливості для її вдосконалення на основі використання світового досвіду.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Практика ціноутворення постійно змінюється. За часів командно-адміністративної системи радянської економіки ціни встановлювалися державою через спеціально призначений для цієї мети орган – Державний комітет по цінах з філіями у республіках і на місцях. Він здійснював контроль за додержанням усіма підприємствами й організаціями встановлених цін, застосовуючи проти порушників економічні санкції. Модель планового ціноутворення базувалася на теорії суспільно необхідних затрат праці як основи ціни, згідно з якою остання повинна визначатися на базі середньогалузевої собівартості продукції, до якої додається у певному процентному відношенні сума прибутку. Однак на практиці формування цін зводилося до того, що кожен виробник за їх основу брав індивідуальну собівартість, до якої і додавав регламентований державою розмір прибутку, що вимірювався в певній незмінній процентній величині. При такому підході підприємство відшкодовувало через ціну фактичні витрати. Цим створювалися передумови для зацікавленості виробників у збільшенні витрат виробництва, оскільки чим більшим був розмір собівартості як основи обчислення ціни, тим більшим був і абсолютний розмір прибутку. Така практика формування ціни породила затратний характер усього господарського механізму, що негативно позначалося на ефективності економіки.

Сучасна економічна політика України в умовах ринкової системи спрямована на лібералізацію процесу ціноутворення. Жорсткому ціновому регулюванню підлягає сьогодні досить вузьке коло товарів і послуг, найбільш життєво важливих для людини і базових для економіки: електро-, водо-, газо-, теплопостачання, вартість житлово-комунальних послуг, транспортні тарифи та ін. Отже, внаслідок цінової лібералізації більшість цін формується вільно, однак із урахуванням високого ступеня монополізму, що зберігається і нині. Проте поряд із ринковими методами встановлення цін (метод, орієнтований на попит товару, метод поточної ціни тощо) існують і затратні (калькуляційні) методи ціноутворення (на основі реальних затрат).

Розглянемо специфіку ціноутворення в охороні здоров'я. Аналіз проблеми ринкових перетворень у сфері охорони здоров'я дозволяє зробити висновок, що для забезпечення необхідного рівня медичних послуг необхідні значні інвестиції в цю галузь. А як відомо, медична галузь не належить до тих, де капітал обертається швидко. В даній галузі величина постійних витрат дуже велика і віддача від вкладеного капіталу з'являється не відразу, й навіть не через рік-два. Враховуючи великий рівень ризику в країні, нестабільну ситуацію в економіці, не повністю сформоване законодавство, брати на себе таку відповідальність інвестори не хочуть. У найкращому стані на сьогодні опинилися галузі, де необхідний стартовий капітал є невеликим, швидко обертається і прибутки є стабільними. Відносно малу суму (від \$2 тис. дол. до \$50 тис. дол. у залежності від послуг) найпростіше і найвигідніше, як показує досвід, вкласти в стоматологію. Мінімальний стартовий капітал для відкриття стоматологічного кабінету становить \$2000: \$500 за реєстрацію, \$400 для отримання ліцензії, за \$500 у країнах Західної Європи можна купити вживане стоматологічне крісло, в таку саму суму обійдеться місячний запас матеріалів і медикаментів. Оренда і комунальні послуги – ще в \$100 щомісяця. Але рентабельність стоматологічних послуг не є високою: наприклад, у терапевтичній стоматології вона сягає близько 10% (за винятком елітних клінік).

Привабливими для вкладання стають і такі галузі, як-от рефлексотерапія, для якої необхідні невеликі вкладення (близько \$500), і куди люди, не маючи коштів на професійну допомогу, звертаються до дешевшої нетрадиційної медицини. Для приватних клінік усе значно складніше: обладнана машина “швидкої допомоги” коштує \$100 тис., а ціна послуги, що надається на її основі, – лише \$50. Ясно, що тут вкладення повернуться не скоро.

Стоматологія – найбільш приватизована галузь медицини, де діють і напівпідпільні кабінети, і великі клініки. Попит на стоматологічні послуги як ринковий важіль ціноутворення традиційно високий. Із 1991 року на ринку стоматологічних послуг почали з'являтися приватні стоматологічні заклади, і сьогодні їх частка сягнула понад 70%. Серед солідних та потужних стоматологічних закладів у Львові – клініка Я. Заблоцького, “Пародент”, клініка “ММ” (центр імплантології). Кожен заклад поставав по-різному, однак схожі вони тим, що мають невеликий штат працівників (від 8 до 30 осіб), 6-12 кабінетів, трапляються й такі, що працюють лише “на двох кріслах”. Як правило, застосовуються сучасне імпортне обладнання та матеріали високої якості. Засновниками більшості приватних клінік є фірми, які раніше займалися торговельною діяльністю, зокрема продавали стоматологічне обладнання та матеріали. Подібна доля у київських стоматологічних закладів: “Дента-Люкс” (офіційного дистриб'ютора японської фірми GC), “Ренесанс” (біля її витоків – фірма “ТЗК”), “Меділайф”.

Щодо цін, то у приватників-нелегалів, які суміщають приватну практику з роботою в державних клініках, встановлення металокерамічного зубного протеза коштує до \$100, в елітних клініках – від \$200. Відповідний і рівень рентабельності – від 30% на 1 крісло у напівлегальних кабінетах до 1000% і більше – в дорогих клініках. В ортодонтії ціна брекет-системи на 1 щелепу сягає \$300, в імплантології одиниця імпланту коштує \$600-\$800 і навіть \$1000, це найбільш прибуткова галузь стоматології, бо вона монополізована.

Зрозуміло, що такі ціни на стоматологічні послуги в приватних стоматологічних закладах не відповідають доходам більшості українців. Характеризуючи нееквівалентність обміну в нашій економіці із застосуванням ринкових цін, український учений М. Павлишенко зазначав: “...одна година «лікування зуба» у стоматолога коштує половини місячної зарплати робітника, а 10-хвилинна проста чоловіча стрижка у перукарні – 3,5 години праці робітника” [4].

Хоча офіційно медицина в Україні не є платною, стоматологи від цієї догми відмовилися вже давно, і не лише в приватних клініках, а і у деяких державних. На нашу думку, має бути політика диференціації цін як прояв маркетингової стратегії й ринкових важелів формування ціни. Колегія МОЗ затвердила три основні якості з надання стоматологічних послуг: вищий, середній та найнижчий. За кордоном подібна система діє вже давно. В Україні лише з переходом до ринкових відносин вона почала офіційно запроваджуватися. Лікування за першим рівнем (дороге імпортне обладнання, сучасні медпрепарати тощо) обійдеться дорого, але ж і якість надання послуг має бути високою. Найдоступніший – третій стандарт (дешеві матеріали, старе обладнання, послуги надаються безоплатно або за дуже низьку ціну). Передбачається, що на пільгових умовах послугами стоматолога мають користуватися пенсіонери, діти та інваліди. За них повинні платити соціальні служби. Окремі види стоматологічних послуг, зокрема профілактичні та невідкладну допомогу, мають надавати безкоштовно всім пацієнтам.

Отже, приватна медицина, у т.ч. стоматологія, має великий потенціал в Україні й виступає досить конкурентоздатною.

Традиційну державну медицину безпідставно назвати конкурентоздатною, бо на сьогодні її майже не існує. В усіх державних стаціонарах під видом “добровільної” пожертви оформлюється певна сума грошей, без якої перебування у стаціонарі неможливе.

В Україні вивчається можливість впровадити три форми медицини: державну, приватну і страхову. На відміну від перших двох, остання форма в Україні ще не діє, хоча певні розробки в цьому напрямку вже існують; страхова медицина повинна сприяти підвищенню ефективності вітчизняної охорони здоров'я.

Проблема невідповідності розмірів фінансування державою охорони здоров'я, комплексу послуг,

надання яких гарантується населенню, існує не тільки в Україні, але й у всіх постсоціалістичних країнах. Наприклад, в Естонії вказана проблема виникла через більш високі темпи росту внесків на обов'язкове медичне страхування. У Болгарії, Польщі, Румунії проблема незбалансованості наявних коштів та гарантій держави в галузі охорони здоров'я була ще гострішою, тому що в цих державах не тільки медична допомога, але й ліки надавалися населенню безкоштовно. Одним із шляхів вирішення проблеми в такій ситуації є зміна зобов'язань держави щодо надання безкоштовних медичних послуг населенню. Деякі країни Центральної та Східної Європи встановлювали певну вартість медичних послуг. В Естонії використовували платню у розмірі 5 ест. крон (\$0,4) за кожне відвідування лікаря. В Чехії ще у 1997 році уряд ввів плату за лікарняне обслуговування в розмірі 80 крон (\$2,3) за день перебування в лікарні та оплату швидкої допомоги – 50 крон за виклик. У Польщі та Румунії введені платні ліки. У Латвії в 1995 році уряд прийняв рішення про встановлення часткової оплати медичних послуг (до 25%). В Україні слід використовувати цей досвід, враховуючи, що фінансування державою охорони здоров'я здійснюється по залишковому принципу, і коштів вочевидь не вистачає.

Слід проаналізувати не тільки специфіку охорони здоров'я як галузі ринкової економіки, але і медичної послуги як особливого виду послуг. Аналіз економічної природи здоров'я й охорони здоров'я дозволяє зробити висновок про те, що купівлі-продажу підлягає не саме здоров'я, а послуги з охорони здоров'я. Такий висновок зробили автори книги "Економіка охорони здоров'я" Магуайр Е. і Гендерсон Дж. [2]. Таким чином товаром є охорона здоров'я, а здоров'я як таке може бути характерною рисою цього товару. Охорона здоров'я хоча і не відрізняється від інших товарів докорінно, проте має декілька особливостей, пов'язаних із її споживанням.

Характерною особливістю охорони здоров'я є рівність у споживанні її послуг: 1) тип рівності – вертикальний (між суспільно-економічними групами); 2) тип – горизонтальний (у географічній площині). Ще однією особливістю охорони здоров'я є незнання споживачем-пацієнтом суті та ефективності всіх можливих способів лікування, а також подробиць стану власного здоров'я, що, в свою чергу, спричиняє невизначеність при прийнятті рішень про лікування. Адже медична послуга невідчутна, її результат може проявитися не відразу після надання її хворому, а з часом і не відповідати ціні, що він уже заплатив. Маркетинг охорони здоров'я повинен враховувати вищевказані особливості.

Складність запровадження ринкових механізмів в охороні здоров'я диктує необхідність планування розміщення коштів, а відтак – і економічної оцінки. Остання вимагає вимірювання прибутків у системі охорони здоров'я для найдосконалішого використання наявних ресурсів. Вимірювання й оцінка результатів діяльності

неринкового характеру є помітними особливостями застосування економічного підходу до охорони здоров'я. За цих умов суспільне управління ресурсами через державні інститути може забезпечити досягнення більшої корисності, ніж вдалося б добитися максимізацією особистої вигоди. Отже, розміщення ресурсів у системі охорони здоров'я вимагає залучення не тільки ринкових, а й інших механізмів, зокрема державного регулювання. Так, Л. Шкварчук справедливо зазначає: "За останні 150 років уряди багатьох держав вдавалися до різних заходів з метою регулювання цін, і на сьогодні заходи впливу на ціноутворення стали невід'ємною складовою системи державного регулювання економіки" [5]. Особливо важливим видається державне регулювання цін у соціальній галузі №1 – охороні здоров'я.

Специфіку мають і відносини, які виникають між пацієнтом і лікарем. Необізнаність при прийнятті рішень спонукає пацієнта уникати відповідальності за їх наслідки, перекладаючи її на лікаря. Такі особливості займають чільне місце у так званих "відносинах агентства", коли лікар виступає як агент, який діє на користь і в інтересах пацієнта, і одночасно як постачальник медичних послуг. Для уникнення можливостей щодо використання лікарем у своїх інтересах готовності пацієнта платити (тобто для наповнення поняття фахової етики реальним змістом) застосовується механізм оплати медичних послуг третьою стороною. Це віддаляє відносини між лікарем і пацієнтом від аспекту "ціна-ресурси". Третьою стороною можуть виступити адміністрація лікарні, керівництво вищих рівнів управління охороною здоров'я, медичні менеджери, страхові організації. При цьому значну роль відіграє самоврядна медична фахова корпорація. Відокремлення лікарських гонорарів від фінансової системи лікарні, яка є засобом утримання лікаря від міркувань про наслідки призначеного ним лікування для загальних ресурсів, також сприяє тому, що він у своїй діяльності надає перевагу медичним завданням над економічними.

Для реформування охорони здоров'я в Україні слід вивчати і по можливості застосовувати досвід економічно розвинутих країн світу. Так, британська система охорони здоров'я, в якій провідну роль відіграє держава, на наш погляд, може слугувати певним орієнтиром у реформуванні української медичної галузі, адже ця риса характерна і для неї. Вдалою системою охорони здоров'я вважається і канадська, що спирається на національне медичне страхування, де основні витрати покриваються центральними і регіональними бюджетами, а також надходженнями з приватних джерел. Частка ж самого пацієнта у безпосередній оплаті медичних витрат не є великою.

Цікавим, на нашу думку, виступає досвід розвинутих країн у формуванні вартості й ціни медичної послуги на основі багатофакторної системи аналізу (multiple factors system). Наприклад, заробітна плата лікаря як важлива складова вартості й ціни медичної послуги,



визначається на основі багатьох чинників (спеціалізація лікаря, досвід, стаж роботи, складність виконуваної роботи, якісні кінцеві результати діяльності, відношення до хворих, соціальні чинники тощо). Так, заробітна плата звичайного хірурга у США становить \$10000, а нейрохірурга – вдвічі більше – \$20000. Багатофакторні системи заробітної плати лікаря, які практикуються в розвинутих країнах світу, призводять до значної диференціації доходів лікарів, але водночас формують зацікавленість у результатах праці, стимулюють самовдосконалення лікаря і покращення якості медичної послуги. В Україні ж до недавнього часу була практично відсутня диференціація в оплаті праці медичних працівників: у державних медичних закладах різниця між заробітною платою лікаря-інтерна і хірурга вищої категорії складала лише 100 гривень. А відтак заробітна плата як вартість і ціна товару “робоча сила лікаря” не виконувала стимулюючої функції. Більше того, абсолютний рівень заробітної плати лікаря в державних медичних закладах настільки низький, що зарплата не відображає вартість робочої сили лікаря, адже лікар – це один із найдорожчих фахівців, на його підготовку держава витрачає значно більше коштів, ніж на інших спеціалістів. Проте в розвинутих країнах лікар виступає одним із найбільш високооплачуваних фахівців, його заробітна плата адекватно виконує і відтворювальну, і стимулюючу функції.

Розвиток приватної й страхової медицини передбачає функціонування охорони здоров'я на основі ринкових відносин. До їх суб'єктів відносяться і медичні працівники, і пацієнти. “Зрівнялівка” та деіндивідуалізація у підході до лікаря як стереотипи адміністративно-командної економіки повинні відійти у минуле, сьогодні все більш вагому роль мають відігравати саме конкурентні засади, творча ініціатива та інші ринкові важелі. Діяльність, пов'язана з хворими людьми, вимагає чіткої регламентації у встановленні відношення “працівник охорони здоров'я – пацієнт”. В основу оцінки праці лікаря повинні покладатися не тільки кількісні, але й якісні кінцеві результати його діяльності: не кількість операцій, а кількість вдало прооперованих і вилікуваних людей, гуманне відношення лікаря до хворого тощо. Феномен “доброго” і “поганого” лікаря як прояв певного суб'єктивізму може суттєво впливати на формування іміджу самого лікаря і, відповідно, ціни медичної послуги. Адже високий попит на отримання медичної послуги від висококваліфікованого і чуйного лікаря може сприяти підвищенню ціни такої послуги.

Необхідно також вивчати досвід маркетингових технологій ціноутворення у медичній галузі, які практикуються в розвинутих країнах. Маркетингові служби складають там тактику і стратегію ціноутворення на основі трьох основних параметрів: 1) внутрішня структура витрат медичного закладу по кожному виду послуг, групі послуг чи споживачів; 2) “споживацька чутливість” і те, як споживачі цінують унікальні якості послуг саме даного за-

ладу; 3) становище між конкурентами, за виключенням потенційної можливості й стратегії. Отже, рентабельна політика ціноутворення потребує розуміння взаємодії трьох сил – витрат, споживачів та конкурентів, – забезпечення водночас їх оптимального поєднання.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Проаналізовані тенденції формування вартості й ціни медичної послуги в сучасних умовах реформування охорони здоров'я суттєво впливають на ступінь ефективності цієї важливої соціальної галузі. Результати дослідження свідчать про специфіку охорони здоров'я як галузі ринкової економіки і медичної послуги як виду послуг, що має бути враховано в механізмі ціноутворення.

У розробці нових критеріїв оцінки вартості й ціни медичної послуги слід враховувати два визначальні підходи: 1) доцільність їх з точки зору економічної ефективності; 2) доцільність з точки зору соціальних цілей. Узгодження цих двох аспектів – надзвичайно складне завдання в конкретній практиці формування ціни медичної послуги вітчизняних медичних закладів. Проблема полягає в тому, що гонити за максимально високим прибутком не може бути основною метою діяльності закладів охорони здоров'я, економічні цілі повинні підпорядковуватися соціальним цілям – наданню високоякісних медичних послуг і покращенню здоров'я населення, задоволенню споживацьких потреб, узгодженню інтересів надавача і споживача медичної послуги, чіткому правовому забезпеченню і гарантії якісного обслуговування пацієнтів.

Вивчення і вдале застосування існуючої в розвинутих країнах багатофакторної системи формування ціни медичної послуги сприятиме підвищенню ефективності діяльності вітчизняних закладів охорони здоров'я. Важливу роль у досягненні цієї мети повинна відіграти держава. Саме держава, створюючи дієвий механізм регулюючої цінової політики, долаючи неадекватність доходів населення і цін на медичні послуги через індексацію доходів та інші важелі регулювання, має позитивно вплинути на процес ціноутворення в медичній галузі. Результатом цього процесу стане досконалий механізм ціноутворення у вітчизняній системі охорони здоров'я.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Самуельсон П. Економіка: підручник / Самуельсон П.; [пер. з англ.]. – Львів : Світ, 1993. – 496 с.
2. Магауайр Елістер Економіка охорони здоров'я : Вступний курс / Магауайр Елістер, Гендерсон Джон, Муні Гевін; [пер. з англ.]. – К. : Основи, 1998. – 313 с.
3. Салман Р. Б. Реформи системы здравоохранения в Европе. Анализ современных стратегий / Салман Р. Б., Фигейрас Дж.; [пер. с англ.]. – М. : ГЭОТАР “Медицина”, 2000. – 432 с.

4. Павлишенко М. Еквівалентний обмін – основа ринкової економіки / М. Павлишенко // Економіка України. – 2007. – № 10. – С. 89-93.

5. Шкварчук Л. О. Ціноутворення: підручник / Л. О. Шкварчук. – К. : Кондор, 2006. – 460 с.

#### REFERENCES

1. Samuel'son P. (1993), *Ekonomika*, L'viv, Svit, 496 s.

2. Mahuajr Elister, Henderson Dzhon and Muni Hevin (1998), *Ekonomika okhorony zdorov'ia : Vstupnyj kurs*, Osnovy, K., 313 s.

3. Salman, R. B. and Figejras Dzh. (2000), *Reformy sistemy zdravoozhanenija v Evrope. Analiz sovremennyh strategij*, GJeOTAR "Medicina", M., 432 s.

4. Pavlyshenko M. (2007), Ekvivalentnyj obmin – osnova rynkovoї ekonomiky, *Ekonomika Ukrainy*, № 10, s. 89-93.

5. Shkvarchuk, L. O. (2006), *Tsinoutvorennia*, Kondor, K., 460 s.

Ноздріна Л. В.,  
к.е.н., доц., проф. кафедри інформаційних систем у менеджменті, Львівська комерційна академія, м. Львів

Манзюк О. О.,  
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ОСОБЛИВОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРОЕКТІВ МООС

**Анотація.** У статті розглянуто особливості, притаманні нинішньому етапу розвитку вітчизняного ринку масових відкритих онлайн-курсів (МООС). Враховуючи мету дослідження, вивчено основні чинники, що визначають успіх проекту Prometheus на вітчизняному ринку, і проаналізовано результати навчального процесу на його перших двох курсах. Обґрунтовано необхідність запровадження таких освітніх інновацій, як МООС, що може справити позитивний вплив на функціонування ринку освітніх послуг в Україні. Окреслено особливості та шляхи реалізації проекту МООС у Львівській комерційній академії. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розробку організаційних механізмів, що забезпечують масовість участі й підвищення мотивації до завершення курсів у проектах МООС у ВНЗ.

**Ключові слова:** концепція навчання протягом усього життя, дистанційне навчання, проект, масові відкриті онлайн-курси, проект Prometheus.

Nozdrina L.V.,  
Ph.D, Associate Professor, Professor of the Department of Information Systems in Management, Lviv Academy of Commerce. Lviv

Manzjuk O. O.,  
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce. Lviv

## THE FEATURES OF DOMESTIC MOOC PROJECTS

**Abstract.** The article presents a number of the features, determining the current state of development of the domestic market of massive open online courses (MOOC). Considering the aim of the research, examined the main factors that determine the success of the project Prometheus in Ukrainian market and analyzed the results of the educational process of first two courses. The necessity of introduction of educational innovations such as MOOC, which can have a positive impact on the functioning of the educational market in Ukraine is grounded. The article focuses on the features of implementation of MOOC projects in the Lviv Academy of Commerce. Further research should focus on the developing mechanisms that ensure mass participation and increasing motivation to complete courses in MOOC projects at universities.

**Keywords:** the concept of life long learning, e-learning, project, massive open online course, the project Prometheus.

**Постановка проблеми.** Масові курси відкритого онлайн-навчання (з англ. massive open online course, МООС) є інноваційним напрямом в освіті, що претендує на оптимальне поєднання сучасних дидактичних методик із “тотальною” освітою. Сьогодні в умовах глобалізації та жорсткої конкуренції на ринку праці особливе значення мають знання, навички та досвід. Фахівець XXI століття – це людина, яка вільно володіє сучасними інформаційними технологіями, постійно підвищує і вдосконалює свій професійний рівень. Одержання нових знань і навичок, практично корисних для роботи в епоху інформаційного суспільства, значно розширює можливості самореалізації й сприяє

кар’єрному росту. Проте основними перешкодами, що виникають на шляху тих, хто бажає продовжити навчання у дорослому віці, є брак часу і відстань.

Світовий досвід засвідчує, що ці проблеми вирішуються за допомогою дистанційного навчання і сучасних інформаційно-телекомунікаційних технологій і дозволяють освітнім закладам згідно з концепцією навчання протягом усього життя надавати можливість здобувати освіту всім бажаючим незалежно від віку і місця проживання.

Одним із перспективних напрямів модернізації навчального процесу на засадах дистанційних технологій є дослідження можливостей новітньої форми навчання за допомогою масових відкритих он-

лайн-курсів, характерні особливості яких відображені в назві [1]:

– Massive (масовий) – для проведення цього курсу потрібна велика кількість учасників, як показує практика, тільки 10-15% учасників, що зареєструвалися, активно працюють, тому для оптимальної роботи та генерації інформації потрібно від 30 до 50 активних учасників.

– Open (відкритий): курс є безоплатним і будь-хто і в будь-який момент може приєднатися до нього.

– Online (дистанційний тип онлайн) означає, що матеріали курсу та результати спільної роботи знаходяться в мережі Інтернет у відкритому для учасників доступі.

– Course (курс): передбачається, що він має назву, відповідну структуру, правила роботи та загальні цілі, які згодом для кожного учасника можуть трансформуватися.

В основу MOOC покладена ідея відкритості кордонів, освіти як важливого інституту забезпечення соціальної мобільності та мобілізації інтелектуального потенціалу.

Проекти створення MOOC починалися з приватної ініціативи викладачів та їх груп, зокрема проект Coursera був заснований співробітниками Стенфордської лабораторії штучного інтелекту Дафною Колер і Ендрю Нгома [2]. Дафна Колер вважає, що основним є аспект використання MOOC як експериментальних майданчиків, які дозволяють зібрати масиви “великих” даних (фіксуються всі кліки, домашні завдання, повідомлення на форумі від десятків тисяч студентів) для формулювання висновків про хід навчального процесу за найсучаснішими технологіями інформаційної аналітики [3].

Сьогодні MOOC вийшли за рамки проектів окремих університетів та їх консорціумів – сьогодні це освітні проекти національного рівня, які вирішують завдання відпрацювання організаційних і фінансових моделей онлайн-освіти з виходом на глобальний ринок.

На червень 2014 року в світі існувало вже близько 2 600 таких курсів – 327% зростання порівняно з 2013 [3]. Масові онлайн-курси створюють десятки провідних університетів по всьому світу, а такі країни, як Франція, Китай та Йорданія, заснували національні платформи MOOC. Проте не слід забувати про вітчизняні MOOC, зокрема в Україні 15 жовтня 2014 р. було відкрито перші чотири масові онлайн-курси проекту Prometheus від викладачів КНУ ім. Тараса Шевченка, КПІ та Києво-Могилянської академії [2].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У зв'язку зі своєю новизною MOOC потребує ґрунтовних досліджень, які сьогодні здійснюються такими зарубіжними вченими, як М. і Б. Гейтс, Н. Гідвані, Д. Коллер, Дж. Сіменс, Д. Кормье, С. Турн, С. Даунс, С. Хан та ін. До списку українських вчених, які досліджують MOOC, входять К. Л. Бугайчук, В. М. Кухаренко, А. Длігач та засновники проекту Prometheus І. Примаченко та О.

Молчановський. Проблеми розробки MOOC ще знаходяться на початковому етапі дослідження. З огляду на це тема публікації є актуальною.

**Постановка завдання.** Дана стаття присвячена дослідженню вітчизняних проектів MOOC і спрямована на аналіз результатів навчання на масових відкритих онлайн-курсах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Громадський проект Prometheus надає вільний і абсолютно безкоштовний доступ до найкращих навчальних курсів університетського рівня всім охочим незалежно від місця проживання, віку, майнового становища чи статків. Prometheus не лише самостійно створює та розміщує масові відкриті онлайн-курси на власному сайті, але й надає безкоштовну можливість університетам, провідним викладачам та компаніям-лідерам у своїй галузі публікувати й розповсюджувати курси на цій платформі. Мета проекту – не просто окремі курси, а взаємопов'язані цикли курсів з найактуальніших для країни тем (бізнес, ІТ, іноземні мови, право, історія тощо).

Кожен курс проекту Prometheus складається з відео лекцій провідних викладачів найкращих українських ВНЗ, інтерактивних завдань, що дозволять закріпити отримані знання, а також форуму, на якому студенти матимуть можливість поставити питання викладачу та спілкуватися один із одним. Все, що знадобиться для участі в такому курсі, – комп'ютер та наявність доступу до мережі Інтернет.

Першими курсами проекту стали “Історія України: від Другої світової війни до сучасності” викладача КНУ ім. Тараса Шевченка І. Патриляка, “Фінансовий менеджмент” викладача Києво-Могилянської бізнес-школи О. Герашенка, “Основи програмування мовою Python” викладача КПІ Н. Павлюченка і “Розробка та аналіз алгоритмів” викладача КПІ О. Молчановського [3]. Успішне завершення курсу дасть змогу отримати електронний сертифікат, який підтверджуватиме здобуті знання.

Команда проекту має досвід запуску першого в Україні масового відкритого онлайн-курсу “Бренд-менеджмент” восени 2013 року на базі КНУ ім. Тараса Шевченка. Тоді курс зібрав більше 9 000 зареєстрованих користувачів та отримав близько 100 публікацій у ЗМІ [4]. На відміну від цього проекту, Prometheus створено як некомерційний громадський проект, незалежний від будь-якого конкретного ВНЗ, але відкритий до співпраці з усіма вишами. За перші три місяці з моменту відкриття проекту на ньому зареєструвалося більше 50 тисяч користувачів [4].

Проект Prometheus може конкурувати із західними платформами масових онлайн-курсів за такими критеріями:

1. Створення специфічних для України курсів (українське право, іноземні мови, історія України тощо).

2. Розробка українською мовою курсів, що вже існують на Заході, але не доступні для українців через мовний бар'єр.

3. Налагодження тісної співпраці з провідними українськими компаніями через їх участь у створенні програм курсів та залучення до створення окремих частин курсів. Таким чином курси стають більш пристосованими до реальних потреб роботодавців та практично корисними для майбутніх працівників.

4. Інтеграція в систему університетської освіти через формат змішаних курсів.

Сьогодні в проекті Prometheus розроблені 30 МООС, зокрема основи лобіювання, створення власного бізнесу, побудова стартапів, бізнес-англійська мова, журналістика, програмування мобільних додатків тощо [4].

Структура курсів є подібною (навчальна програма, яка структурована за тижнями; інформація про курс; обговорення; прогрес) і складається з ілюстрованих відео лекцій, інтерактивних завдань, що дозволяють закріпити отримані знання, а також форуму, на якому слухачі можуть ставити запитання викладачу та спілкуватися один із одним (рис. 1) [6]. Навчатися можна у будь-який час, відео лекції, які тривають по 15-20 хвилин, тести та форум доступні цілодобово.

Масові відкриті онлайн-курси – це дещо більше, ніж просто новий формат якісного і доступного навчання. Завдяки тому, що навчальний процес повністю відбувається онлайн, в МООС є можливість зібрати та проаналізувати величезний масив даних про навчання студентів.

Тараса Шевченка Івана Патриляка і “Фінансовий менеджмент” викладача Києво-Могилянської бізнес-школи Олексія Геращенка [7-9]. На даний момент це найбільші в історії України масові відкриті онлайн-курси – на них зареєструвалися більш ніж 12 тисяч і 18 тисяч слухачів відповідно. Аналіз результатів курсу “Історія України: від Другої світової війни до сучасності” та “Фінансовий менеджмент” станом на 9 січня 2015 року наведено на рис. 2 [8, 9].

Кількість слухачів, які успішно завершили курси “Історія України: від Другої світової війни до сучасності” і “Фінансовий менеджмент”, складає 7,6 % і 10,6 % відповідно, що перевищує загальносвітовий середній показник для масових відкритих онлайн-курсів – 6,8 %. Слід зазначити: враховуючи, що реєстрація відкрита постійно, завдання не містили дедлайнів, а кількість слухачів стрімко зростала з моменту запуску курсу, більш коректним було б використовувати в якості кількості зареєстрованих не цифру за 9 січня 2015 року, а кількість зареєстрованих на кінець першого тижня курсу. В такому випадку відсоток тих, хто успішно завершив курс і отримав сертифікат, виявився би відчутно вищим. Зокрема, в курсі “Фінансовий менеджмент” на кінець першого тижня курсу було зареєстровано 13 113 слухачів, а відтак, відсоток тих, хто успішно завершив курс і отримав сертифікат, склала 13,2% [8].

Найбільша кількість слухачів обох курсів – це дорослі люди з освітньо-кваліфікаційним рівнем “магістр”. Кількість студентів, що отримали сертифікат, по відношенню до тих, хто відвідав курс сту-

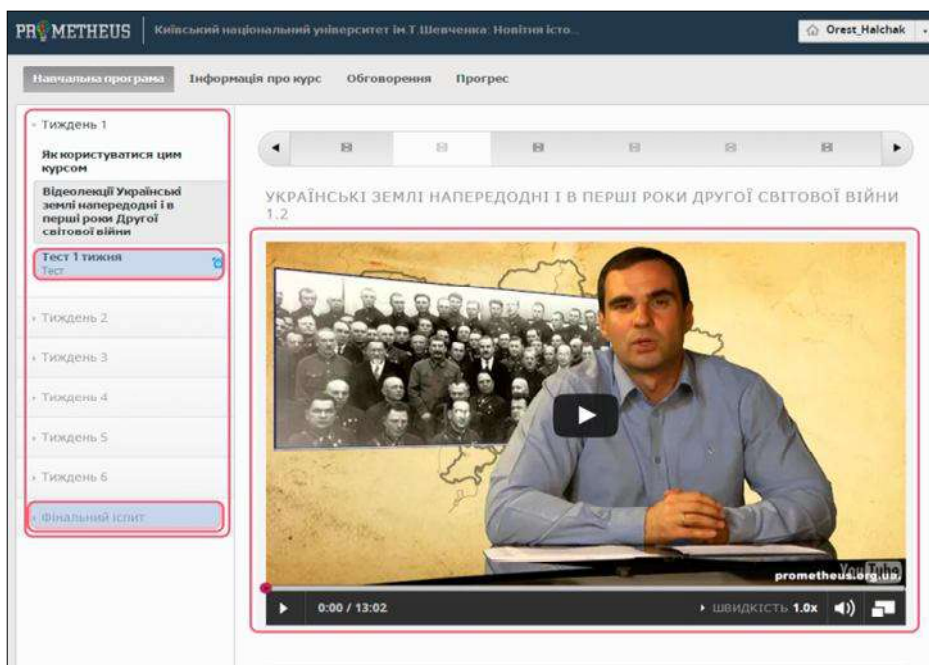


Рис. 1. Структура курсу “Історія України: від Другої світової війни до сучасності” проекту Prometheus

Порівняємо результати навчання на перших двох курсах проекту: “Історія України: від Другої світової війни до сучасності” викладача КНУ ім.

дентів із “Фінансового менеджменту” – 14 %, на противагу “Історії України: від Другої світової війни до сучасності” – 9,7 % [8, 9], що можна

пояснити більшим обсягом курсу, тобто більшою кількістю відео лекцій та їх довшою тривалістю. Наприклад, на 6-му тижні “Історії України: від Другої світової війни до сучасності” треба було прослухати 2 відео лекції тривалістю 23 і 29 хв. відповідно.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Масові курси відкритого онлайн-навчання – це новий перспективний напрям у дистанційній освіті, який бурхливо розвивається. Досвід проекту Prometheus засвідчив: в Україні є великий попит, що перевищує світовий, на освітню



Рис. 2. Інфографіка курсів: “Історія України: від Другої світової війни до сучасності” vs “Фінансовий менеджмент”

Розподіл за віковими групами зареєстрованих та тих, хто пройшов обидва курси (рис. 3) [8, 9], показує переважання вікової групи студентів у 20-24 р. (для “Фінансового менеджменту” такі ж результати у групі 25-29 р.) [8, 9].

послугу, яка надається у вигляді МООС. Особистий досвід навчання на двох вищезазначених курсах дозволяє зробити такі висновки: матеріал цікавий і добре структурований, викладачі фахові, забезпечується інтерактивна взаємодія між викладачами і

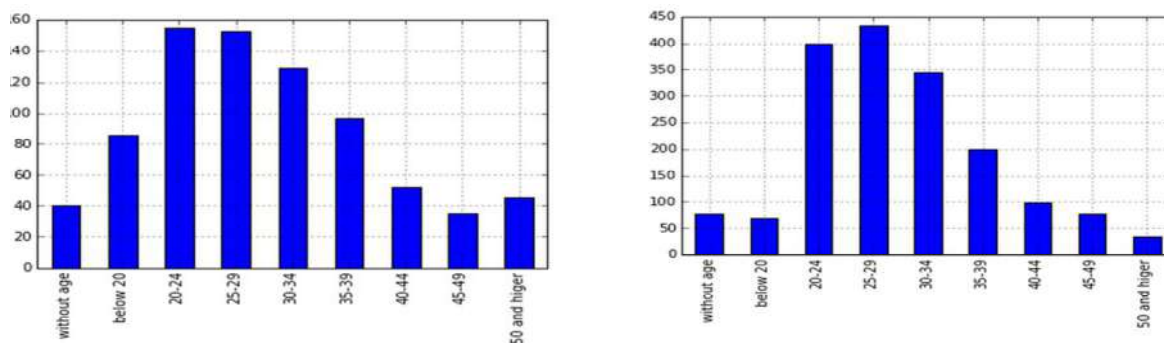


Рис. 3. Розподіл за віковими групами – ті, що пройшли курс “Історія України: від Другої світової війни до сучасності” (зліва) vs “Фінансовий менеджмент”

Демографія студентів досліджуваних курсів є такою: “Історію України: від Другої світової війни до сучасності” слухали в 79 країнах, 180 містах, містечках та селищах, а “Фінансовий менеджмент” – у 50 країнах та 200 містах і населених пунктах України. Серед міст-лідерів для обох курсів – Київ, Львів, Харків, Дніпропетровськ, Одеса, Івано-Франківськ, Тернопіль, Запоріжжя, Донецьк і Вінниця [8, 9].

студентами, тести дозволяють перевірити отримані знання. На нашу думку, в масових курсах відкритого онлайн-навчання великі перспективи, оскільки відео лекції провідних фахівців освіти та практиків набагато ефективніші, ніж звичайні електронні матеріали.

З метою приєднання до вітчизняних проектів МООС у ЛКА було розроблено відкритий дистанційний курс “Презентація результатів дипломного дослідження магістра: Презі та елементи риторики”.

Хоча проект Prometheus створений на EDX-платформі, що охоплює як систему управління навчанням (Learning Management System), так і інструмент розробки, Studio, курс був створений у Веб-центрі ЛКА на платформі MOODLE (такий досвід є зокрема у Львівській Школі Проектного менеджменту, хоча курси там не безкоштовні) для широкого кола осіб: студентів-дипломників ВНЗ, викладачів та всіх зацікавлених. Причина вибору саме такого MOOC для першої спроби створення подібного курсу в ЛКА полягає у тому, що Prezi пропонує потужні можливості для створення різних мультимедійних документів і понад 50 мільйонів людей роблять свої презентації та інші проекти саме в Prezi [10], а риторика сучасному фахівцеві необхідна як при захисті дипломних робіт, так і в практичній діяльності для налагодження ефективної взаємодії як із роботодавцями та колегами, так і з підлеглими.

В травні 2015 року курс (розрахований на 4 тижні) був розміщений в розділі “MOOC” у категоріях курсів Веб-центру для вільного доступу студентів усіх спеціальностей ЛКА [7]. Всього на курсі зареєструвалося (станом на 13 червня 2015 р.) 54 учасника – магістри та викладачі ЛКА, які змогли ознайомилися з відео лекціями по Prezi та риториці. Підсумок навчання на курсі: лише 9,3% зареєстрованих учасників отримали сертифікати, що відповідає світовим тенденціям навчання в MOOC (95% слухачів не закінчують обраний курс: тобто закінчують курс лише тоді, коли він їм життєво необхідний). Перспективою досліджень проєктів MOOC є аспекти забезпечення масовості та посилення мотивації до закінчення курсів.

Сподіваємося, перший проєкт MOOC започаткує розробку наступних курсів, призначених для широкого загалу студентів ЛКА та інших ВНЗ.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бугайчук К. Л. Масові відкриті дистанційні курси // Інформаційні технології і засоби навчання. – №6 (26) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журналу: <http://www.journal.itta.gov.ua>.
2. Тимкин С. Л. Coursera – лидер движения массовых открытых онлайн-курсов (MOOC) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://omsu.ru/page.php?id=4132>.
3. Daphne Koller: What we're learning from online education. TED-talks, august 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.youtube.com/watch?v=U6FvJ6jMGHU>.
4. Проєкт “Prometheus” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prometheus.org.ua>.
5. Слідом за Заходом. Український університет запускає масові онлайн-курси [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/business/career/1576617-slidom-za-zahodom-ukrayinskij-universitet-zapuskae-masovi-onlajn-kursi>.

6. Курс “Історія України: від Другої світової війни до сучасності”. Тиждень 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://edx.prometheus.org.ua/courses/KNU/101/2014\\_T2/courseware/19d7b92fe31745dc9fa0b7086e935004/](http://edx.prometheus.org.ua/courses/KNU/101/2014_T2/courseware/19d7b92fe31745dc9fa0b7086e935004/).

7. Ноздріна Л. В. Масові відкриті онлайн курси (MOOC): вітчизняний досвід / Л. В. Ноздріна // Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції : матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. – С. 192-194.

8. Результати курсу “Історія України: від Другої світової війни до сучасності” – інфографіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://prometheus.org.ua/history\\_info/](http://prometheus.org.ua/history_info/).

9. Результати курсу “Фінансовий менеджмент” – інфографіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://prometheus.org.ua/finman\\_info/](http://prometheus.org.ua/finman_info/).

10. Prezi. Головна сторінка [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://prezi.com/>.

## REFERENCES

1. Buhajchuk, K. L. Masovi vidkryti dystantsijni kursy, Informatsijni tekhnologii i zasoby navchannia, №6 (26), available at: <http://www.journal.itta.gov.ua>.
2. Tymkyn, S. L. Coursera – lyder dvyzheniya massovykh otkrytykh onlajn-kurosov (MOOS), available at: <http://omsu.ru/page.php?id=4132>.
3. Daphne Koller: What we're learning from online education. TED-talks, august 2012, available at: <http://www.youtube.com/watch?v=U6FvJ6jMGHU>.
4. Proekt “Prometheus”, available at: <http://prometheus.org.ua>.
5. Slidom za Zakhodom. Ukrain'skyj universytet zapuskaie masovi onlajn-kursy, available at: <http://ua.korrespondent.net/business/career/1576617-slidom-za-zahodom-ukrayinskij-universitet-zapuskae-masovi-onlajn-kursi/>
6. Kurs “Istoriia Ukrainy: vid Druhoi svitovoi vijny do suchasnosti”. Tyzhden' 1, available at: [http://edx.prometheus.org.ua/courses/KNU/101/2014\\_T2/courseware/19d7b92fe31745dc9fa0b7086e935004/](http://edx.prometheus.org.ua/courses/KNU/101/2014_T2/courseware/19d7b92fe31745dc9fa0b7086e935004/).
7. Nozdrina, L. V. (2015), Masovi vidkryti onlajn kursy (MOOC): vitchyzniani dosvid, *Aktual'ni problemy ekonomiky i torhivli v suchasnykh umovakh ievro-intehratsii: materialy naukovoi konferentsii profesor-s'ko-vykladats'koho skladu i aspirantiv*, Vydavnytstvo L'viv's'koi komertsijnoi akademii, L'viv, s. 192-194/
8. Rezul'taty kursu “Istoriia Ukrainy: vid Druhoi svitovoi vijny do suchasnosti” – infohrafika, available at: [http://prometheus.org.ua/history\\_info/](http://prometheus.org.ua/history_info/).
9. Rezul'taty kursu “Finansovij menedzhment” – infohrafika, available at: [http://prometheus.org.ua/finman\\_info/](http://prometheus.org.ua/finman_info/).
10. Prezi. Holovna storinka, available at: <http://prezi.com/>.

Олексин І. І.,

к.е.н., доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БІРЖОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

***Анотація.** Розглянуто теоретико-методичні підходи до формування системи управління біржовою діяльністю в Україні. Досліджено напрями формування системи управління біржовою діяльністю, що дозволило виокремити її пріоритетні складові та сформулювати основні функції. Систематизовано види державного управління та саморегулювання діяльністю товарних бірж. Обґрунтовано пріоритетні принципи державного контролю за біржовою діяльністю. Визначено сутність самоврядування як основного принципу управління діяльністю товарних бірж. Дослідження показало, що механізм регулювання біржової діяльності потребує застосування маркетингових засад із урахуванням встановлених напрямів і завдань її розвитку в розрізі окремих видів біржових товарів. Запропоновано механізм регулювання розвитку біржової діяльності на засадах маркетингу.*

**Ключові слова:** біржова діяльність, біржовий ринок, біржова торгівля, державне регулювання, товарна біржа, маркетинг, механізм регулювання, саморегулювання, система, управління.

Oleksyn I. I.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commercial Activity and Entrepreneurship, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## THEORETICAL PRINCIPLES OF FORMATION OF EXCHANGE ACTIVITIES MANAGEMENT SYSTEM

***Abstract.** Theoretical and methodical approaches to formation of management system of exchange activities in Ukraine are examined. Directions of formation of exchange activities management system are investigated that allowed to single out priority components and to formulate basic functions. The types of state administration and self-regulation of commodity exchanges activities are systematized. The priority principles of state control over the exchange activities are grounded. The essence of self-government as a basic principle of management of commodity exchanges is determined. The study showed that the mechanism of regulation of exchange activity requires the use of marketing principles taking into account established directions and tasks of its development in the context of certain types of exchange goods. The mechanism of regulation of development of exchange activity on the principles of marketing is proposed.*

**Keywords:** exchange activities, stock market, stock trading, state regulation, commodity exchange, marketing, mechanism of regulation, self-regulation, system, management.

**Постановка проблеми.** В міру становлення українського біржового ринку формується та налагоджується система управління біржовою діяльністю. Біржова діяльність в умовах ринкової економіки суворо регулюється як з боку держави, так і безпосередньо з боку учасників біржового процесу. У процесі розвитку вітчизняного біржового ринку держава постійно змінювала ставлення до нього, тому рівень втручання держави у функціонування біржових відносин мав не завжди сталий характер. Це призвело до зниження ефективності прийнятих заходів у даній сфері суспільних відносин. Таке положення стало причиною значних порушень як приватних, так і суспільних інтересів: зростання тіньових операцій на біржовому ринку, зловживань із ціноутворення

на біржові товари, правопорушень у галузі оподаткування учасників біржової торгівлі, несумлінної конкуренції тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Основні аспекти управління біржовою діяльністю перебувають у центрі уваги багатьох науковців. Зокрема, необхідність державного управління у біржовій сфері розглянули у своїх наукових працях О. П. Бевз [3], А. І. Берлач [4], В. А. Галанова [5], А. Г. Грязнова [5], Ю. В. Ілларіонов [4], П. В. Корнеєва [5], О. В. Сидоренко [10], М. М. Скотнікова [3], М. О. Солодкий [8], О.М. Сохацька [9] та ін. Проте маловивченим залишається питання стосовно реструктуризації системи управління



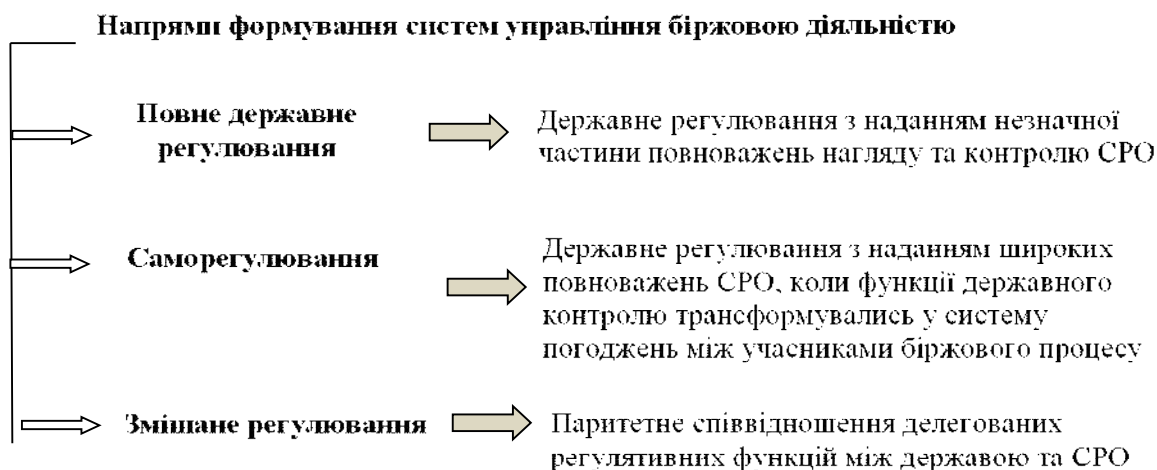
біржовою діяльністю та розробки інструментарію імплементації в практичну діяльність.

**Постановка завдання.** Основною метою статті є дослідження теоретичних та методичних підходів до формування системи управління біржовою діяльністю та розробка пріоритетних напрямів її реформування, відповідно до сучасних економічних процесів в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Поняття “управління” застосовують щодо різних об’єктів, зокрема: технічних систем, соціальних процесів, соціально-економічного розвитку тощо. При розгляді торгово-біржової діяльності термін

Ключову роль в управлінні розвитком біржової діяльності має відігравати держава. Рівень втручання держави залежить від сукупності чинників, зокрема від державного устрою, від розвиненості ринкових відносин, від стратегічного завдання, яке постає перед державою, від загального соціально-економічного стану країни тощо.

Для регулювання вітчизняного біржового ринку та координації діяльності його учасників створена та функціонує система органів влади та державного управління, серед яких: Президент України, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, Національний банк України, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України,



**Рис. 1.** Напрями формування системи управління біржовою діяльністю (авторська розробка)

“управління” розглядається як управління господарською діяльністю організацій, що функціонують у системі ринкових відносин [4, с. 8]. Внаслідок цього можна стверджувати: управління біржовою діяльністю являє собою певне упорядкування діяльності бірж і укладання біржових угод на основі встановлених правил і вимог.

Так, у науковій літературі [8; 9] традиційно виділяють два види управління діяльністю товарних бірж, кожний із яких припускає застосування різних методів:

1) регулювання з боку держави (державне регулювання) – здійснюється відповідними органами держави;

2) регулювання з боку бірж й інших учасників ринку (недержавне) – здійснюється недержавними організаціями (громадськими) й безпосередньо біржовими органами з використанням принципу саморегулювання біржового ринку.

Залежно від ступеня державного регулювання або саморегулювання розрізняють три напрями формування систем управління біржовою діяльністю, котрі схематично зображені на рис. 1.

Виконання вище окреслених напрямів передбачає створення та результативне функціонування керуючої підсистеми управління біржовою діяльністю, котра виконує наступні функції щодо керованої підсистеми: координуючі; регулюючі; стимулюючі; організаційні; контролюючі. Її основні цілі, завдання та функції схематично зображено на рис. 2.

Міністерство аграрної політики та продовольства України, Державна фіскальна служба України, Антимонопольний комітет України, Фонд державного майна України, Державна митна служба України, інші державні органи

У державному управлінні діяльністю товарних бірж розрізняють: пряме або адміністративне управління та непряме або економічне управління, котрі схематично зображені на рис. 3.

Регулювання біржової діяльності з боку держави не повинно мати заборонного характеру, а виключно забезпечувати рівність прав для всіх учасників торгівлі, контролюючи дотримання визначених правил. Це досягається завдяки створенню єдиної правової системи для діяльності, через їх ліцензування, системи спеціального пільгового оподаткування та інші заходи. Державний контроль біржової діяльності повинен базуватися на дотриманні таких принципів: суспільної корисності; гласності й відкритості біржових торгів; довіри; саморегулювання; гарантії прав учасників біржової торгівлі. Держава регулює діяльність бірж за допомогою законодавства. Це регулювання включає різні заходи адміністративного й економічного характеру, визначає насамперед організаційну та управлінську структури, порядок і принципи функціонування біржових інститутів.

Правова основа управління товарної біржі представлена насамперед Законом України “Про товарну

біржу”, в якому закріплюються загальні положення управління товарною біржею. Питанням управління товарною біржею присвячений четвертий розділ Закону, де визначені органи управління й організаційна структура товарної біржі.

Серед правових джерел, що визначають компетенцію органів управління товарної біржі, важливе місце займають нормативно-правові акти локального характеру. Це насамперед устави товарної біржі, що відповідають положенням про той або інший орган управління товарної біржі, затверджені за-



Рис. 2. Пріоритетні складові системи управління біржовою діяльністю (авторська розробка)

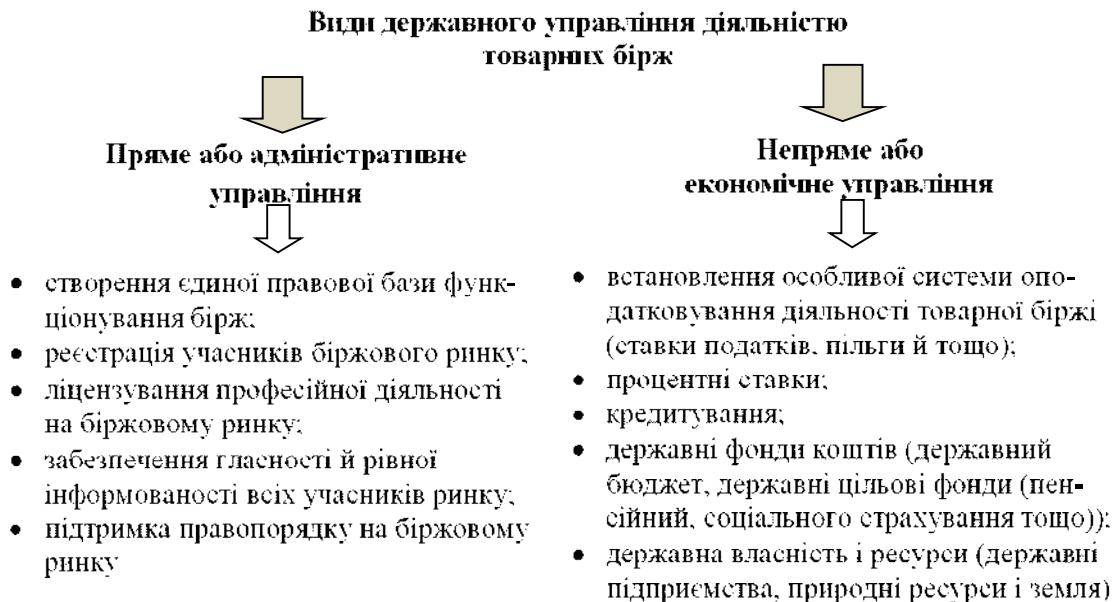


Рис. 3. Види державного управління діяльністю товарних бірж (авторська розробка)

гальними зборами членів товарної біржі або біржовим комітетом, і Правила біржової торгівлі, затверджені біржею.

Відповідно, державне управління діяльністю товарних бірж передбачає прийняття компетентним органом держави юридично значимих рішень із питань господарської діяльності товарних бірж й насамперед, що стосується державної реєстрації й ліцензування. Механізм ліцензування біржової торгівлі включає як ліцензування біржових посередників (видача кваліфікаційних атестатів, що дають право на укладення угод і здійснення операцій), так і ліцензії інвестиційних інститутів, що дають право діяти на біржовому ринку. Іншою вимогою при ліцензуванні бірж, як уже зазначалось, є те, що її діяльність на біржовому ринку повинна бути винятковою. Біржа повинна мати мінімальний власний статутний капітал. Термін дії ліцензії не обмежується, хоч передбачається як припинення, так і відзвиз виданої ліцензії.

Державні органи на основі чинного законодавства контролюють фінансову діяльність бірж. Біржа не має права виступати як інвестор, тобто вкладати кошти у діяльність, що не передбачена біржовим законодавством, випускати цінні папери (за винятком власних акцій). При цьому державним органам, які регулюють діяльність бірж, необхідна інформація як про самі біржі, так і про їх фінансові результати.

Детальні правила у сфері регулювання товарного ринку різні для різних бірж і залежать від виду біржового товару та здійснюються на двох рівнях: 1) на рівні держави, яка має право ввести вимоги про правила та ділову поведінку товарних бірж, що беруть участь на товарних ринках, – так зване зовнішнє регулювання; 2) на рівні конкретної товарної біржі, яка зацікавлена у введенні вимог і правил ділової поведінки її членів, – внутрішнє регулювання.

Отже, що стосується біржової діяльності, державне регулювання співіснує з системою саморегулювання організацій (далі - СРО), яким вона делегує частину своїх повноважень. Саморегулювання забезпечує дотримання правил гри учасниками ринку, зокрема й санкції за порушення цих правил, і дію механізмів вирішування конфліктів між ними: з одного боку, обмежується свобода економічних агентів – учасників СРО, з іншого, – правила гри, дозволи, вирішення конфліктів і спорів здійснюються самими учасниками ринку, без прямого втручання, але під наглядом державного регулятора [10]. Ці питання знаходять відображення у правилах торгівлі, статутах, положеннях, які розробляються кожною конкретною біржею самостійно.

В Україні товарні біржі традиційно були саморегульованими організаціями. Сьогодні майже не залишилося бірж, які працюють на принципах саморегулювання, адже в їхню діяльність втручається держа-

ва шляхом прийняття відповідного законодавства й створення спеціальних органів для контролю за їхньою діяльністю. Тому можна говорити про створення змішаного типу організації біржової торгівлі [9, с. 22]. Основний підхід до управління діяльністю товарної біржі в цьому випадку можна визначити як контрольоване саморегулювання.

Саморегулювання як основний принцип управління діяльністю товарних бірж знаходить своє вираження й у створенні об'єднань товарних бірж, зокрема Національної асоціації бірж України. Вона бере активну участь у розробці пропозицій із удосконалення біржового законодавства, професійній підготовці учасників біржової торгівлі, вивченні й узагальненні практики діяльності бірж, проведенні методичної й роз'яснювальної роботи.

Гарантіями саморегулювання товарних бірж є відповідні положення національного законодавства. Насамперед це стосується заборони незаконного втручання органів державної влади й органів місцевого саморегулювання, їхніх посадових осіб у господарські відносини (ст. 6 ГК України). Рішення вищих і місцевих органів державної влади й управління, що мають наслідок невиконання й (або) завдання збитків сторонам біржових угод, визнаються незаконними в судовому порядку. Вищі й місцеві органи державної влади, а також їхні посадові особи, діяння яких спричинили невиконання біржових угод і завдання збитків сторонам угоди, несуть повну відповідальність і відшкодовують заподіяний збиток у повному обсязі, включаючи упущену вигоду. Збиток відшкодовується з відповідних бюджетів.

Для залучення до біржової торгівлі великої кількості як продавців, так і покупців необхідний певний механізм, який забезпечував би дотримання інтересів усіх її учасників. Вони повинні бути впевнені у тому, що ризик, пов'язаний із їх участю у торгах, зведений до мінімуму. Вважаємо: механізм регулювання біржової діяльності потребує застосування маркетингових засад із урахуванням встановлених напрямів і завдань її розвитку в розрізі окремих видів біржових товарів. Даний механізм містить чотири основних блоки управління розвитком біржової діяльності, сформовані на засадах маркетингу (рис. 4).

Визначені блоки реалізуються через методи й інструменти окремих механізмів регулювання сфери біржової діяльності на основі програмно-цільового методу управління.

Зворотний зв'язок в удосконаленому механізмі організований на основі інформаційного забезпечення процесу регулювання розвитку біржової діяльності в Україні, що передбачає постійне оновлення та доповнення інформації блоку моніторингу, прогнозування й аналізу відхилень, а блок стратегічного цілеполювання включає процедури внесення коректив на основі попередніх процедур.

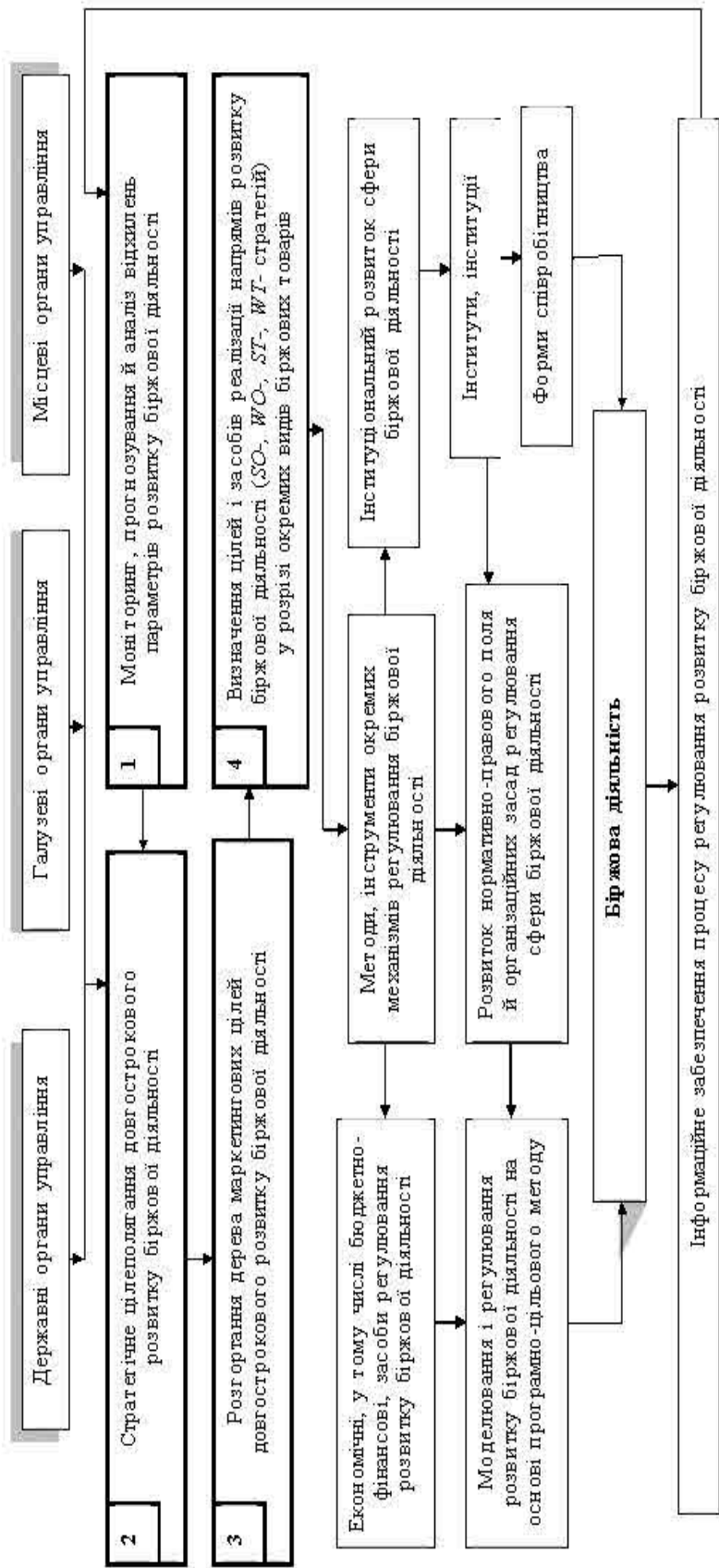


Рис. 4. Механізм регулювання розвитку біржової діяльності на засадах маркетингу (авторська розробка)

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Дослідження засад формування системи управління біржовою діяльністю дозволяють констатувати необхідність:

1. Створення центрального органу з питань функціонування товарного біржового ринку.

2. Прийняття нової редакції Закону України “Про товарну біржу”, в якому визначити чіткі критерії щодо створення товарної біржі; вимог до професійних учасників товарного біржового ринку, як кваліфікаційних, так і фінансових.

3. Запровадження строкових біржових угод, із одночасним створенням клірингових установ, які будуть виступати гарантом їх виконання.

У подальших наукових дослідженнях необхідно сконцентрувати увагу на дослідженні механізму поєднання самоврядування й державного управління в цій сфері суспільних відносин, що відповідає тенденціям управління торгово-біржовою діяльністю у країнах ЄС.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Україна. Закон. Господарський кодекс України. – К. : Істина, 2003. – 208 с.

2. Україна. Закон. Про товарну біржу // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 11. – Ст. 83.

3. Бевз О. П. Економіка і організація біржової торгівлі : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / О. П. Бевз, М. М. Скотнікова. – К. : Держ. торг.-екон. ун-т, 2006. – 44 с.

4. Берлач А. І. Організаційно-правові основи біржової діяльності : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / А. І. Берлач, Н. А. Берлач, Ю. В. Ілларионов. – К. : Фенікс, 2000. – 336 с.

5. Биржевая деятельность: учебник / [под ред. А. Г. Грязновой, П. В. Корнеевой, В. А. Галанова]. – М. : Финансы и статистика, 1995. – 239 с.

6. Про Концепцію розвитку біржового ринку сільськогосподарської продукції: Постанова КМУ № 848 від 05.08.1997 р. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт ВР. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/848-97-%D0%BF>.

7. Про видачу Свідоцтва про реєстрацію об'єднання як саморегульованої організації, що об'єднує юридичних осіб, що здійснюють професійну діяльність на фондовому ринку, а саме - депозитарну діяльність, Професійній асоціації реєстраторів і депозитаріїв: Рішення Комісії НКЦПФР №578 від

19.04.2012 [Електронний ресурс] / Офіційний сайт НКЦПФР. – Режим доступу : <http://www.nssmc.gov.ua/fund/registers>.

8. Солодкий М. О. Біржовий ринок : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / М. О. Солодкий. – К. : Аграрна освіта, 2010. – 565 с.

9. Сохацька О. М. Біржова справа : підручник / О. М. Сохацька. – [2-ге вид., змін. й доп.]. – К. : Кондор, 2008. – 632 с.

10. Сидоренко О. В. Необхідність державного управління у біржовій сфері: базові аспекти / О. В. Сидоренко // Науковий вісник НУБіП України. – 2012. – Вип. 177(4). – (Серія “Економіка, аграрний менеджмент, бізнес”).

#### REFERENCES

1. Ukraina. Zakon. Hospodars'kyj kodeks Ukrainy (2003), Istyna, K., 208 s.

2. Ukraina. Zakon. Pro tovarnu birzhu (1993), *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, № 11, st. 83.

3. Bevz, O. P. and Skotnikova, M. M. (2006), *Ekonomika i orhanizatsiia birzhovoi torhivli*, Derzh. torh.-ekon. un-t, K., 44 s.

4. Berlach, A. I. Berlach, N. A. and Illarionov, Yu. V. (2000), *Orhanizatsiino-pravovi osnovy birzhovoi diial'nosti*, Feniks, K., 336 s.

5. *Birzhevaya dejatel'nost'* (1995), [pod red. A. G. Grjaznojov, P. V. Korneevov, V. A. Galanova], *Finansy i statistika*, M., 239 s.

6. Pro Kontseptsiiu rozvytku birzhovoho rynku sil's'kohospodars'koi produktsii: Postanova KМУ № 848 vid 05.08.1997 r. Ofitsijnyj sajt VR, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/go/848-97-%D0%BF>.

7. Pro vydachu Svidotstva pro reiestratsiiu ob'iednannia iak samorehulivnoi orhanizatsii, scho ob'iednuie iurydychnykh osib, scho zdijsniuiut' profesijnu diial'nist' na fondovomu rynku, a same - depozytarnu diial'nist', Profesijnij asotsiatsii reiestratoriv i depozytariiv: Rishennia Komisii NKTsPFR №578 vid 19.04.2012, Ofitsijnyj sajt NKTsPFR, available at: <http://www.nssmc.gov.ua/fund/registers>.

8. Solodkyj, M. O. (2010), *Birzhovij rynek*, Ahrarna osvita, K., 565 s.

9. Sokhats'ka, O. M. (2008), *Birzhova sprava*, 2 nd ed, Kondor, K., 632 s.

10. Sydorenko, O. V. (2012), *Neobkhdnist' derzhavnoho upravlinnia u birzhovij sferi: bazovi aspekty*, *Naukovyj visnyk NUBiP Ukrainy*, vyp. 177(4).

Павлова М. Б.,

ст. викл., кафедра товарознавства, комерційної діяльності та митної справи, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький, аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

## РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ ФОРМАТІВ В УКРАЇНІ

**Анотація.** В статті розглянуто та визначено структуру найпоширеніших торговельних форматів, які представлені у сучасній роздрібній торгівлі України і дають можливість вибору для покупців певного магазину, ґрунтуючись на їх персональних перевагах. Зазначено, які типи магазинів віднесені до категорії “формат магазину”. Наведена характеристика основних видів об’єктів торгівлі з урахуванням відповідності сучасним тенденціям торговельної галузі, описуються їх стан та перспективи подальшого розвитку.

**Ключові слова:** торговельний формат, супермаркет, гіпермаркет, дискаунтер, торгівля, магазин.

Pavlova M. B.,

Senior Lecturer, Department of the Commodity Science, Commercial Activity and Customs Business, Khmelnytsky Cooperative Institute of Trade and Economics, Khmelnytsky, Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## THE DEVELOPMENT OF TRADING FORMATS IN UKRAINE

**Abstract.** The article considers and defines the structure of the most common trading formats, which are presented in modern retail trade of Ukraine and give a possibility of choice to customers of a particular store based on their personal preferences. It is specified which types of stores can be classified as "store format." The characteristic of the main types of trade objects, taking into account compliance with current trends in trading sector, is given, as well as their state and prospects of further development are described.

**Keywords:** trading format, supermarket, hypermarket, discounter, trade, store.

**Постановка проблеми.** Роздрібна торгівля як одна з найважливіших складових економіки України, що від неї залежить якість життя людини, сьогодні проходить динамічний трансформаційний етап розвитку. Завдяки значним змінам потреб і технологій у вітчизняній економіці з’являються нові види бізнесу та сучасні форми торгівлі. Головною тенденцією розвитку ринку роздрібно торгівлі в Україні є освоєння підприємствами сучасних торговельних форматів. Торговельні підприємства і способи продажу, які ще 40 років назад були нікому невідомі, сьогодні є “законодавцями мод” у торговельній галузі. Швидкі зміни умов ведення вітчизняного торговельного бізнесу зумовлюють необхідність дослідження процесу поступового розвитку роздрібних форматів торгівлі в Україні.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У науковій літературі питанням розвитку нових торговельних форматів останнім часом приділяється багато уваги. Зокрема, це праці таких вчених, як Виноградська А. М., Голошубова Н. О., Дідківська Л. І., Кавун О. О., Мартинович І. В., Футало Т. В. та ін. У вирішенні проблем розвитку торговельних форматів за кордоном досягнуто більш значних

успіхів, оскільки там дані організаційні форми виникли набагато раніше. Про це свідчать праці таких вчених, як Ф. Котлер, Б. Вейтц, М. Леві, Г. Амстронг, А. Голмен тощо [6].

**Постановка завдання.** Метою даної статті є дослідження особливостей розвитку торговельних форматів в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Навколишній світ стрімко змінюється, і в останні роки українці на власному досвіді відчули сучасні віяння в торгівлі – від появи нових слів у лексиконі до зміни стилю життя. Нові формати торгівлі стрімко і міцно увійшли у наше життя і зі зростанням продажів активно розширюють сферу свого впливу. Як результат магазинів традиційних форм торгівлі й відкритих ринків стає дедалі менше. Зникають такі слова, як “гастроном” і “магазин”, проте активно використовується слово “маркет” разом із префіксами супер, мега, гіпер.

В умовах посилення конкуренції підприємства роздрібно торгівлі пропонують споживачу нові товари і послуги. Стан споживчого ринку на сьогоднішній день характеризується жорсткою структурізацією і введенням у дію нових форматів і підформатів організації торгівлі.

У вітчизняній практиці управління торгівлею на нормативному рівні термін “формат торгівлі” поки не знаходить свого застосування. Перевага надається поняттям “тип підприємства торгівлі” та “типізація магазинів”, які вже втратили свою актуальність. Саме поняття “формат” відносно торговельної діяльності відсутнє у нормативній базі галузі роздрібної торгівлі. У ДСТУ 4303:2004 використовується поняття “тип крамниці (магазину)” і визначається як “сукупність характеристик крамниці, що визначають її відмінні особливості, а саме: асортиментний профіль, розмір торговельної площі, методи продажу товарів, їх цінні характеристики” [4, п. 6.24]. Цим же ДСТУ виділяються такі типи магазинів: “універсам”; “супермаркет”, “гіпермаркет”, “мінімаркет”, “універмаг” [4, п. 6.29-6.32].

У науковій літературі питанням розвитку нових торговельних форматів останнім часом приділяється багато уваги. Однак слід зазначити: на сьогодні не існує єдиного погляду щодо принципів систематизації різних видів торговельних підприємств. Загальноприйнятим є віднесення до категорії “формат магазину» таких типів магазинів, як “супермаркет”, “гіпермаркет”, “універмаг”, “дискаунтер”. Але одночасно більшість авторів поділяють вищезгадані формати на підформати: “класичний супермаркет”, “економічний супермаркет”, “супермаркет делікатесів”, “спеціалізований гіпермаркет”, “спеціалізований супермаркет”, “м’який дискаунтер”, “жорсткий дискаунтер” [10].

Поряд з тим, деякі автори виділяють традиційні формати (універсам, універмаг, гастроном) і нові формати (гіпермаркет, супермаркет, міні-маркет, дискаунтер), у той час як надалі розглядають формати, притаманні торговельним мережам, – “магазини біля будинку”, “економічний супермаркет”, “класичний супермаркет”, “дискаунтер” тощо [1].

Спробуємо сформулювати структуру форматів, які сьогодні представлені в сучасній роздрібній торгівлі України, та розглянемо характеристики цих торговельних форматів більш детально.

На українському ринку в 90-х роках ХХ ст. як один із перших торговельних форматів з’явилися “супермаркети”. Вони характеризувалися тим, що приваблювали споживачів рівнем обслуговування, широким асортиментом товарів, сучасним дизайном, якісними брендовими товарами, цілодобовою роботою, наданням додаткових послуг. Низька конкуренція дозволяла їм підтримувати відносно високий рівень цін, але низький платоспроможний попит обмежував можливості зростання. У 2002 році частка супермаркетів становила лише 6 % від усього роздрібного ринку України, тоді як гастрономів – 40% [9]. Сьогодні супермаркети – це магазини з торговельною площею від 500 до 3000 кв. м, які пропонують широкий товарний асортимент – від 5 до 25 тис. найменувань, приблизно 80% з яких продовольчі товари, рівень цін “середній” і “вище середнього”. Типові приклади супермаркетів в Україні – “Велика кишеня”, “Сільпо”, “Фуршет”.

Наступним етапом в еволюції роздрібних форматів в Україні стала поява дискаунтерів, що нагадують супермаркети, але, як правило, менше за масштабами (їх стандартна площа – 300-1000 кв. м). Існують так звані жорсткі й м’які дискаунтери. Основна різниця між ними – це оформлення торгового залу. У “жорсткого” дискаунтера оформлення гранично просте – дешеве обладнання, примітивна викладка товару. У “м’якому” дискаунтері оформленню приділяється більше уваги. Асортимент дискаунтерів орієнтується на найбільш популярні товари. Тут менше відомих брендів, ціни помітно нижче (торгова націнка не перевищує 10-15%). Низькі ціни досягаються завдяки зниженню витрат: мінімальне оформлення торгового залу, невелика кількість персоналу, спрощена викладка товару. В цих магазинах немає особливого комфорту, покупцям не надаються додаткові послуги. Ще одна характерна деталь дискаунтерів – відсутність у торговому залі продавців. Це також дозволяє знизити витрати, а отже, і роздрібну ціну товару. Дискаунтери орієнтуються на найбільш масовий сегмент ринку, на тих, для кого ціна є вирішальним фактором при виборі магазину. Як правило, ці магазини не розміщуються в центрі міста, а будуються в житлових, так званих “спальних” районах. Отже, дана модель ведення бізнесу передбачає підтримання цін на постійно невисокому рівні, скорочення асортименту з акцентом на найбільш швидко реалізовані товари і мінімізацію послуг. Серед найбільш відомих українських мереж, що сьогодні працюють у форматі дискаунтерів, – “Фора” та “АТБ-маркет”.

Наступним етапом у розвитку торговельних форматів в Україні є виникнення великих структур – гіпермаркетів, які реалізують концепцію “низькі ціни і висока якість на великій площі”. Гіпермаркети набагато більші від супермаркетів, їх торговельна площа – від 4000 кв. м, а може досягати і 20 тис. кв. м. Асортимент – понад 15 тис. позицій, а в деяких гіпермаркетах досягає і 60 тис. найменувань. Широкий і глибокий асортимент, низькі ціни, регулярні знижки і можливість здійснювати покупки в одному місці – ось що приваблює покупців у гіпермаркеті. Розміщуються вони неподалік від залізничних, автобусних станцій. У гіпермаркетах нижча якість обслуговування, адже тут покупець більше наданий самому собі, що компенсується великою торговельною площею, гігантським асортиментом і відносно низькими цінами. Гіпермаркети характеризуються ефективною організацією торгівлі, наданням покупцям спеціальних транспортних засобів, додаткових послуг (фінансові послуги, розваги, точки харчування, побутові та фармацевтичні послуги та інше), наявністю парковок для автомобілів.

Як приклад, наведемо такі гіпермаркети, що діють в Україні, – “Ашан”, “Фоззі”, “Епіцентр”, “Караван”.

Конкуренцію гіпермаркетам складають торговельні формати “Cash&Carry”. Словосполучення «cash & carry» означає, що клієнт платить за

покупку готівкою, після чого самостійно відвозить товар. Класичним магазином cash & carry можна вважати мережевий торговий об'єкт, де домінує дрібнооптовий продаж товару комбінованого асортименту. Торгова площа магазинів формату cash & carry може бути від 3 тис. кв. м. Асортимент повинен налічувати не менше 20 тис. найменувань товару. Магазин cash & carry надає широкий асортимент як продуктів харчування, так і промислових товарів. Глибина ж асортименту кожної з товарних груп менш різноманітна, ніж у гіпермаркеті. Політика низьких цін і постійна наявність оптових і дрібнооптових партій товарів дозволяє підтримувати високий товарообіг у всіх категоріях продукції. Одна з особливостей формату cash & carry – це продаж товарів упаковками. Яскравим представником цього формату є METRO Cash & Carry – торговий підрозділ одного з найпотужніших торговельних концернів світу – німецької компанії METRO Group.

Одночасно з гіпермаркетами, дискаунтерами і центрами cash & carry в Україні відбувався розвиток формату, що пропонує універсальний асортимент у місцях, найбільш зручних для покупця, – “магазин біля дому”. Магазин біля дому – формат, для якого характерно розташування “в межах крокової доступності” й зручний (часто цілодобовий) режим роботи. Такий магазин відкривається в розрахунку на жителів, що проживають у радіусі 400-800 метрів і які здійснюють покупки від двох до семи разів на тиждень.

На відміну від гіпер- і супермаркетів, що орієнтують покупців на довготривалий шопінг, у “магазинах біля дому” частіше відбуваються окремі цільові покупки (для заповнення прогалин у домашньому асортименті). Часто “магазин біля дому” плутають із дискаунтером. Але дискаунтер – це магазин самообслуговування економ-класу. А ось класичний “магазин біля дому” може розташовуватися в кварталі новобудов преміум-класу і містити асортимент високого цінового діапазону, власне виробництво і т.д.

Проте основна відмінність між цими магазинами – не в ціновому діапазоні, а в мотивації відвідування. Якщо дискаунтер відвідують заради економії грошей, то класичний “магазин біля дому” – заради економії часу і швидкості покупки товарів повсякденного попиту. Крім того, у такому магазині торгівля, як правило, організована через прилавок, що забезпечує більш гнучке обслуговування.

Останніми роками спостерігається поява супермагазинів, які насправді є гігантськими спеціалізованими магазинами, так званими “вбивцями” в своїй товарній категорії (вбивця категорій – це роздрібні магазини, що спеціалізуються на продажу товарів певної категорії). В середньому такі магазини мають 3-5 тис. кв. м торгової площі й традиційно направлені на задоволення потреб людей у постійних покупках продуктів харчування та інших товарів [2].

Нове народження в Україні отримали такі “гіганти” за торговельною площею, як торговельні центри. Сучасні торговельні центри – це місце не лише для здійснення покупок, але й для розваг та приємного проведення часу. Торговельні центри – головні представники торгівлі нового формату – наділені рисами, що завжди приваблюватимуть покупця: якість та широкий асортимент товарів, відмінний сервіс, близькість до дому чи місця відпочинку, що дає головну в сучасному світі перевагу – економію часу. Сьогодні у торговельних центрах не лише здійснюється продаж товарів повсякденного попиту і довготривалого користування (одяг, взуття, меблі, ювелірні прикраси), а й надаються послуги підприємствами громадського харчування, є катки, кінотеатри, дискотеки, боулінг та інтернет-клуби, басейни, перукарні, салони краси, дитячі кімнати чи майданчики тощо.

Новим явищем у роздрібній торговельній сфері України є торговельні комплекси, зокрема молли. З однієї сторони, їх можна розглядати як перехідну стадію від споживчих ринків до торговельних центрів, а з іншого, – як новий формат роздрібно-торгівлі. Одне із значень англійського слова mall – “ринок”. Молл являє собою величезний (100-200 тис. кв. м) торговий комплекс із парковкою, який включає в себе різноманітні магазини, універмаг, супермаркет, центри розваг, ресторани і кафе і т.д. Молл розрахований на те, що покупець може провести в ньому цілий день і зробити буквально все: купити продукти та одяг, відвідати спортзал, салон краси, кінотеатр, кафе та інше. Представниками цього формату в Україні є Ocean Plaza в Києві, Passage у Дніпропетровську.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Виходячи з вищесказаного, можемо зробити висновок, що сьогодні на українському споживчому ринку спостерігається бум розвитку нових торговельних форматів, з'являються нові оператори ринку, переважно вітчизняні, які стрімко нарощують обороти й збільшують кількість магазинів, розвиваються крупноформатні підприємства торгівлі, більшість магазинів стали багатопрофільними, що торгують як продовольчими, так і непродовольчими товарами, вузькоспеціалізовані магазини майже повністю зникли.

Супермаркет є найпопулярнішим і найпоширенішим форматом роздрібно-торгівлі у населення України. Однак уже сьогодні ми спостерігаємо ситуацію, коли уподобання споживачів щодо здійснення покупок переходять від класичних супермаркетів до дискаунтерів та “магазинів біля дому”. Це наслідок політико-економічних подій останніх двох років в Україні: проблеми на Сході та Криму, реформи, зростання цін та інфляційні процеси. Все це підштовхує споживачів до більш ощадного поводження з грошима і позначається на відвідуванні певних форматів магазинів [3].

За даними GT Partners Ukraine, у 2013 році частки різних форматів магазинів у загальному



обороті роздрібних мереж FMCG мали наступні значення: супермаркети – 39%, дискаунтери – 24%, гіпермаркети – 18%, Cash&Carry – 10%, “магазин біля дому” – 8%, преміум-сегмент – близько 1% [8].

Як бачимо, внаслідок економічної кризи відбувається зростання чутливості до цін і більш економічні формати, такі як дискаунтер і “магазин біля дому”, стрімко набувають популярності. При цьому, крім ціни, покупця цікавить якість і безпечність товару, рівень обслуговування і асортимент, що зумовлює в майбутньому існування на ринку різноманітних форматів – від гіпермаркетів до спеціалізованих магазинів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бакунов О. О. Роздрібні торговельні мережі: стратегії розвитку : монографія / О. О. Бакунов, В. А. Распопова. – Донецьк : Ноулідж, 2012. – 184 с.

2. Белявцев М. І. Інфраструктура товарного ринку / М. І. Белявцев, Л. В. Шестопалова. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 416 с.

3. Горбенко О. В. Ринок продуктової роздрібно торгівлі в Україні: формати, мережі, розвиток [Текст] / О. В. Горбенко // Молодий вчений. – 2015. – №9.

4. ДСТУ 4303:2004 “Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять”.

5. Копич І. М. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / [І. М. Копич, О. О. Нестуля та ін.; за ред. В. В. Алопія, П. Ю. Балабана]. – Львів : Новий світ-2000, 2014. – 565 с.

6. Нестеренко О. О. Тенденції розвитку нових торговельних форматів і особливості їх класифікації в Україні / О. О. Нестеренко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць : у 2 ч. – Х. : ХДУХТ, 2008. – Вип. 2 (8), ч. 1. – С. 136-144.

7. Основные форматы розничной торговли [Электронный ресурс] // Издание “Commercial Property”. – Режим доступа: <http://commercialproperty.ua/references/retail.php>.

8. Рейтинг ТОП-100: крупнейшие розничные сети [Электронный ресурс] // Дело. – Режим досту-

па: <http://delo.ua/business/rejting-top-100-krupnejshie-roznychnye-seti-245099/>.

9. Ринок роздрібно торгівлі в Україні [Проект дослідження підприємницької діяльності] / Міжнародна фінансова корпорація. – К. : Міжнародна фінансова корпорація, 2003. – 137 с.

10. Чеглов В. П. Экономика и организация управления розничными торговыми сетями : учебное пособие / В. П. Чеглов. – М. : Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 288 с.

## REFERENCES

1. Bakunov, O. O. and Raspopova, V. A. (2012), *Rozdribni torhovel'ni merezhi: stratehii rozvytku*, Noulidzh, Donetsk, 184 s.

2. Bieliavtsev, M. I. and Shestopalova, L. V. (2005), *Infrastruktura tovarnoho rynku*, Tsentr navchal'noi literatury, K., 416 s.

3. Horbenko, O. V. (2015), Rynok produktovoi rozdribnoi torhivli v Ukraini: formaty, merezhi, rozvytok, *Molodyj vchenyj*, №9.

4. DSTU 4303:2004 “Rozdribna ta optova torhivlia. Terminy ta vyznachennia poniat”.

5. *Vnutrishnia torhivlia Ukrainy: problemy i perspektyvy rozvytku*, I. M. Kopych, O. O. Nestulia ta in. (2014), *Novyj svit-2000*, L'viv, 565 s.

6. Nesterenko, O. O. (2008), Tendentsii rozvytku novykh torhovel'nykh formativ i osoblyvosti ikh klasyfikatsii v Ukraini, *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh : zb. nauk. pr. : u 2 ch.*, KhDUKhT, Kharkiv, vyp. 2 (8), ch. 1, s. 136-144.

7. Osnovnye formaty roznichnoj torgovli // Izdanie “Commercial Property”, available at: <http://commercialproperty.ua/references/retail.php>.

8. Rejting TOP-100: krupnejshie roznychnye seti // Izdanie “Delo”, available at: <http://delo.ua/business/rejting-top-100-krupnejshie-roznychnye-seti-245099/>.

9. Rynok rozdribnoi torhivli v Ukraini [Proekt doslidzhennia pidpriemnyts'koi diial'nosti (2003), Mizhnarodna finansova korporatsiia, K., 137 s.

10. Cheglov, V. P. (2012), *Jekonomika i organizacija upravlenija roznichnymi torgovymi setjami*, Vuzovskij uchebnik, NIC INFRA-M, M., 288 s.

Підлипна Р. П.,  
к.е.н., доц. кафедри бухгалтерського обліку, Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, м. Ужгород

## АНАЛІЗ УЗГОДЖЕНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ ДОПОМОГ ІЗ МАКРОЕКОНОМІЧНИМ СЕРЕДОВИЩЕМ В УМОВАХ ПОЛІТИКО- ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

*Анотація.* У статті розглянуто одну з основних форм, а саме: соціальну допомогу, в якій реалізується соціальна політика. Спостерігається стрімке зростання інтересу до проблем рівня та якості життя населення в умовах соціально-економічного розвитку. Досліджено теоретико-методологічні підходи до визначення сутності соціальної допомоги у сучасних дослідженнях. Охарактеризовано підходи до розуміння змісту цього поняття. Проведено кореляційний аналіз між обсягом сукупних доходів населення та їх складовими. Проаналізовано витрати населення та внески на соціальне страхування. Зроблено аналіз динаміки частки соціальних допомог та інших одержаних поточних трансфертів, що покриваються внесками на соціальне страхування, сплаченими населенням, в Україні. Проведена оцінка частки фінансування соціальних допомог та інших соціальних трансфертів за рахунок внесків роботодавців та найманих працівників на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

**Ключові слова:** доходи населення, витрати населення, поточні трансферти, соціальне страхування, соціальна допомога.

Pidlypna R. P.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting, Uzhgorod Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Uzhgorod

## ANALYSIS OF SOCIAL ASSISTANCE CONSISTENCY WITH MACROECONOMIC ENVIRONMENT IN CONDITIONS OF POLITICAL AND ECONOMIC INSTABILITY IN UKRAINE

*Abstract.* The article considers one of the main forms, that is social assistance, in which social policy is implemented. There is a rapid growth of interest to the problems of level and life quality of the population in terms of socio-economic development. Investigated the theoretical and methodological approaches to defining the essence of social assistance in the modern studies. Characterized approaches to understanding the meaning of this concept. The correlation analysis between the volume of total incomes and their components is carried out. The spendings of population and social insurance contributions are analyzed. The analysis of the dynamics of the share of social assistance and other received current transfers, which are covered by social insurance contributions, paid by the people in Ukraine, is done. Implemented the estimation of the funding share for social assistance and for other social transfers by contributions from employers and employees for obligatory state social insurance.

**Keywords:** income of population, spendings of population, current transfers, social insurance, social assistance.

**Постановка проблеми.** Соціальні процеси, що відбуваються в Україні, вимагають здійснення активної, цілеспрямованої соціальної політики. Необхідним стало формування дієвого механізму державного регулювання реальних доходів населення. Політика доходів – це соціально-економічна політика та один із основних елементів державного управління економікою. Від доходів залежить рівень життя населення, його соціальний захист. Соціальна політика в Україні реалізується в трьох основних формах: соціальні пільги, субсидії,

соціальна допомога. Для підтримки нормального рівня життя населення найбільш уразливих в економічному плані верств населення реалізується державна соціальна допомога, що обумовлює актуальність теми.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** За останнє десятиліття предметом дослідження вітчизняних науковців все частіше виступає стрімке зростання інтересу до проблем рівня та якості життя населення в умовах соціально-економічного розвитку.

Вітчизняна наука ототожнює соціальну допомогу і соціальне забезпечення, включаючи освіту, охорону здоров'я, соціальну політику. Ця обставина обумовлена тим, що вітчизняній моделі притаманний дискретний характер її розвитку, що детерміновано деякими специфічними факторами. Таким чином, при розгляді зазначеної проблематики у науковій літературі вживають поняття “соціальна політика”, “соціальна робота” та “соціальна допомога”. Питання щодо забезпечення населення соціальними допомогою неодноразово були предметом дослідження вітчизняних науковців, таких як В. С. Андреев, Р. І. Іванова, М. Л. Захарова, Е. Г. Тучкова, В. О. Безугла, Д. М. Загірняк, Л. П. Шаповал, І. С. Ярошенко, В. Мандибура та ін.

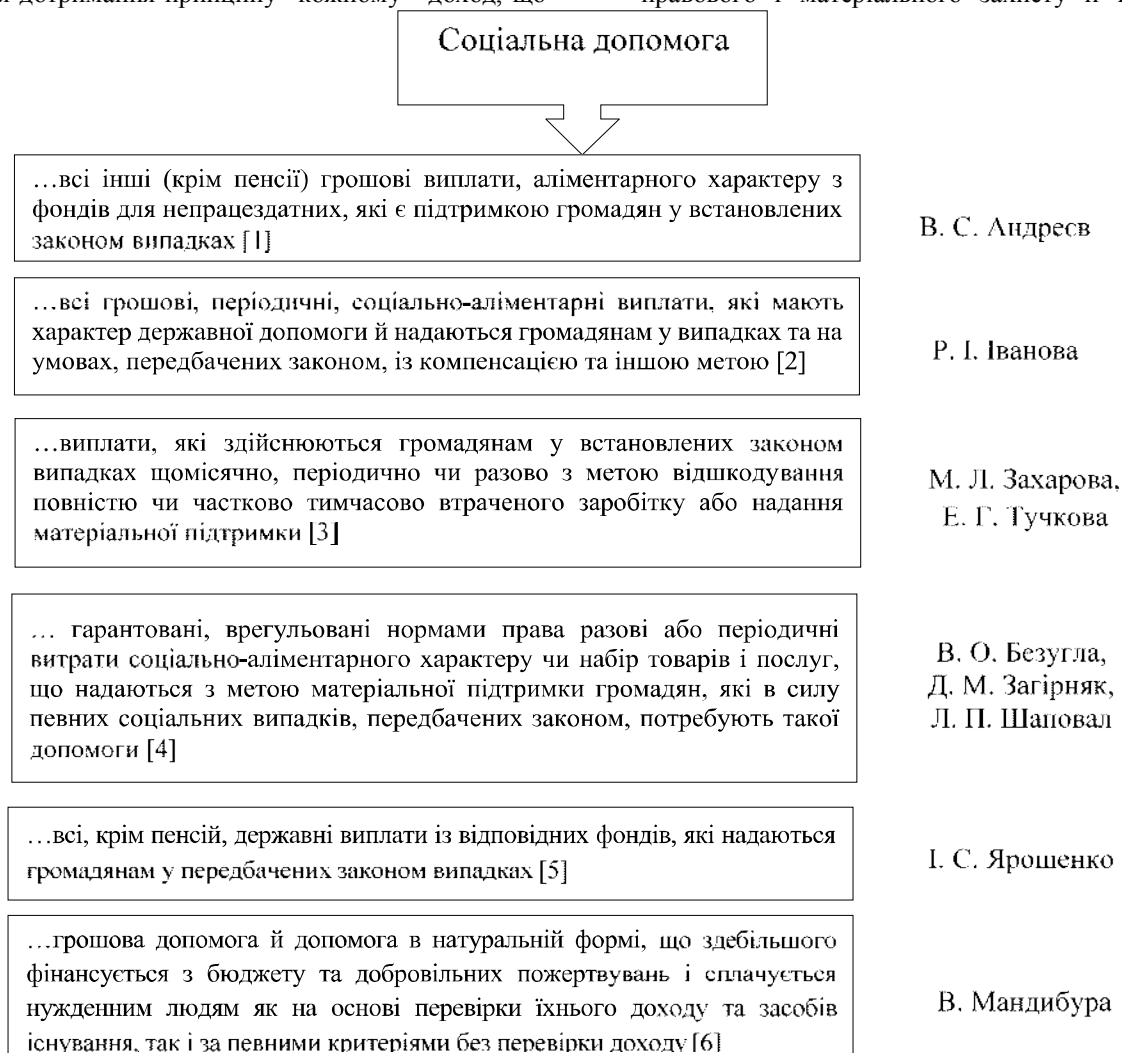
**Постановка завдання.** Метою статті є узагальнення визначення сутнісних характеристик поняття “соціальна допомога” та аналіз узгодженості соціальних допомог із макроекономічним середовищем.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Фінансово-економічна криза в нашій країні ставить суспільство у такі умови, коли не можна ухилитися від проблем, які ставить перед нами життя. Виключити втручання держави в соціально-економічні процеси нереально. В таких умовах не забезпечується дотримання принципу “кожному - доход, що

забезпечує гідне життя незалежно від результатів економічної діяльності”. Тому виникає необхідність у втручання держави. За останнє десятиріччя у зв'язку з становленням соціальної допомоги, формуванням ринку надання соціальних послуг усе більше починають говорити про соціальну допомогу.

Завдання соціальної допомоги – полегшити матеріальний стан людей, які опинилися у скрутному матеріальному становищі незалежно від їхньої трудової діяльності. Соціальна допомога є адресною, тому що саме її поняття містить припущення: не всі допомагають усім, а хтось допомагає комусь. Спробуємо визначитися з базовим поняттям “соціальна допомога”. Аналізуючи наукову літературу, можна стверджувати, що однозначності у розумінні цього поняття не існує, і ця проблема постійно перебуває у полі зору науки (рис. 1).

Існують різні теоретико-методологічні підходи до визначення сутності поняття “соціальна допомога”. Тобто наявне широке трактування соціальної допомоги як грошової виплати. Викликає інтерес визначення, яке дає Єдина служба правової допомоги, автор Пікуль В.С.: соціальна допомога – система заходів, спрямованих на повернення особи до активного життя та праці, відновлення соціального статусу і формування в особи якостей, установок щодо пристосування до умов нормальної життєдіяльності шляхом правового і матеріального захисту її існування,



підготовки до самообслуговування з формуванням здатності до пересування і спілкування, повсякденних життєвих потреб тощо.

Іншими словами, це грошова допомога й допомога в натуральній формі, що здебільшого фінан-

допомоги, а інші будуть виключені зі сфери її дії. Розмір допомоги, яку отримують найнебезпечніші групи населення, може бути менший, аніж допомога менш нужденним.

Одне з головних завдань соціальної допомоги –

Таблиця 1

Динаміка структури доходів населення України у 2004-2013 рр.

Роки, станом на 01.01	Заробітна плата, %	Прибуток та змішаний доход, %	Доходи від власності (одержані), %	Соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти, %	Разом доходи, %
2004	43,87	16,85	3,11	36,18	100,00
2005	42,75	15,98	3,04	38,23	100,00
2006	42,11	15,31	2,90	39,67	100,00
2007	43,45	14,66	2,94	38,96	100,00
2008	44,76	15,27	3,22	36,75	100,00
2009	43,33	15,51	3,36	37,80	100,00
2010	40,85	14,51	3,88	40,77	100,00
2011	40,82	14,53	6,16	38,48	100,00
2012	41,77	15,81	5,37	37,05	100,00
2013	42,16	15,10	5,30	37,45	100,00

Джерело: розраховано та побудовано автором

сується з бюджету та добровільних пожертвувань і сплачується людям, які перебувають у нужді, як на основі перевірки їхнього доходу та засобів існування, так і за певними критеріями без перевірки доходу. Це означає також, що одні прошарки населення користуватимуться благами програми

полегшити матеріальний стан людей, які опинилися у скрутному матеріальному становищі й дійсно потребують такої допомоги.

Тому доцільно розглянути, яку частку займають соціальні допомоги в доходах населення (табл. 1).

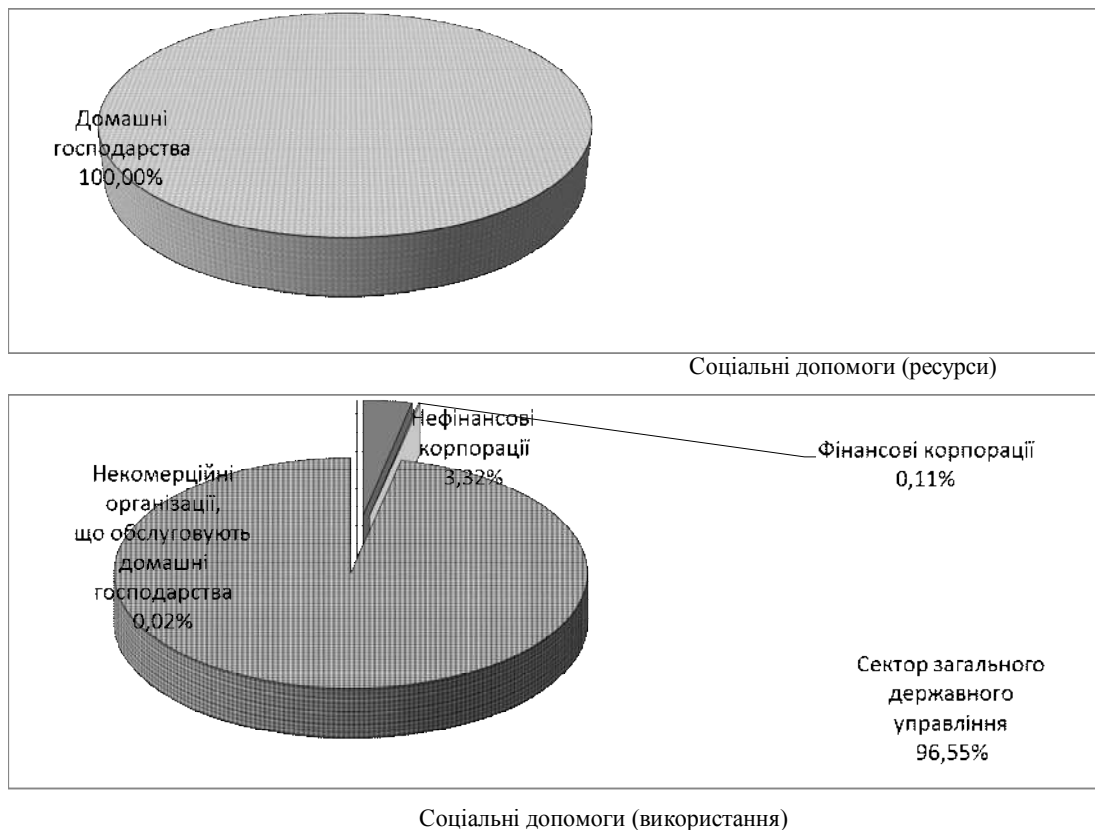


Рис. 2. Структура формування та використання соціальних допомог в Україні станом на 01.01. 2013 р., %

Джерело: розраховано та побудовано автором на основі даних [8].

Як видно з табл. 1, основу доходів населення складає заробітна плата (більше 40%), а друге місце у структурі доходів населення посідають соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти. Так, їхня частка за досліджуваний період коливалася у межах 36,18% на початок 2004 р. та досягла максимального значення 40,77% на початок 2010 р. практично зрівнявшись із доходами від заробітної плати за цей період 40,85%, та дещо скоротилася на початок 2013 р. до 37,45%. Значно меншу питому вагу в структурі доходів населення займає прибуток та змішаний дохід – 15,10% на початок 2013 р. та ще менше доходи від власності – 5,30%.

держави, адже залежність населення від такого джерела доходів є надзвичайно великою. Проведений кореляційний аналіз дозволяє говорити про існування стійкого функціонального зв'язку між сукупними доходами населення і соціальними допомогами та іншими поточними трансфертами одержаними, оскільки коефіцієнт кореляції між доходами населення та соціальними допомогами складає 0,9979. Вищий коефіцієнт кореляції характерний лише для досліджуваних аргументів сукупні доходи населення та заробітна плата – 0,9988 (табл. 2), що цілком закономірно, оскільки заробітна плата формує більше 40% сукупних доходів населення, зокрема 43,83% на початок 2004 р.

Таблиця 2

**Статистики парного кореляційного зв'язку між обсягом сукупних доходів населення та їх складовими у 2004-2013 рр.**

Аргументи кореляційного зв'язку		Коефіцієнт кореляції
Аргумент 1	Аргумент 2	
Сукупні доходи населення, млн. грн.	Заробітна плата, млн. грн.	0,9988
	Прибуток та змішаний дохід, млн. грн.	0,9975
	Доходи від власності (одержані), млн. грн.	0,9655
	Соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти, млн. грн.	0,9979

Джерело: розраховано автором

Зокрема, згідно з рахунком вторинного розподілу доходу соціальні допомоги на початок 2013 р. склали 263387 млн. грн. та 100% спрямовувалося на формування ресурсів домогосподарств, а при використанні соціальних допомог 96,55% спрямовувалося на сектор загальнодержавного управління (яскравим прикладом є житлові субсидії), 3,32% – нефінансові корпорації, 0,11% – фінансові корпорації та 0,02% – на некомерційні організації, що обслуговують домашні господарства (рис. 2).

Отже, соціальні допомоги стають дієвим інст-

та 42,16% на початок 2013 р. (табл. 1).

Що ж стосується витрат населення, то внески на соціальне страхування лише дещо перевищують 1% сукупних витрат населення (табл. 3).

При формуванні особистих доходів існує низка статей, що відображають державну політику, зокрема її соціальну компоненту. Ефективність державної політики у соціальній сфері можна оцінити шляхом порівняння внесків на соціальне страхування з державними трансфертами, які переважно складаються з соціальних виплат,

Таблиця 3

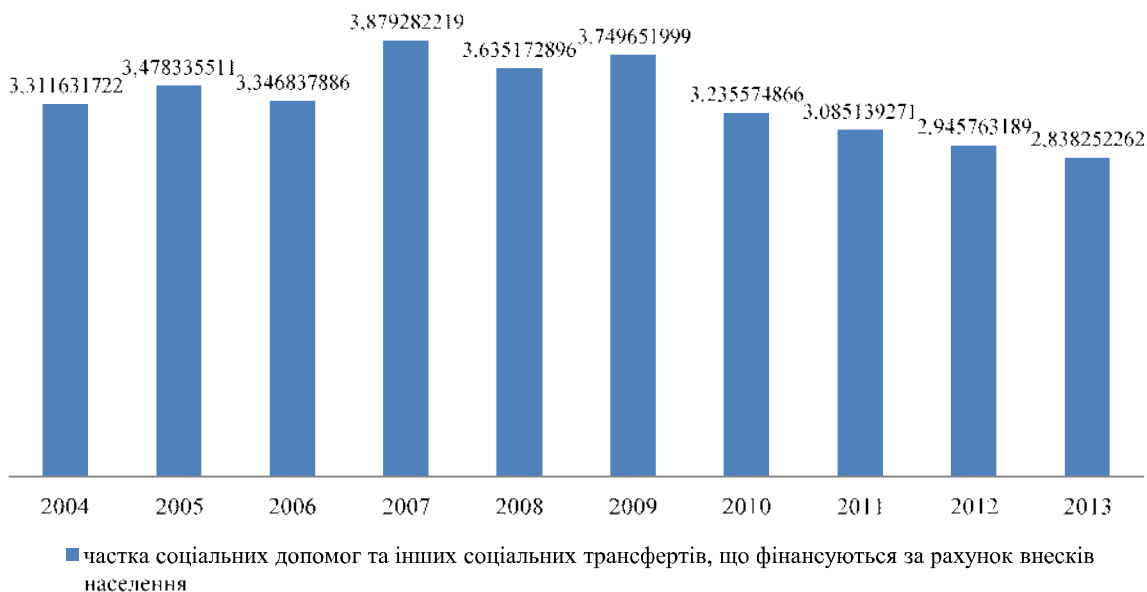
**Динаміка структури витрат населення України у 2004-2013 рр.**

Роки, станом на 01.01	Придбання товарів та послуг, %	Доходи від власності (сплачені), %	Внески на соціальне страхування, %	Інші поточні податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти, %	Нагромадження та приріст активів, %	Разом доходи, %
2004	83,80	0,42	1,20	0,00	7,55	100,00
2005	80,85	0,68	1,33	0,00	11,54	100,00
2006	80,43	0,92	1,33	5,35	11,97	100,00
2007	81,70	1,77	1,51	0,00	9,36	100,00
2008	81,75	2,72	1,34	0,00	7,67	100,00
2009	82,26	3,60	1,42	6,58	6,15	100,00
2010	79,28	4,23	1,32	6,18	8,99	100,00
2011	76,12	2,62	1,19	5,37	14,70	100,00
2012	81,36	2,29	1,09	5,53	9,72	100,00
2013	83,79	1,99	1,06	5,73	7,43	100,00

Джерело: розраховано та побудовано автором

рументом перерозподілу в руках керівництва

включаючи соціальні допомоги (рис. 3).



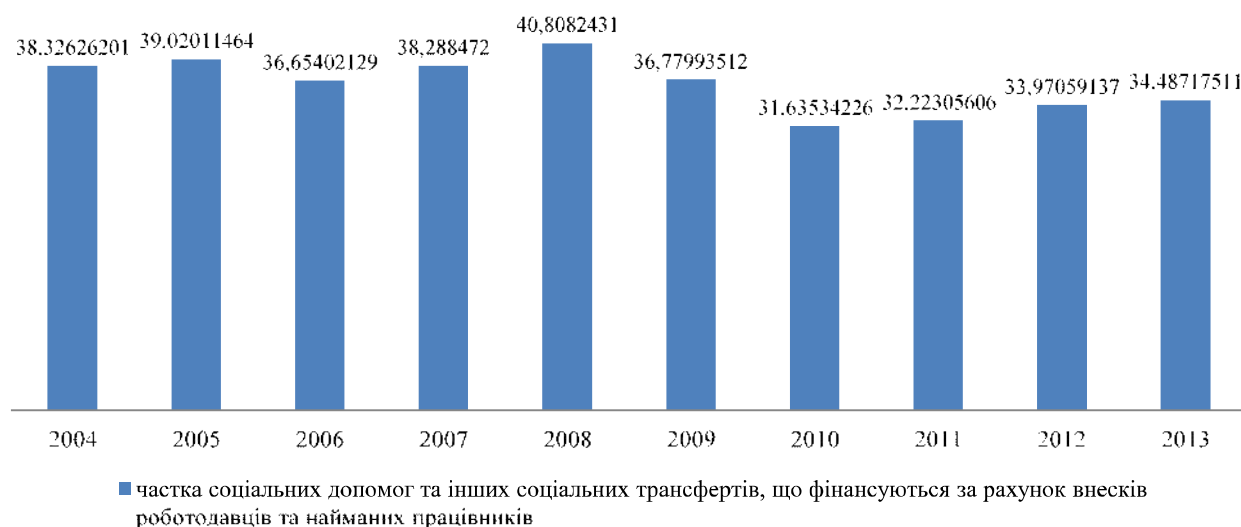
**Рис. 3. Динаміка частки соціальних допомог та інших одержаних поточних трансфертів, що покриваються внесками на соціальне страхування, сплаченими населенням, в Україні у 2004-2013 рр., %**

Джерело: розраховано та побудовано автором

Дані, представлені на рис. 3, дозволяють робити висновок: населення суттєво узалежнено від інших джерел фінансування соціальних допомог та інших одержаних поточних трансфертів, адже, поперше, їхнє значення у формуванні доходів населення є надзвичайно відчутним та складає більше третини сукупних доходів, а, по-друге, роль населення у фінансуванні цих допомог є дуже незначною – в середньому близько трьох відсотків (рис. 2), решта покривається за рахунок коштів роботодавців, бюджету та позабюджетних цільових

фондів.

Проведена оцінка частки фінансування соціальних допомог та інших соціальних трансфертів за рахунок внесків роботодавців та найманих працівників на загальнообов'язкове державне соціальне страхування сукупно засвідчує, що лише третина соціальних допомог та інших трансфертів фінансуються із згаданого джерела, зокрема 38,33% у 2004 р. та показник дещо знизився у 2013 р. – 34,49% (рис. 4). Тобто 2/3 соціальних допомог фінансуються з бюджетів різних рівнів за рахунок



**Рис. 4. Динаміка частки соціальних допомог та інших одержаних поточних трансфертів, що покриваються внесками на соціальне страхування, сплаченими роботодавцями та найманими працівниками, в Україні у 2004-2013 рр., %**

Джерело: розраховано та побудовано автором на основі даних [7], [8], [9].

інших джерел, таких як, наприклад, податкові надходження.

Це об'єктивна реальність, викликана тим, що в умовах складної економічної ситуації, яка унеможливає зниження загального рівня бідності, держава в першу чергу бере на себе обов'язок забезпечення тих осіб, які в силу певних об'єктивних обставин не в змозі самостійно досягти мінімального рівня життя. У зв'язку з цим все більше значення набуває соціальна допомога.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** На сьогодні населення суттєво узалежнено від соціальних допомог, адже, по-перше, їхнє значення у формуванні доходів населення є надзвичайно відчутним та складає більше третини сукупних доходів, а, по-друге, роль населення у фінансуванні цих допомог є дуже незначною – в середньому близько трьох відсотків, решта покривається за рахунок коштів роботодавців, бюджету та позабюджетних цільових фондів. Проведений кореляційний аналіз дозволяє говорити про існування стійкого функціонального зв'язку між сукупними доходами населення і соціальними доходами та іншими поточними трансфертами одержаними. Така ситуація супроводжується хронічною потребою відповідних джерел фінансування.

Соціальні проблеми, з якими стикаються мешканці України, пов'язані з потребою системних докорінних змін не тільки у сфері економіки чи сфері боротьби з корупцією. Змін потребує вся система соціального захисту. Враховуючи, що забезпечення соціальних допомог неможливе без податків, які збираються з бізнесу та населення, важливим елементом реформи соціальної сфери стає забезпечення ефективного соціального діалогу між роботодавцями, профспілками та організаціями громадянського суспільства.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Андреев В. С. Право социального обеспечения в СССР : учебник / Андреев В. С. – [2-е изд., доп. и перераб.]. – М. : Юридическая литература, 1987. – 349 с.

2. Иванова Р. И. Правоотношения по социальному обеспечению в СССР / Иванова Р. И. – М. : Изд-во Московского университета, 1986. – 176 с.

3. Захаров М. Л. Право социального обеспечения России / Захаров М. Л., Тучкова Е. Г. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Волтерс Клувер, 2004. – 608 с.

4. Безугла В. О. Соціальне страхування : навч. посіб. / Безугла В. О., Загірняк Д. М., Шаповал Л. П. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 208 с.

5. Ярошенко І. С. Право соціального забезпечення : посібник / Ярошенко І. С. – К. : КНЕУ, 2005. – 232 с.

6. Мандибур В. Соціальна політика держави та її структурні складові / Мандибур В. // Україна: аспекти праці. – 2000. – № 7.

7. Статистичний щорічник України за 2007 рік / Держкомстат України / [за ред. О. Г. Осауленка]. – К. : ТОВ “Август Трейд”, 2008. – 572 с.

8. Статистичний щорічник України за 2012 рік / Держкомстат України / [за ред. О. Г. Осауленка]. – К. : ТОВ “Август Трейд”, 2013. – 552 с.

9. World DataBank [E-resource] / The World Bank. – Access mode: <http://databank.worldbank.org/Data/>.

## REFERENCES

1. Andreiev, V. S. (1987), *Pravo sotsyal'noho obespechenyia v SSSR*, 2 nd ed, Yurydycheskaia lyteratura, M., 349 s.

2. Yvanova, R. Y. (1986), *Pravootnosheniya po sotsyal'nomu obespecheniyu v SSSR*, 3 rd ed, Izd-vo Moskovskogo universiteta, M., 176 s.

3. Zakharov M. L. and Tuchkova, E. H. (2004), *Pravo sotsyal'noho obespechenyia Rossyy*, Volters Kluver, M., 608 s.

4. Bezuhla, V. O. Zahirniak, D. M. and Shapoval, L. P. (2011), *Sotsial'ne strakhuvannia*, Tsentr uchbovoi literatury, K., 208 s.

5. Yaroshenko, I. S. (2005), *Pravo sotsial'noho zabezpechennia*, KNEU, K., 232 s.

6. Mandybura V. (2000), *Sotsial'na polityka derzhavy ta ii strukturniskladovi*, *Ukraina: aspekty pratsi*, №7.

7. *Statystychnyj schorichnyk Ukrainy za 2007 rik* (2008), Derzhkomstat Ukrainy, za red. O. H. Osaulenka, TOV “Avhust Trejd”, K., 572 s.

8. *Statystychnyj schorichnyk Ukrainy za 2012 rik* (2013), Derzhkomstat Ukrainy, za red. O. H. Osaulenka, TOV “Avhust Trejd”, K., 552 s.

9. World DataBank / The World Bank, available at: <http://databank.worldbank.org/Data/>.

УДК 658. 628 (477+100)

Антонюк Я. М.,  
к.е.н., проф., директор навчально-наукового інституту післядипломної освіти, Львівська комерційна академія, м. Львів

Шимановська-Діанич Л. М.,  
д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту, Вищий навчальний заклад Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі", м. Полтава

Антонюк Т. Я.,  
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ТЕНДЕНЦІЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ У СУЧАСНИХ ФОРМАТАХ ВІТЧИЗНЯНОЇ ТА ЗАРУБІЖНОЇ ТОРГІВЛІ

*Анотація.* Розглянуто суть і розвиток сучасних форматів торгівлі в Україні та порівняння їх з європейськими країнами, проаналізовано поділ асортименту товарів залежно від цінового фактору, дані характеристика й аналіз власних (приватних) торгових марок (PL) у сучасних форматах торгівлі. У статті показана роль власних торгових марок (PL) в становленні та зміцненні сучасного роздрібу в Україні на основі аналізу зарубіжного досвіду та передової вітчизняної практики. Сформульовано заходи по досягненню використання власних торгових марок в Україні відповідно до європейських критеріїв.

**Ключові слова:** ритейл, сучасні формати торгівлі, асортиментна політика, власні торгові марки.

Antonyuk Ya. M.,  
Ph.D, Professor, Director of Educational and Scientific Institute of Postgraduate Education, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Shymanovska-Dianyach L. M.  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Management, Higher Educational Establishment of Ukoopspilka "Poltava University of Economics and Trade", Poltava

Antonyuk T. Y.,  
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## TENDENCIES OF ASSORTMENT POLICY IN MODERN FORMATS OF DOMESTIC AND FOREIGN TRADE

*Abstract.* The essence and development of modern trade formats in Ukraine and their comparison with the European countries are studied, the product range division depending on a price factor is analyzed and the characteristic and analysis of private brands (PL) in modern trade formats are given. The article shows the role of own brands (PL) in the development and strengthening of modern retail in Ukraine by analyzing the international experience and best domestic practices. The measures of achieving private branding usage in Ukraine according to European standards are formulated.

**Keywords:** retail, modern trade formats, assortment policy, private labels.

**Постановка проблеми.** Перспектива розвитку вітчизняної торгівлі залежить від подальшого розвитку сучасних форматів торгових підприємств, теперішніх підходів до класифікації асортименту товарів, враховуючи ціновий фактор, системи постачання виробничої продукції тощо. На сьогоднішній день не вироблено основних орієнтирів розвитку вітчизняних сучасних форматів

торгівлі та якісного наповнення їх асортиментом товарів. Прогресивним у цьому плані є запровадження власних (приватних) торгових марок, яке в Україні складає незначну частку (2%). Тому порівняння стану розвитку цих показників в Україні з країнами ЄС дають можливість визначити шляхи розвитку вітчизняної торгівлі на основі



європейських критеріїв формування асортиментної політики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз міжнародної і становлення вітчизняної практики розвитку сучасних форматів роздрібних торгових підприємств досліджуються в окремих міжнародних проєктах, у розробках консалтингових фірм, у роботах Апопія В. В., Виноградської А. М., Гелевачук З. Й., Лозни К. О., Забарилло М., Горохова М. А., Дима О. О. та інших вітчизняних науковців. Більшість авторів, визначаючи орієнтири розвитку роздрібу в Україні, використовують досвід зарубіжних країн і екстраполюють його на вітчизняний роздрібний ринок.

Зосередження уваги на аналізі кількісних змін у структурі роздрібно́ї торгівлі є на сьогодні недостатнім для використання міжнародних стандартів розвитку сучасних форматів. На сьогоднішній день ще недостатньо досліджуються фактори, які безпосередньо впливають на принципи ескалації зарубіжних підприємств на територію України і становлення сучасних вітчизняних операторів роздрібно́ї торгівлі. Важливими при вирішенні цієї проблеми є розробка асортиментної політики підприємства, поділ товарів за ціновою ознакою та роль власних торгових марок у дистрибуції та діяльності роздрібних підприємств.

**Постановка завдання.** Основна мета статті полягає у виявленні тенденцій розвитку вітчизняної та європейської роздрібно́ї торговельної мережі, у формуванні методичних підходів залежності між розвитком сучасних форматів торгівлі з макроекономічними та галузевими показниками, зокрема впливу асортиментної політики, побудованої на основі поділу товарів за ціновою ознакою на ефективність торгових підприємств. У статті показана роль власних торгових марок (PL) в становленні та зміцненні сучасного роздрібу на основі зарубіжного досвіду та передової вітчизняної практики.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Кризова політична ситуація в Україні негативно впливає на розвиток торгівлі. За останні два роки відбулося багато подій, що вплинули на вітчизняну економіку: девальвація гривні, анексія Криму, війна на сході, втрата російського і повільне освоєння європейського ринків. Якщо станом на 2012 р. показник ВВП на душу населення в Україні становив 3,7 дол. США, то в Угорщині він складав 19,8 дол. США, в Польщі – 21 дол. США, в Росії – 14,9 дол. США. В той же час у країнах ЄС він складав 34 дол. США, а в США 49,8 дол., що говорить про бідність українського населення [10].

Аналіз основних показників роботи роздрібних торгових підприємств України засвідчує про зростання їх в абсолютному вимірі. Так, роздрібно́й товарообіг у 2013 році в порівнянні з 2000-им зріс у 14 разів. Безумовно, що така тенденція пов'язана в першу чергу з девальвацією гривні. Якщо в 2000 році один долар коштував близько 5 гривень, то в

2014-му – вище 20. На початку 2015 року спостерігалось співвідношення 30 грн. за долар, а на сьогоднішній день – 26-27 грн. Загальна торговельна площа зросла в 1,3 рази. Це при умові, що за останні 10 років чисельність підприємств роздрібно́ї торгівлі зменшилась і склала 57,9% в порівнянні з 2005 роком.

Як видно з таблиці 1, в Україні відбувається укрупнення роздрібних торгових підприємств. Малі підприємства закриваються або не витримують конкуренції супермаркетів та інших форматів підприємств. Серед об'єктів роздрібно́ї торгівлі в 2013 році 76,1 % склали магазини. Це співвідношення не змінювалося протягом останніх років. Вищим (77,9 %) співвідношення магазинів до загальної кількості об'єктів роздрібно́ї торгівлі було у 2014 році в умовах анексії Криму та в зоні АТО. Тобто зміна територіальної цілісності України призвела до того, що в середньому цей показник був вищим, ніж на анексованих територіях.

Однак, судячи з показників ефективності в розрахунку на 1000 осіб, більшість показників після 2013 року по Україні знизилась. Так, у 2014 році кількість об'єктів роздрібно́ї торгівлі на 1000 тис. жителів зменшилась до 12, середній розмір торгової площі знизився з 2073 кв. м до 1869 кв. м.

В Україні без анексованих територій значно зріс розмір товарообороту на 1 кв. м торгової площі (на 20,1%). Останнє в першу чергу обумовлене кращим товарним покриттям підприємств торгівлі на сучасній території України.

Роздрібно́й товарооборот у торгівлі України за даними Держстату в 2015 році зменшився на 25% порівняно з 2014 роком, а в Луганській області він знизився на 90%, Донецькій – на 67,3%. Це обумовлено тим, що ритейлери, які працюють у зоні АТО, намагаються повністю відмовитися від роботи на сході України й обмежуються поставкою товарів першої необхідності [8].

Аналізуючи дані рис. 1, слід відзначити, що товарооборот українського роздрібу з року в рік зростає. Продаж непродовольчих товарів складав 257 млрд. грн., а продовольчих – 181 млрд. грн. При цьому випереджаючими темпами зростає продаж продовольчих товарів. У 2014 році продаж непродовольчих товарів переважав на 42% обіг продовольчих товарів при значенні цього показника в 2007 році – 82%. Хоча слід підкреслити, що таке зростання відбувається в номінальній формі, а реальний продаж товарів скоротився.

Така ситуація викликана, по-перше, зменшенням реальної заробітної плати населення і, по-друге, зростанням цін на продовольчі товари. Вона спричинила пошуку в першу чергу товарів повсякденного попиту, де переважають частку займають продовольчі товари. За даними GfK Україна Україна займає серед країн Східної Європи третє місце за зростанням товарообігу по товарах повсякденного попиту (5%) після Сербії й Росії (відповідно 11,4 і 5,8%). В решті країн таке зростання незначне (до 1%) або має від'ємний

результат. Хорватія, наприклад, зменшила продаж товарів повсякденного попиту на 4,4%, Болгарія – на 1,8% [7].

При цьому серед традиційних підприємств, які включають магазини для дому та інші види підприємств, що склалися в радянські часи, продава-

Таблиця 1

**Забезпеченість населення України об'єктами торгівлі та торговельною площею за 2000-2014 рр.**

Показники	2000	2010	2012	2013	2014*	2013 в % до 2000
1	2	3	4	5	6	7
Кількість об'єктів роздрібно́ї торгівлі, тис. од.	103,2	64,8	62,2	59,8	49,7	57,9
з них магазинів	77,9	48,0	47,2	45,5	38,7	58,4
Роздрібний товарооборот, всього, млрд. грн.	28,8	280,9	405,1	433,3	438,3	14р.
Торговельна площа магазинів, тис. м кв.	7029	8431	9294	9419	8903	134
– У розрахунку на 1000 осіб:						
– об'єктів роздрібно́ї торгівлі, од.	21	14	14	13	12	62
– торговельної площі магазинів, кв. м	1437	1842	2040	2073	1869	144,2
Роздрібний товарооборот на 1 м кв. торгово́ї площі	20,0	152,5	198,6	194,5	234,5	9,7р.

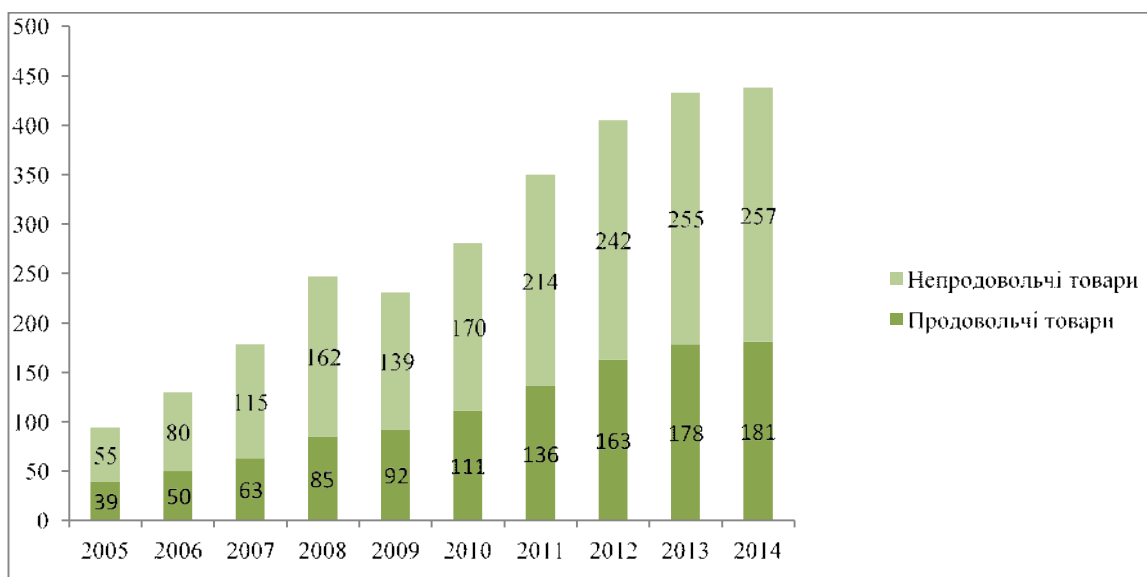
\*Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: [8]

Розвиток сучасних форматів роздрібно́ї торгівлі в Україні поступово набуває тенденцій, які є характерними для країн Євросоюзу. За даними GfK Ukraine тільки за 2013 і січень-лютий 2014 року до сучасних форматів додалося ще відповідно 3 і 3,2% українського традиційного ринку. Їх частка в загальному товарообороті роздрібно́ї торгівлі в 2013 році складала 22%, що видно з рис. 2.

лося 27 відсотків загального вартісного вираження, а завдяки ринкам та вуличній торгівлі – 39%.

Досвід європейських країн засвідчує, що чим більш розвинені країни, тим більшу частку в роздрібно́му товарообороті займають сучасні формати торгівлі. Так, в Австрії цей показник складає 81%, в Німеччині – 77%. Серед країн Центральної та Східної Європи значення цього показника в Словаччині



**Рис. 1. Динаміка роздрібно́го товарообороту підприємств України, млрд. грн.**

Джерело [8]

– 67 відсотків, Угорщині – 61, Польщі – 56, Румунії – 53 %. В той же час у Казахстані частка товарообороту в загальному вираженні складає лише 14%. Близькими до значення цього показника в Україні є Сербія та Болгарія.

Якщо брати до уваги чисельність підприємств в одиницях, то число супермаркетів в Україні співставне з Польщею, Румунією, Туреччиною, Чехією, а частка гіпермаркетів і дискаунтерів незначна. Тому в 2014 році зростання сучасних форматів торгівлі в Україні збільшується за рахунок випереджаючого зростання гіпермаркетів і дискаунтерів.

За різними оцінками експертів, частка мережевого ритейлу в Україні становить 35-40% загального товарообігу підприємств-юридичних осіб із можливим товарооборотом 60-75 млрд. грн.

наявності внутрішніх і зовнішніх інвестицій, яка залежить від експансії європейських ритейлерів, густоти населення і конфігурації населених пунктів, традицій місцевого населення тощо.

В українській галузевій науці ще недостатньо досліджується вплив чисто торговельних факторів на розвиток сучасних форматів торгівлі. Важливу роль для кожного виду таких підприємств відіграє асортиментний профіль, зокрема використання власної товарної марки.

Згідно з європейським досвідом за ціновим фактором розмаїття продуктів можна класифікувати на наступні класи:

- економічний клас;
- середній клас;
- преміум-клас;
- товари люкс-класу;

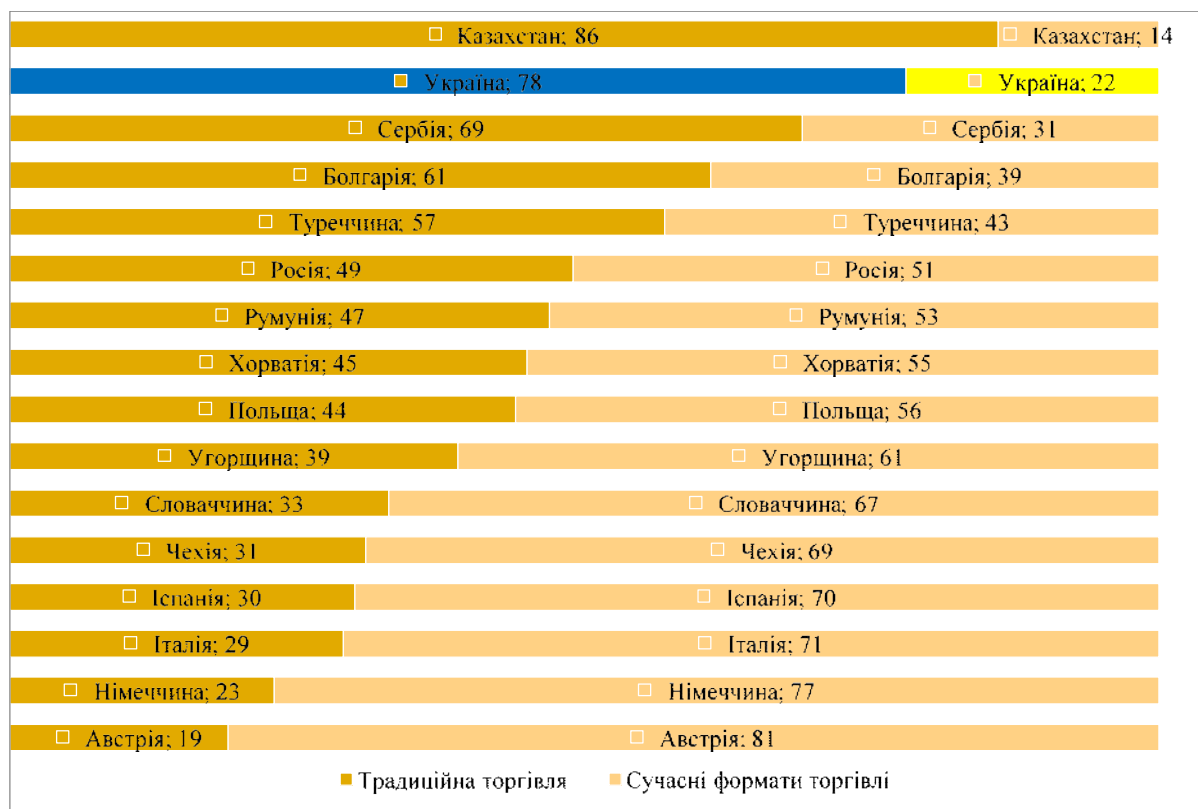


Рис. 2. Частка сучасних форматів торгівлі в країнах ЄС у загальній роздрібній мережі (2013 р.), %

Джерело [7]

На рис. 3 подана структура місць покупки продовольчих товарів у країнах Східної й Південної Європи. З рисунку видно, що в кожній країні по-різному складається структура представників сучасного ритейлу. Так, в Україні продаж продовольчих товарів у супермаркетах складає 48%, в Словенії – 41,5%, Болгарії – 34%. У таких країнах, як Румунія і Чехія, в продажу продовольчих товарів перемагають гіпермаркети – відповідно 42 і 39%. Значна частка продовольчих товарів через гіпермаркети реалізується в Польщі та Угорщині – по 29%, Словаччині – 30%. Така ситуація у цих країнах залежить від багатьох факторів, зокрема від

– товари приватної марки (privat label).

З цієї точки зору економічні класи товарів передбачають продукцію невисокої, але достатньо позитивної якості, які мають низьку ринкову ціну. Ця продукція відзначається простотою асортименту, а рівень витрат обертання є незначним. Культура торговельного обслуговування в магазинах такого класу є невисокою. В обов'язки торгового персоналу входить доставка товарів у торговий зал зі складу. За даними Горохова М.А. [4], плінність кадрів у магазинах цього класу складає 50-60%.

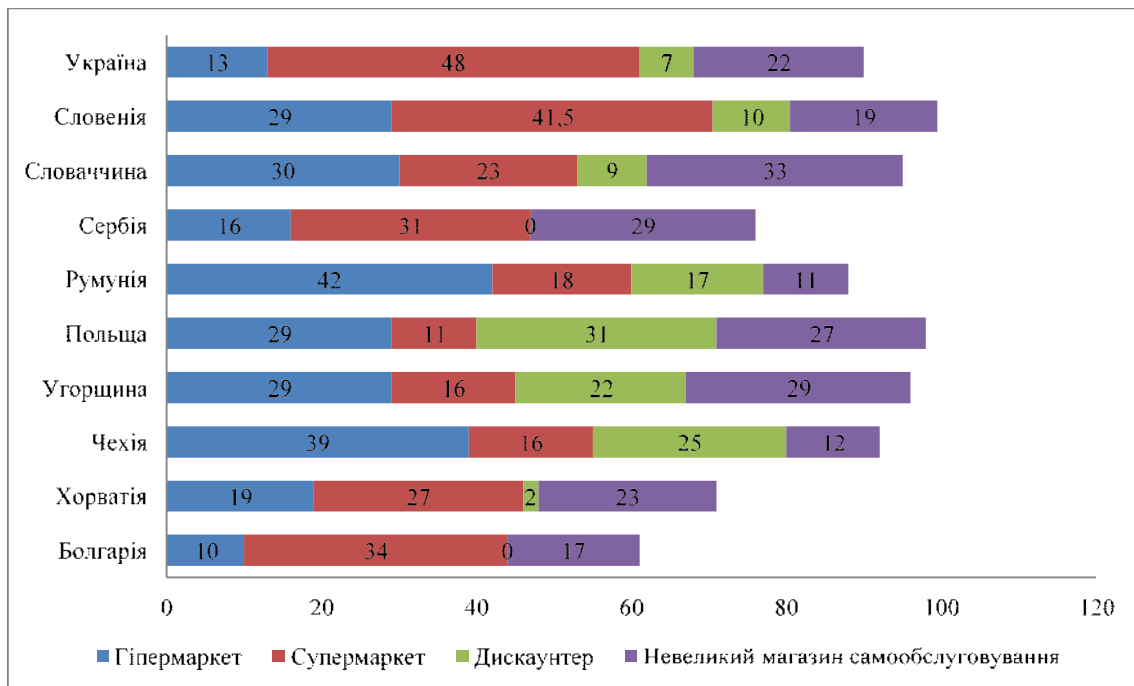


Рис. 3. Основне місце покупок продовольчих товарів, у %

За даними GfK Ukraine

В розрізі сучасних форматів підприємств (рис.4) видно, що товари економ-класу продаються в дискаунтерах (32% від загального обсягу продаж), через традиційну (28%) і вуличну торгівлю (34%).

На ринку товари середнього класу займають 35%, серед 5 цінних сегментів, із діапазоном від 30% (гіпермаркети) до 38% (традиційна торгівля). Продукція цього класу має недостатньо розкручений бренд. Продавці даного товару мають

достатньо мінімальну підготовку для здійснення його продажу. Тому плінність кадрів тут складає 40-50%. До середнього класу відносяться продукти масового споживання. Покупці з середніми доходами стараються отримати якісний товар не переплачуючи.

Серед форматів роздрібно́ї торгівлі, представлених на рис. 4, значну частку в асортименті товарів займають товари преміум-класу. До таких продуктів відносяться вироби відомих марок. На

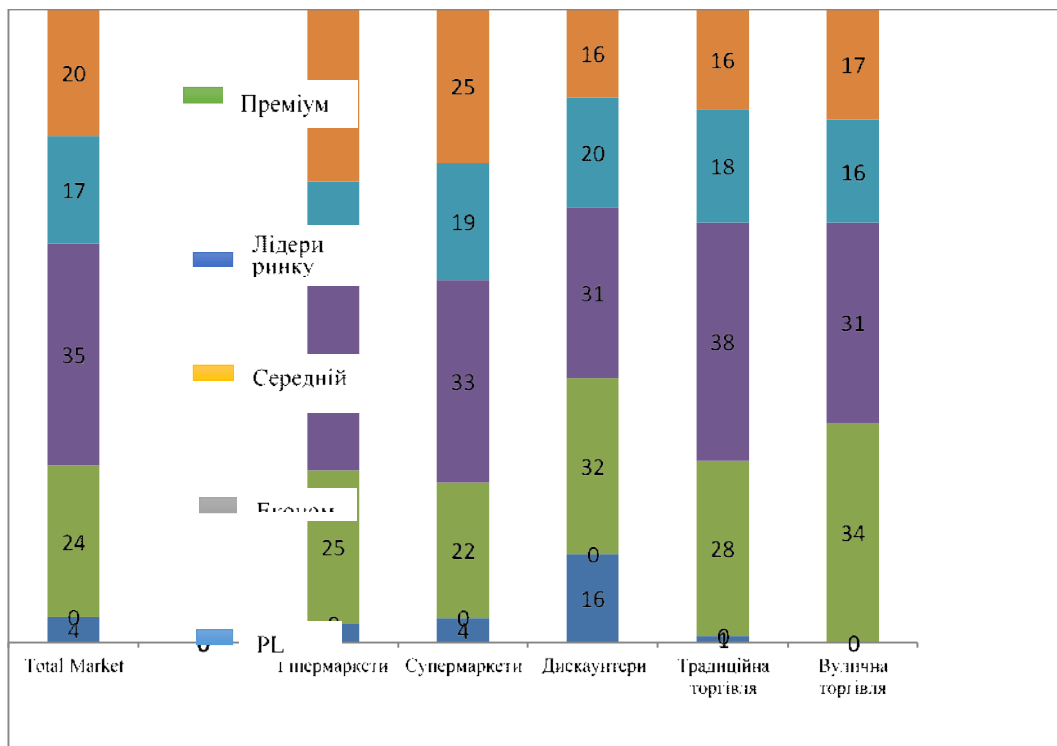


Рис. 4. Частка товарообороту окремих класів товарів у сучасних форматах торгівлі, %

\* За даними GfK Ukraine

перший план тут виходить не якість товару, а його імідж. В даному випадку покупець переплачує за бренд. Найбільша частка товарів преміум-класу продається в Україні через гіпермаркети (28%) і супермаркети (25%).

Для товарів преміум-класу характерна слабка чутливість до цінового фактора. Ціна цих товарів не відіграє вирішальної ролі при покупці. Важливою їх відмінністю є висока вартість товарів, яка передбачає високу функціональну (якість, упаковка, дизайн) та іміджеві складові. Прибуток тут може сягати до 100% реальної вартості товарів.

Товари люкс-класу – це розкручені товари, що є особливими з точки зору якості й дизайну. Їх придбання засвідчує про високий статус покупця. Тому важливе значення менеджери з продажу надають статусу і зовнішньому вигляду покупця, можуть запропонувати йому каву або добрий коньяк. У цьому полягає їх привабливість. Товари такого класу продаються в основному у бутиках і фешенебельних універсальних магазинах.

Відмінність товарів класу категорії “люкс” від товарів класу “преміум” полягає в тому, що вони не є масовими, а відрізняються ексклюзивністю і за своєю ціною є не доступними для більшості споживачів.

Особливе значення серед товарів, які продаються на сучасних торгових підприємствах, відіграють товари власної (приватної) торгової марки (private label). До приватних марок відносяться товари та послуги, вироблені стороннім виробником під замовлення власника марки та їх продаж під брендом власника марки. Дуже часто практику продажу товарів під приватними марками використовують великі роздрібні мережі, продаючи різні товари, вироблені на їх замовлення, під власною торговою маркою [4].

Таким чином до категорії товарів під ВТМ належать як ті товари, що випускаються під оригі-

нальним брендом торгового підприємства, так і ті, назва яких не збігається з назвою цієї торгової компанії, але товари реалізуються виключно в пакеті товарної пропозиції цього підприємства. Розробка і введення на ринок приватних марок є найбільш економічними.

Для власника марки перевага виробництва товарів під ВТМ полягає у:

- розширенні товарної пропозиції;
- зниженні собівартості товару за рахунок відсутності посередників;
- забезпеченні унікальності пропозиції, відмінної від пропозиції конкурентів;
- відсутності необхідності в створенні виробництва товарів тимчасового, сезонного попиту, а також товарів, що створюються під “короткі” маркетингові проекти;
- тому, що виробник може точно нести сукупні витрати, так якби марка була його власною;
- можливості впливу на ціноутворення.

Для виробника товарів перевага виробництва товарів під приватною маркою (private label) полягає у:

- зростанні обсягів виробництва і збуту;
- гарантії збуту;
- фінансуванні виробництва за рахунок залучених коштів власника private label;
- економії щодо будь-яких закупівель та поставок за рахунок збільшення обсягів виробництва;
- завантаженні надлишкових виробничих потужностей.

Продукція власної торгової марки (PL) відноситься до товарів, які продаються в дискаунтерах, оскільки вони дешевші від лідерів продаж у середньому на 30%, а в середньому по інших товарах – 15%. Найбільше товарів власної торгової марки в Україні продаються в дискаунтерах, де частка у загальному продажу займає 16%.

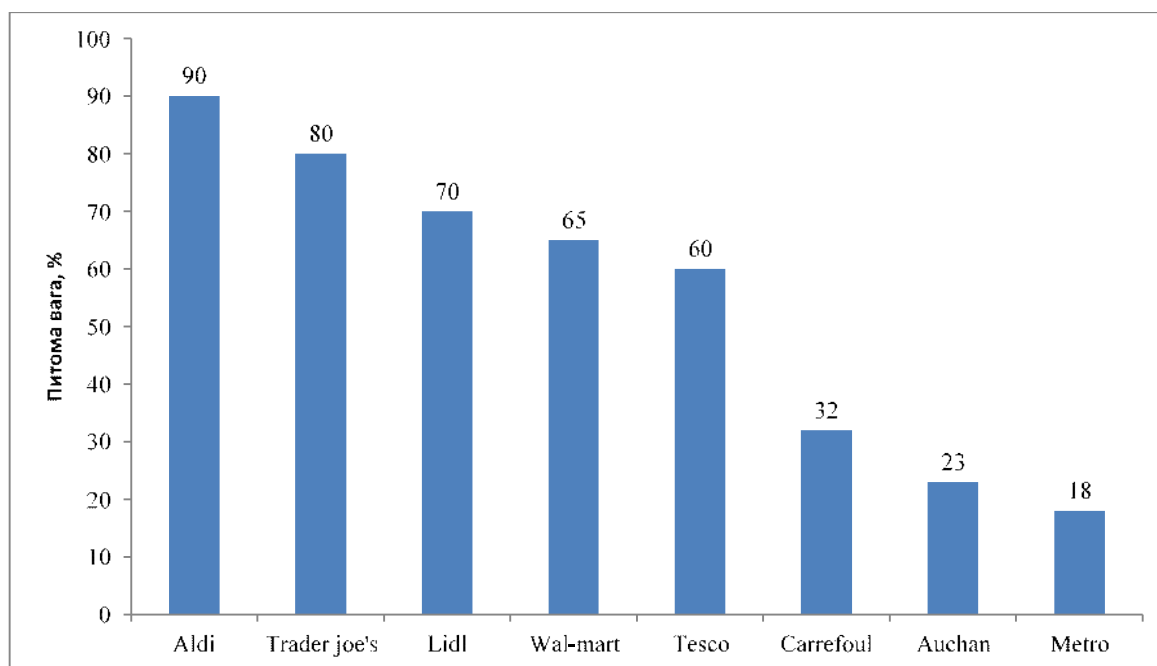


Рис. 5. Питома вага власних торгових марок у структурі товарообороту провідних міжнародних торговельних мереж, у %

Створюючи приватні марки, торговельні компанії отримують більший контроль над виробництвом, якістю товару, ціноутворенням і розподілом.

Низькі ціни на товар обумовлюються незначними витратами на рекламу і маркетинг. Передбачуваність у просуванні товарів значно знижує “собівартість товару”.

Основоположником розвитку напрямку PL є США, де власні торгові марки з’явилися на початку ХХ століття. З тих пір цей напрямок розвивається, і відповідно до даних компанії Nielsen продаж ВТМ у десятці найкраще розвинутих мереж складає 35%, а загалом у США – 18%. За прогнозами аналітиків у перспективі частка продаж ВТМ у цій країні зросте до 25-30%. Більш динамічно розвивається продаж ВТМ в Європі, де він складає приблизно до половини товарів, що продаються.

причин такого стану є те, що український роздрібний ринок ще недостатньо насичений і мережі воліють інвестувати кошти в регіональну експансію, ніж створення власних брендів.

Успішною компанією, яка займається просуванням приватних марок в Україні, є Metro Cash & Carry Україна. Незважаючи на те, що німецький концерн Metro Group в реалізації ВТМ у загальному товарообороті займає 18%, Metro Cash & Carry Україна, яка входить у склад цього концерну, володіє 150 ВТМ, із яких найбільш відомі Аго і Metro Qualiti. Зараз в українських супермаркетах нараховується близько 7 000 власних торгових марок.

Найбільш повільними темпами частка приватних торгових марок за останні 7 років з 2007 по 2013 роки зростає в Україні – з 0,7% до 2,0%. Водночас за інформацією деяких авторів у 2015

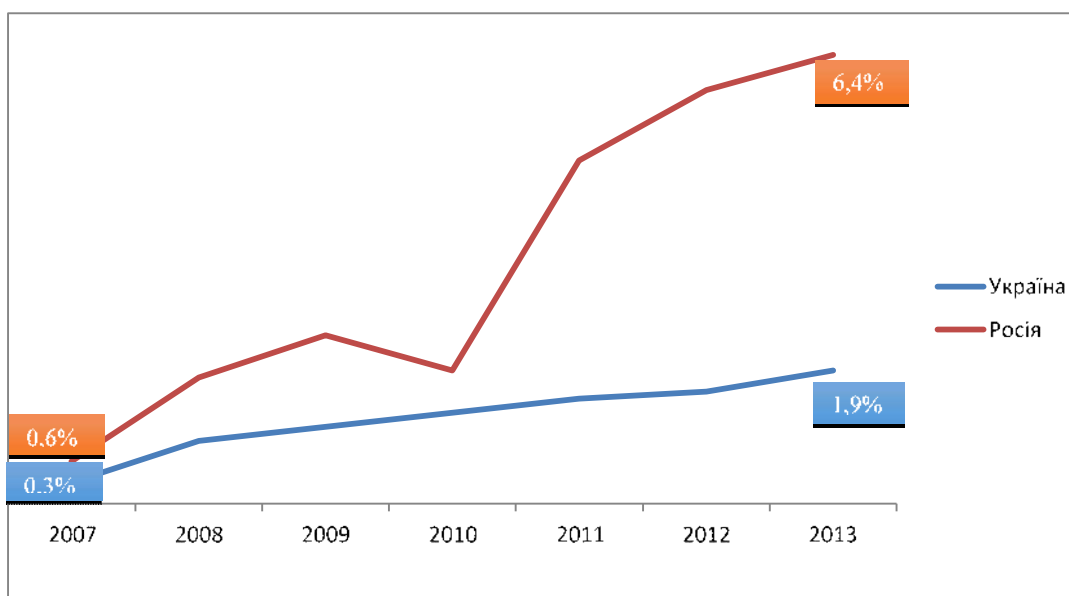


Рис. 6. Зміна частки власних торгових марок в обороті України та Росії, 2007-2013 рр., у %

\* За даними GfK Ukraine

Незважаючи на переваги ВТМ, в Україні вони запроваджуються досить кволо. Їх частка в обороті становить у 2013 році 2%. Серед окремих видів товарів провідне місце на вітчизняному ринку займають мило туалетне – 14%, майонез, рослинна олія, сир плавлений – по 12%, мікси (3 в 1), капучіно – 11%, чіпси – 9%, соуси, миючі засоби – по 8% тощо.

У той же час слід зауважити, що в країнах Європи і США є ряд компаній з стовідсотковою торгівлею ВТМ (Marks & Spenser, C&A), а також ритейлери з достатньо високою часткою продаж ВТМ (рис. 5). Так, відома мережа дискаунтерів (Німеччина) Aldi торгує на 90% ВТМ, Trader Joe’s – 80%, Lidl – 70%, Wal mart – 65%, Tesko – 60%. Серед відомих в Україні торговельних компаній через Ашан продається 23% ВТМ і через Метро – 18%.

Розвитком сегмента ВТМ в Україні займається обмежена кількість ритейлерів. Однією з головних

році ВТМ в загальних продажах України займали 8,9%. У той же час в Росії за цей період рівень зростання частки власних торгових марок збільшився з 0,6% до 6,4% і за темпами приросту відповідав Польщі й Великобританії (рис. 7).

З рис. 7-8 видно, що частка власних торгових марок в оборотах країн Європи коливається від 13% до 47%. Лідером у цьому плані є Франція, де цей показник складає 47%. Водночас за останніх 7 років він зріс лише на 0,6%. В Польщі й Великобританії за 2007-2013 роки рівень виробництва і продажу товарів зріс із 12,7% до 19,4%. Тобто в країнах, де ці показники нижчі, темпи зростання рівня продажу товарів достатньо високі.

Варто зауважити, що в країнах колишнього соціалістичного табору рівень запровадження власних торгових марок значно вищий, ніж в Україні. Так, у Словаччині, де ТОП-10 сучасних мережевих ритейлів займає 90% в товарообороті

країни, частка ВТМ у продажах займає 26%, Угорщині – 25%, Чехії й Хорватії – по 20% і т.д.

Аналізуючи дані рис. 6-8, можна зробити висновок, що рівень приватних торгових марок у Франції є нормативним орієнтиром, до якого повинні підтягнутись як інші країни Європи, так і Україна.

За даними нашого дослідження торгова мережа супермаркетів “Колібріс”, м. Миколаїв Львівської області, має 8 ВТМ, які відрізняються широким асортиментом різних видів товарів. До них відносяться приватні марки “Наш край”, “Економка”, “До столу”, “Достаток”, “Еколенд”, “Каравела”, “Біо лайф”, “Аліска”. Найбільш широким асортиментом представлена ВТМ “Наш край”, до якої входять харчові консерви, хлібобулочні вироби і товари для дому, в т.ч. товари побутової хімії. На рис. 9 показано струк-

туру асортименту товарів побутової хімії в супермаркеті “Колібріс”. Серед постачальників 34 брендів тільки один належить до ВТМ. Це приватна торгова марка “Економка”. Вона утримує першість серед ВТМ і забезпечує 13% в товарообороті товарів побутової хімії, випереджаючи такі бренди, як Gala (8%), Persil (6%), Bref (5%), Ушастий нянь (5%), Vanish, Ariel, Ace – по 4%. Як бачимо, рівень запровадження ВТМ в Україні навіть у розрізі кращих товарів складає 8-13%.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Роздрібна торгівля України та зарубіжних країн із кожним роком збільшує чисельність підприємств нових форматів за рахунок традиційного ринку. Їх зростання на вітчизняному ринку відбувається за рахунок збільшення дискаунтерів (АТБ-мережа) і домашніх

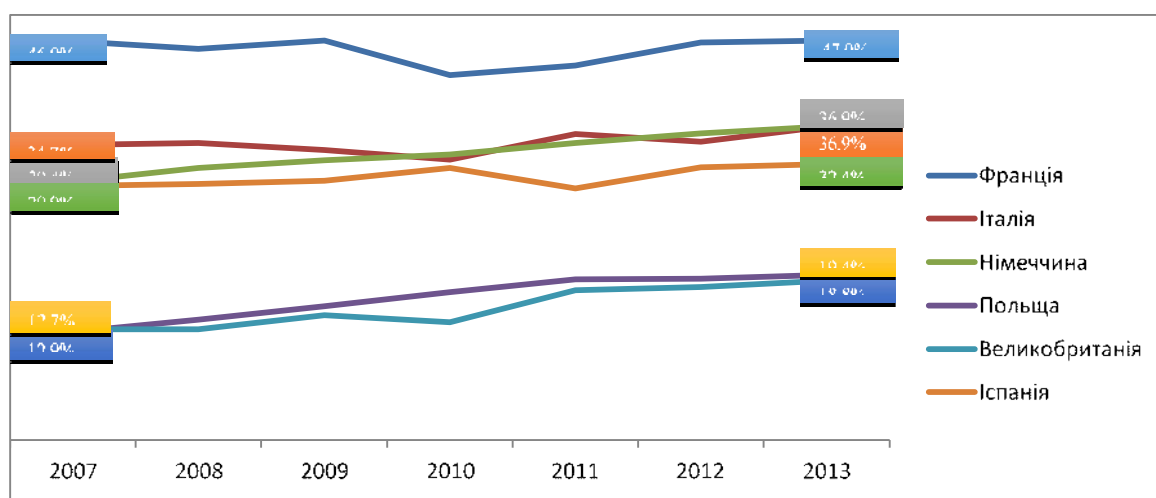


Рис. 7. Зміна частки приватних торгових марок в окремих країнах Західної Європи за 2007-2013 р., у %.

\* За даними GfK Ukraine

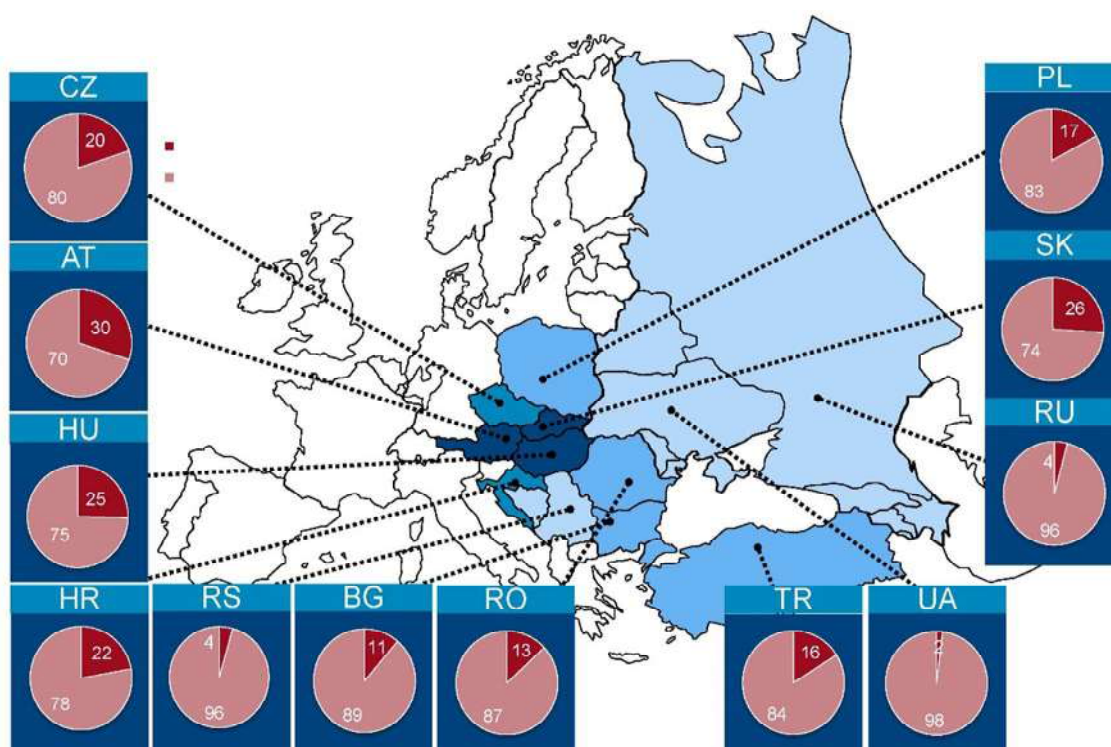


Рис. 8. Частки приватних торгових марок в окремих країнах Східної та Центральної Європи, 2013 р., у %

Джерело [7]

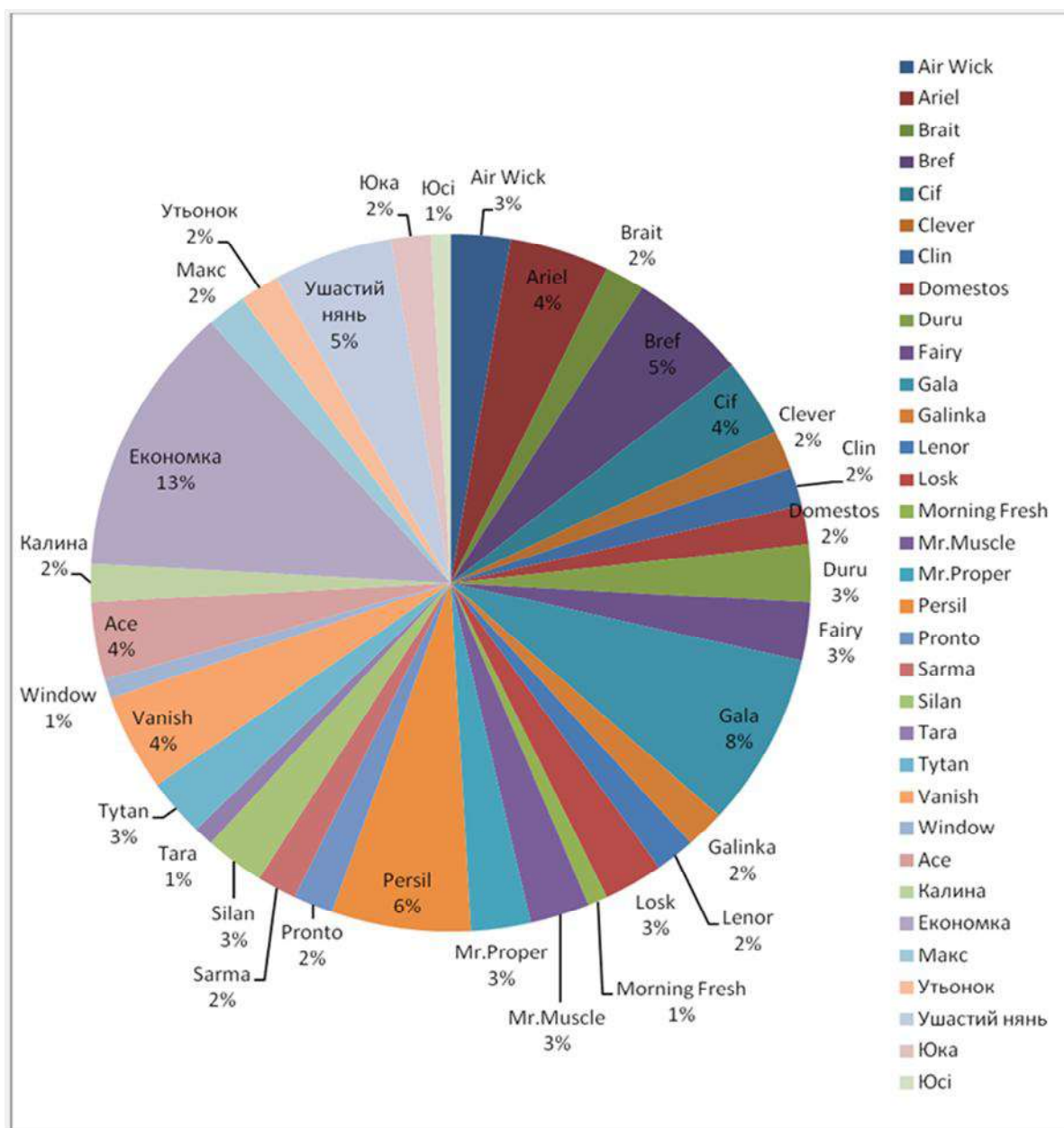


Рис. 9. Структура торгових марок товарів побутової хімії в супермаркеті “Колібріс”, місто Миколаїв\*, %

\*На основі власних досліджень

магазинів. На таких підприємствах спостерігається продаж товарів економічного класу і збільшення частки ВТМ, що не тільки сприятиме підвищенню прибутковості бізнесу, а й дасть можливість бути незалежним від постачальників. Частка продажу товарів ВТМ в Україні значно нижча, ніж у Росії, в країнах колишнього соціалістичного табору та інших країнах Європи. В останніх цей показник складає від 20 до 50% продаж. За висновками деяких вітчизняних аналітиків продаж ВТМ різко зростає – з 2,0% в 2013 році 8,9% в 2015 році і в перспективі буде зростати ще.

Підтверджуючи позитивну динаміку розвитку продаж товарів ВТМ у сучасних форматах торгівлі, можна стверджувати, що вона наслідує тенденції зарубіжних країн. У вітчизняній торгівлі продаж ВТМ зростає вищими темпами, ніж в Європі, що є

серйозним стимулом для зростання прибутковості в сучасних ритейлах України.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Антонюк Я. М. Трансформація роздрібної торгівлі та країн ЄС / Я. М. Антонюк, Г. Я. Антонюк // Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво ЛКА, 2013. – С. 80-86.

2. Антонюк Я. М. Тенденції розвитку роздрібної торгівлі у країнах Європи в умовах інтернаціоналізації / Я. М. Антонюк, Г. Я. Антонюк // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі. – 2013. – № 3 (59). – С. 36-42. – (Серія “Економічні науки”).

3. Виноградська А. М. Комерційне підприємство: сучасний стан, стратегії розвитку : моно-



графія / А. М. Виноградська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 807 с.

4. Горохов М. А. Товары класса “премиум”: сущность и основные характеристики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dis.ru/library/541/29361/>.

5. Гелевачук З. Й. Приватні торгові марки як ефективний інструмент маркетингової товарної політики / Гелевачук З. Й., Лозна К. О. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/13\\_EISN\\_2013/Economics/6](http://www.rusnauka.com/13_EISN_2013/Economics/6).

6. Дима О. О. Перспективи реалізації стратегії сталого розвитку вітчизняними роздрібними операторами через впровадження власних торгових марок // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fem.sund.edu.ua/>.

7. Забаріло М. Ключевые тенденции развития форматов розницы в Украине и Европе [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/gfkukraine>.

8. Економічний ресурс: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

9. Економічний ресурс: <http://www.gtpartners.com.ua>.

10. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / [кер. авт. кол. І. М. Копич, О. О. Нестуля; за ред. В. В. Апопії, П. Ю. Балабана]. – Львів : “Новий світ - 2000”, 2014. – 565 с.

#### REFERENCES

1. Antoniuk Ya. M. and Antoniuk H. Ya. (2013), Transformatsiia rozdrubnoi torhivli ta krain YeS, *Tor-*

*hivlia, komertsiiia, pidpriemnytstvo*, Vydavnytstvo LKA, L'viv, s. 80-86.

2. Antoniuk Ya. M. and Antoniuk H. Ya. (2013), Tendentsii rozvytku rozdrubnoi torhivli u krainakh Yevropy v umovakh internatsionalizatsii, *Naukovyj visnyk Poltavs'koho universytetu ekonomiky ta torhivli*, № 3 (59), s. 36-42.

3. Vynohrads'ka, A. M. (2004), *Komertsijne pidpriemnytstvo: suchasnyj stan, stratehii rozvytku*, Tsentr navchal'noi literatury, K., 807 s.

4. Gorohov, M. A. Tovary klassa “premium”: sushhnost' i osnovnye harakteristiki, available at: <http://dis.ru/library/541/29361/>.

5. Helevachuk, Z. J. and Lozna, K. O. Pryvatni torhovi marky iak efektyvnyj instrument marketynhovoї tovarnoi polityky, available at: [http://www.rusnauka.com/13\\_EISN\\_2013/Economics/6](http://www.rusnauka.com/13_EISN_2013/Economics/6).

6. Dyma, O. O. (2015), Perspektivy realizatsii stratehii staloho rozvytku vitchyznianymy rozdrubnymy operatoramy cherez vprovadzhenia vlasnykh torhovykh marok, *Marketynh i menedzhment innovatsij*, №1, available at: <http://www.fem.sund.edu.ua/>.

7. Zabarilo M. Kljuchevye tendencii razvitija formatov roznicy v Ukraine i Evrope, available at: <http://www.slideshare.net/gfkukraine>.

8. Ekonomichnyj resurs: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

9. Ekonomichnyj resurs: <http://www.gtpartners.com.ua>.

10. *Vnutrishnia torhivlia Ukrainy: problemy i perspektivy rozvytku*, [ker. avt. kol. I. M. Kopych, O. O. Nestulia; za red. V. V. Apopiia, P. Yu. Balabana], (2014), “Novyj svit - 2000”, L'viv, 565 s.

УДК: 379.85

Ільчук О. О.,  
к.е.н., доц. кафедри економіки, Львівська комерційна академія, м. Львів

Городня Т. А.,  
к.е.н., доц. кафедри економіки, Львівська комерційна академія, м. Львів

## СУЧАСНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ

**Анотація.** У статті розглянуто основні тенденції становлення та розвитку туристичних ресурсів. Враховуючи мету дослідження, запропоновано й обґрунтовано основні аспекти формування попиту на туристичний продукт, який визначає основні характеристики туристичних ресурсів. Базуючись на дослідженнях вітчизняних науковців, здійснено класифікацію рекреаційних ресурсів, а також інтерпретовано рису невідчутності туристичного продукту, яка, в свою чергу, впливає на формування такої ознаки туристичного продукту, як віртуальність. Ця ознака дозволяє отримати зворотний зв'язок із споживачем туристичного продукту. Запропоновано вважати туристичний продукт сукупністю послуг мовного і немовного характеру в сфері туристичного обслуговування при можливостях ресурсів природного, штучного та людського характеру.

**Ключові слова:** туристичні ресурси, туристичний продукт, сфера послуг, туристична зона, туристичний контингент, рекреаційні ресурси.

Ilchuk O. O.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Gorodnia T. A.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## MODERN ASPECTS OF THE ESTABLISHMENT OF TOURISM RESOURCES

**Abstract.** The article examines the main trends of tourism resources formation and development. Considering the purpose of the research, it is proposed and justified the basic aspects of demand formation for tourism product that determines the main characteristics of tourism resources. Based on the domestic scientists' research, the classification of recreational resources is done, and it is also interpreted the feature of intangibility of tourism product, which influences on the formation of such feature of tourism product as virtuality. This feature allows to get feedback from consumer of tourism product. It is suggested to consider the tourism product as a set of linguistic and non-linguistic services in the field of tourism services under the conditions of use of possible resources of natural, artificial and human type.

**Keywords:** tourism resources, tourism product, the scope of services, the tourist zone, tourist contingent, recreational resources.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі індивідуальність туристичної індустрії та значна відмінність її від інших господарських структур потребує спеціального наукового підходу до організації та управління процесом обслуговування в сфері туристичних послуг.

Зокрема, необхідність ґрунтовного наукового підходу пов'язана з такими основними характерними проблемами цієї галузі, як сезонний характер попиту в туристичному продукті, неможливість накопичення його запасів і, так би мовити, віртуальний характер його реалізації.

Тому основним змістом формування та становлення туристичного продукту є туристичні ресурси, від яких залежить певна туристична зона для відпочинку туристичного контингенту, для якого реалізується туристичний продукт.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання розвитку туризму як соціально-економічного явища розглядалося багатьма науковцями. Серед вітчизняних науковців слід відзначити праці: Агафонової Л. В. [1], Азар В. І., Дядечко Л. П. [2], Зоріна І. В., Каверіна Т. П., Квартальнова В. В., Шапта-

ли О. В. [7]. Ці публікації дають можливість зробити висновки про існування позитивних тенденцій у сфері туристичної галузі.

**Постановка завдання.** Дослідження аспектів становлення туристичних ресурсів є однією з важливих підстав у питаннях підвищення ефективності сфери послуг, удосконалення та підвищення якості обслуговування туристичного контингенту. Актуальність визначення туристичного продукту в сфері послуг туристичних структур на сьогоднішній момент стала суттєво впливати загалом на економіку країни в умовах розвитку ринкових відносин.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туристичні ресурси як головне джерело формування туристичного продукту віддзеркалюють основну підставу, яка повинна існувати безперервно і постійно, формуючи характерні його властивості.

Туристичні ресурси – сукупність природних і соціально-культурних комплексів та їх елементів, що сприяють задоволенню фізіологічних і соціальних потреб людини, відновленню її працездатності та які при сучасній та перспективній структурі рекреаційних потреб і техніко-економічних можливостях використовуються для прямого й опосередкованого споживання та виробництва туристичного продукту [3].

Сьогодні до суттєвих переваг, які підвищують імідж туристичної структури, можливо віднести перетворення окресленої туристичної території в паркові зони, заповідні ландшафти, мальовничі місцевості та інші унікальні найпривабливіші й неповторні природні місця відпочинку. Тому вдале використання туристичних ресурсів при формуванні туристичного продукту згідно з бажаннями туристів є головною підставою для формування іміджу туристичної структури.

Значний вплив на позитивність іміджу туристичної структури мають людські фактори, а саме: високоякісне обслуговування туристичного контингенту та висококваліфікований персонал.

Це підвищує якісні характеристики процесів обслуговування туристичного контингенту і створює доброзичливу атмосферу, яка впливає на загальний імідж туристичної структури.

Крім того, формування туристичного продукту потрібно здійснювати таким чином, щоб надати туристам не тільки послуги за основними (базовими) напрямками обслуговування, а й максимально розширювати напрямки спеціального попиту потенціальних клієнтів. Такий творчий напрямок розширення послуг відносить туристичну структуру до особливого статусу і підвищує її імідж.

Неповторна індивідуальність декотрих елементів будь-якого напрямку обслуговування, а також елементи гострих відчуттів і екстремальних умов складають найбільші враження туристів.

Таким чином, туристичний контингент у першу чергу звертає увагу на:

- умови комфортабельного відпочинку та проживання;
- забезпечення високоякісного харчування на різні смаки споживачів;

- якість обслуговування, кваліфікацію персоналу, сервіс;

- наявність розважально-ігрових засобів та інше, що формує в потенційних туристів відповідний ранг туристичної структури.

Крім того, формування позитивного іміджу туристичної структури створює для неї додаткову соціальну значущість, що сприяє залученню додаткових туристичних потоків в окреслену зону відпочинку.

Таким чином, кожна туристична структура з розвиненим колоритом туристичних ресурсів досягає якісного іміджу, а розумна осмисленість функціонування такого туристичного закладу буде сприяти досягненню поставленої мети.

Досягнутий рівень іміджу, в свою чергу, зобов'язує туристичну структуру надалі розвивати та покращувати ефективність використання наступних складових у своїй діяльності:

- туристичні ресурси, розширяючи асортимент туристичного продукту, що повинен охоплювати засади, які найбільше відповідають потребам та зацікавленості туристів;

- сферу послуг усіх напрямків відпочинку, підвищуючи якість обслуговування клієнтів;

- обладнання й оформлення приміщень відпочинку та розваг, постійно розширяючи інфраструктуру туристичного закладу;

- кадровий потенціал, його культуру, освіту тощо, підтримуючи якісні стосунки персоналу з туристичним контингентом;

- наочну агітацію, рекламу, завдяки акціям яких поширюється просування туристичного продукту та розширюються межі туристичного ринку регіону та держави в цілому.

Так, формування сукупності туристичних ресурсів в єдине ціле складає притаманну квінтесенцію туристичного продукту.

Але туристичні ресурси не мають сталої класифікації, хоча автор [5] зазначає, що існує безліч класифікацій туристичних ресурсів, беручи за основу різні критерії. Одним із базових є спроба виділити первинні та вторинні ресурси або безпосередні та допоміжні. В зв'язку з цим до первинних відносять ті ресурси, що використовуються туристами та рекреантами безпосередньо.

Проте, незважаючи на таку нестабільність, існують основні складові туристичних ресурсів – природні, штучні та людські, що показано на рис. 1.

Як видно з рисунку, туристичні ресурси мають форму матеріального характеру (природні й штучні) і сервісну форму соціально-культурного характеру з людським фактором впливу в сфері туристичних послуг.

Така класифікація не має чітких меж між складовими туристичних ресурсів, тобто існують деякі види ресурсів, які відносяться до декількох складових цих ресурсів одночасно. Наприклад, катакомби або пам'ятки є результатом взаємодії природних та

людських факторів, а таке поняття, як “рекреація”, може бути частиною будь-якої складової туристичних ресурсів, що відображено на рис. 2.

напрямки:

- природні й штучні ресурси надають немовні туристичні послуги;

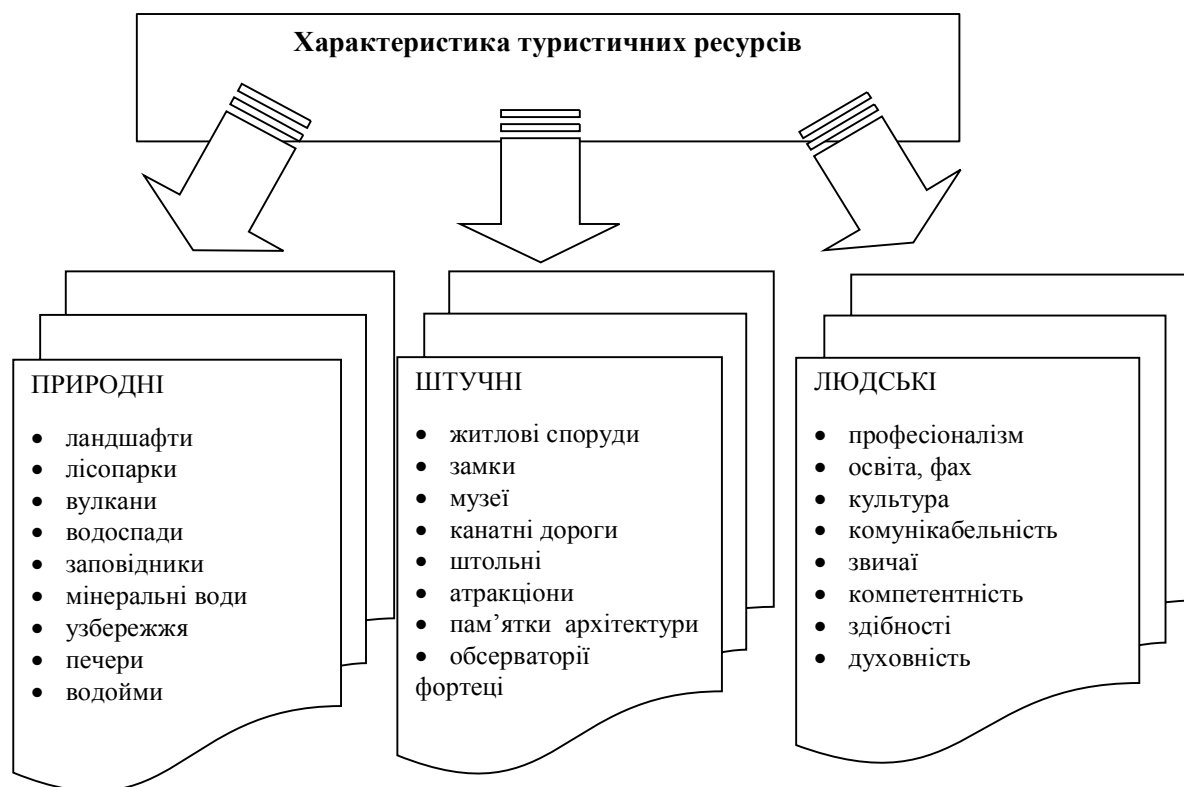


Рис. 1. Основні види туристичних ресурсів



Рис. 2. Різноманітність рекреаційних ресурсів

До природних ресурсів відносяться комплекси живої та неживої природи. Таким ресурсам, на жаль, притаманні елементи руйнування в процесі їх споживання, які пов'язані з порушенням екологічного стану і часто носять характер вичерпаності. Ось чому до таких ресурсів треба відноситись обережно з заощадженням і не перевищувати доцільних меж їх відтворення.

Щодо штучних ресурсів, то вони потребують моніторингу за їх станом, постійного оновлення, інновацій та інвестицій на їх розвиток.

Нині людські ресурси стають суттєвим потенціалом і розглядаються як стратегічний ресурс у конкурентній боротьбі ринкового середовища.

Якщо розглядати туристичні ресурси за характером їх використання, то можливі такі

- людські ресурси надають мовні туристичні послуги.

У сукупності ці два напрямки туристичних послуг складають загальний туристичний продукт. Туристичний продукт – сукупність послуг, яка є специфічним віртуальним товаром, що відрізняється від матеріального товару низкою особливостей галузевого характеру. В нашому випадку такий напрямок має туристичний характер, тобто послуга, як “небачений” і невідчутний на дотик товар, надається обслуговуючим персоналом туристичного закладу безпосередньо туристам в окресленій зоні відпочинку відповідно з договірними зобов'язаннями у вигляді документальних угод. І такий товар-послуга продається не як результат виробництва, а як діяльність [2, 7].

Тобто споживачі не можуть фізично відчувати туристичний продукт після безпосередньої його купівлі, не можуть його пощупати й оглянути. Тобто оплата передуює фактичній реалізації. Тому клієнт повністю довіряє реалізатору туристичного продукту, а сама операція купівлі для клієнта є ризикованою інвестицією. Високу довіру клієнта туристична структура повинна повністю та якісно виправдати при прибутті туристів на місце відпочинку. Так, зміст невідчутності туристичного продукту розкрито на рис. 3.

Оптимальне становлення туристичних ресурсів має значну сукупність напрямків і, як стверджує відомий фахівець туристичної індустрії Дж. Крис-

тофер Холлоуей «ядром туристичних ресурсів є транспорт, житло і визначні пам'ятки (рукотворні й природні)» [6]. Тобто за його класифікацією основними напрямками обслуговування є транспортні послуги, розміщення туристів згідно з житловим фондом туристичного закладу та проведення екскурсій по визначним пам'яткам. Але цей перелік повинен бути розширений таким обов'язковим напрямком обслуговування, як харчування, на що вказує низка дослідників-фахівців як вітчизняної [4], так і міжнародної туристичної індустрії.

Крім того, кожна туристична структура має свої особливості, тому до переліку обов'язкових напрямків обслуговування вона може включати спеціальний напрямок послуг, що приваблює клієнтів при виборі туристичного місця відпочинку. Причому такий спеціальний напрямок включається в туристичний пакет як платний.



**Рис. 3. Інтерпретація риси невідчутності туристичного продукту**

Отже, туристичний продукт розглядається як сукупність ресурсів мовного та немовного характеру і перевага надається мовним, які складають більше 80% туристичного продукту. Це дозволяє в більшості випадків ототожнювати туристичний продукт із туристичними послугами і вважати його комплексом різноманітних туристичних послуг. Таке твердження надає право використовувати деякі припущення і надалі спрощувати на розумному та дозволеному рівнях розрахунки режимів обслуговування та проведення досліджень одержаних результатів за допомогою діагностичних процедур за всіма напрямками туристичних послуг.

Туристичні ресурси визначають формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні.

Отже, туристичні ресурси мають такі основні властивості, як привабливість, кліматичні умови, доступність, ступінь дослідженості, екскурсійна значущість, пейзажні й екологічні характеристики, соціально-демографічні характеристики, потенційний запас та спосіб використання. Ці ресурси використовують із оздоровлювальною, туристичною, спортивною та пізнавальною метою і при правиль-

ному використанні приносять прибуток державі.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Ми з'ясували, що туристичний продукт можна вважати сукупністю послуг мовного і немовного характеру в сфері туристичного обслуговування при можливостях ресурсів природного, штучного та людського характеру. Різницею туристичного продукту від традиційної товарної продукції виробничих структур є його віртуальність, а також зворотний напрямок реалізації товару.

Так, подальше дослідження основних видів туристичних ресурсів та різноманітності рекреаційних ресурсів дасть можливість більш точно провести структуризацію формування туристичного продукту при наданні якісного туристичного продукту.

## ЛІТЕРАТУРА

- Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання [Текст] : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2006. – 352 с.
- Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
- Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.
- Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфери послуг : підручник / Мальська М. П., Антонюк Н. В. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
- Паньків Н. Туристичні ресурси та їхні класифікації / Н. Паньків // Наукові записки. – 2014. – №2. – С. 93-99.
- Холлоуей Дж. К. Туристичний бізнес / Холлоуей Дж. К., Тейлор Н.; [пер. з 7-го англ. вид.]. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
- Шаптала О. Рекреація і туризм: взаємозв'язки, відносини і проблеми / Шаптала О. // Вісник Української Академії державного управління при Президенті України. – 2009. – № 3. – С. 395-399.

## REFERENCES

- Agafonova, L. G. and Agafonova, O. J. (2006), *Turyzm, hotelnyy ta restorannyu biznes: tsinoutvorennya, konkurentsija, derzhavne rehylyuwannia* [Tourism, hotel and restaurant business, pricing, competition, government regulation], Znannia Ukrainy, Kyiv.
- Diadechko, L. P. (2007), *Ekonomika turystychnogo biznesu* [Economics of tourism], Centr uchbowoi literatury, Kyiv.
- Electronic resource, available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>.
- Malska, M. P. and Antoniuk, N. V. (2008), *Mizhnarodnyy turyzm i sfera poslug* [International tourism and service industries], Znannia, Kyiv.
- Pankiv N. (2014), Tourism resources and their classifications, *Naukovi zapysky*, vol. 2, pp. 93-99.

6. Holloway, J. K. and Taylor N. (2007), *Turystychnyy biznes* [The tourist business], Znannia.

7. Shaptala O. (2009), *Rekreatsija i turizm: vzajemozvjazky, vidnosyny i problemy* [Recreation and tourism: interconnections, relationships and problems],

*Visnyk Ukrainskoj akademii derzhavnogo upravlinnya pry prezidentovi Ukrainy*, vol. 3, pp. 395-399.

УДК 614.8 (477)

Садницька Т. Р.,  
ст. викл. кафедри природничих наук та захисту навколишнього середовища, Львівська  
комерційна академія, м. Львів

Породко І. Г.,  
ст. викл. кафедри природничих наук та захисту навколишнього середовища, Львівська  
комерційна академія, м. Львів

## ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ТА ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ТЕХНОГЕННИХ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

*Анотація.* Аналізується стан надзвичайних ситуацій техногенного характеру. Наводяться основні причини виникнення техногенних надзвичайних ситуацій та їх вплив на навколишнє середовище. За результатами проведених досліджень розкрито передумови (природні, техногенні та антропогенні) виникнення і поширення загроз екологічній і природно-техногенній безпеці України у регіональному вимірі. Проаналізовано динаміку виникнення надзвичайних ситуацій на території України впродовж 1997-2015 років за кількістю надзвичайних ситуацій різного походження, чисельністю загиблих і постраждалих. Визначено стратегічні напрями забезпечення екологічної та природно-техногенної безпеки регіонів України.

**Ключові слова:** надзвичайна ситуація, небезпека, техногенні надзвичайні ситуації.

Sadnitska T. R.,  
Senior Lecturer of the Department of Natural Sciences and Environmental Protection, Lviv  
Academy of Commerce, Lviv

Porodko I. G.,  
Senior Lecturer of the Department of Natural Sciences and Environmental Protection, Lviv  
Academy of Commerce, Lviv

## DYNAMICS OF INDICATORS AND CAUSES OF TECHNOGENIC EMERGENCIES ON THE TERRITORY OF UKRAINE

*Abstract.* The state of technogenic emergency situations is analysed. The basic causes of technogenic emergencies and their impact on the environment are revealed. According to the outcome of the study the prerequisites (natural, technogenic and anthropogenic) of the emergencies and spread of environmental threats to ecological and technogenic safety of Ukraine in the regional dimension are revealed. The dynamics of disasters on the territory of Ukraine for 1997-2015 years by the number of emergency situations of different origin, number of dead and injured, is analysed. The strategic directions of providing of ecological and natural-technogenic safety of Ukraine's regions are determined.

**Keywords:** emergency situation, danger, technogenic emergencies.

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день рівень природно-техногенної безпеки України зумовлений здебільшого надмірним техногенним навантаженням на природне середовище. Природно-техногенна ситуація в Україні залишається напруженою, а в ряді її складових і в окремих регіонах країни – загрозливою. Моніторинг природної та техногенної безпеки впродовж останніх років підтверджує тенденцію до збільшення потенційних небезпек.

Щорічно Державною службою України з надзвичайних ситуацій у “Національній доповіді про стан техногенної та природної безпеки в Україні” подається статистика виникнення НС в Україні за останній рік. В Україні щороку реєструється понад 300-350 надзвичайних ситуацій природного і техногенного характеру, внаслідок яких гинуть люди, завдаються великі економічні збитки. У результаті цього держава втрачає 2-2,5% валового внутрішнього продукту, що стримує поліпшення економічних показників і життя населення в

найближчій перспективі. Тільки для зняття з експлуатації Чорнобильської АЕС та перетворення об'єкта "Укриття" на екологічно безпечну систему потрібно близько 4 млрд. грн.

Проблемам природно-техногенної безпеки приділяється значна увага у наукових дослідженнях як в Україні, так і за кордоном. Але питання гарантування безпеки країни та її регіонів від аварій, катастроф і стихійних лих, протидії загрозам, розвитку екологічно орієнтованого і безпечного виробництва, формування нового світогляду на проблеми управління природно-техногенними аваріями і катастрофами з урахуванням комплексного вирішення проблем безпеки залишаються ще недостатньо вивченими. Метою дослідження розглянути актуальні питання з проблем безпеки життєдіяльності в сучасний період та проаналізувати причини виникнення надзвичайних ситуацій.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є розгляд актуальних проблем безпеки життєдіяльності в сучасний період, з'ясування причин виникнення надзвичайних ситуацій та їх наслідків для економіки України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Бурхливий науково-технічний прогрес не тільки сприяв покращенню життєдіяльності, зростанню матеріального добробуту та інтелектуального потенціалу суспільства, але й значно підвищив імовірність аварій великих технічних систем. Збільшення кількості та розширення масштабів надзвичайних ситуацій технічного та природного характеру, що викликають значні матеріальні та людські втрати, роблять вкрай важливою проблему забезпечення безпеки в природно-техногенній та соціально-політичній сферах.

Характерною особливістю сучасного етапу розвитку науково-технічного прогресу є проблема безпеки населення і навколишнього природного середовища (НПС). Людству завжди доводилося стикатися і боротися з природними стихіями, а останнім часом ситуація загострилася внаслідок агресивного техногенного впливу. Останніми роками в Україні щорічно виникає близько 300 надзвичайних ситуацій (НС) різного походження, внаслідок яких держава може втратити до 2,5 % валового внутрішнього продукту. Це призводить до відчутного уповільнення темпів економічного зростання і, як наслідок, втрати реальної можливості вагомого поліпшення рівня життя громадян. Аналіз актуальних тенденцій розвитку стихійних лих та техногенних катастроф свідчить про високу ймовірність виникнення НС природного та техногенного характеру зі значними ризиками для населення і держави у разі їх реалізації.

За останні роки в природних катастрофах загинуло більше 4 млн. осіб, а кількість постраждалих перевищує 3 млрд. осіб. Прямі економічні збитки склали більш як 400 млрд. доларів. Серйозне занепокоєння викликає стан техногенної безпеки, оскільки техногенні

катастрофи призводять до загибелі великої кількості людей. Для забезпечення діяльності Державної служби надзвичайних ситуацій (ДСНС) України за загальним фондом Державного бюджету України у 2014 році було передбачено видатки у сумі 3 378 130,7 тис. грн та спеціальним фондом у сумі 562 863,6 тис. грн. Впродовж 2014 року направлено відкриті асигнування обсягом 100 % передбачених помісячним планом асигнувань, використано 99,6 % бюджетних призначень (3 365 806,6 тис. грн), а фактичні надходження до спеціального фонду державного бюджету становлять 679 175,646 тис. грн (120,66 %).

Кошти резервного фонду використано у сумі 64 053,0 тис. грн, або 92,0 % від загальної суми, передбаченої для ДСНС (69 597,7 тис. грн).

За бюджетними програмами ДСНС України фінансування складає:

- керівництво та управління у сфері надзвичайних ситуацій – 67 226,7 тис. грн;

- авіаційні роботи з пошуку і рятування – 7 424,3 тис. грн;

- гідрометеорологічна діяльність – 170 914,6 тис. грн;

- прикладні наукові та науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням у сфері гідрометеорології, підготовка наукових кадрів – 13 901,2 тис. грн;

- прикладні наукові та науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням у сфері цивільного захисту та пожежної безпеки, підготовка наукових кадрів – 18 341,9 тис. грн;

- забезпечення діяльності сил цивільного захисту – 2 839 585,5 тис. грн;

- підготовка кадрів у сфері цивільного захисту – 255 936,5 тис. грн;

- придбання пожежної та іншої спецтехніки вітчизняного виробництва – 4 800,0 тис. грн.

Відповідно до статті 24 Бюджетним кодексом України для здійснення непередбачуваних видатків, що не мають постійного характеру і не могли бути передбачені при складанні проекту Державного бюджету, передбачено обов'язкове формування резервного фонду, який не може перевищувати 1 % обсягу видатків загального фонду Державного бюджету.

У 2014 році резервний фонд Державного бюджету був сформований у сумі 1 500 000,0 тис. грн, що складає 0,46 % обсягу видатків загального фонду Державного бюджету.

У регіональному розрізі найбільшу кількість НС упродовж 2015 року зафіксовано у м. Києві (14 НС) та Київській області (13 НС). На території Харківської та Чернігівської областей зареєстровано по 9 НС, а на території Полтавської області – 8 НС. У Донецькій, Одеській, Миколаївській та Сумській областях виникло по 7 НС, у Волинській – 6 НС. На території Вінницької, Дніпропетровської, Закарпатської, Запорізької, Житомирської, Тернопільської та Черкаської областей обліковано по 5 НС, у Львівській, Херсонській, Хмельницькій



та Чернівецькій областях зареєстровано 4 НС, у решті областей України сталося по 2-3 НС (рис.1).

Основні підходи, які дають змогу оцінити збитки, розраховуються за:

- ✓ втратами валової продукції;
- ✓ приведеними витратами на заходи для ліквідації наслідків забруднення і на відтворення того, що втрачається;
- ✓ зміною економічної оцінки забрудненого ресурсу.

1.Тимчасова типова методика визначення економічної ефективності здійснення природоохоронних заходів й оцінки економічних збитків, спричинених народному господарству забрудненням навколишнього середовища, яка була затверджена ще в 1983 році й успадкована від СРСР.

2. Методика оцінки збитків від наслідків надзвичайних ситуацій техногенного і природного характеру, яка затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 15 лютого 2002 р. №175.

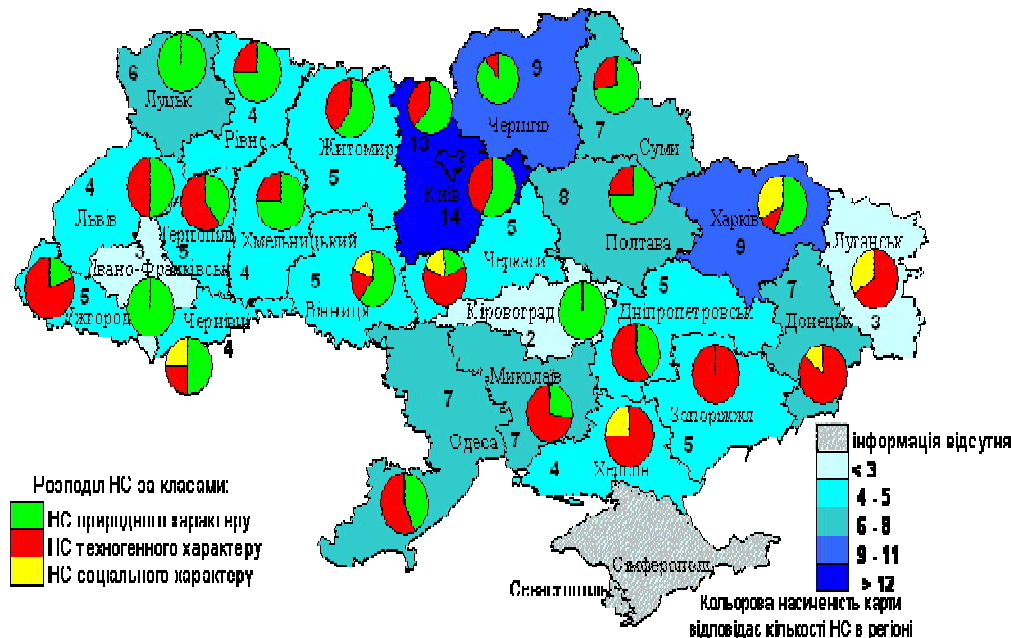


Рис. 1. Розподіл кількості надзвичайних ситуацій, що виникли в регіонах України у 2015 році

Загалом існує декілька методик визначення збитків, заподіяних НС, в яких із різним ступенем повноти враховуються витрати, що виникають внаслідок забруднення НПС, пропонуються способи визначення і методи розрахунку в натуральному вираженні, наводяться деякі залежності між ступенем забруднення НПС і розміром шкоди, заподіяної цим явищем.

Нормативно-правове середовище оцінки техногенних збитків в Україні формують такі документи:

3. Постанова Кабінету Міністрів України від 4 червня 2003 року № 862 (862-2003-п) “Про затвердження змін до Методики оцінки збитків від наслідків надзвичайних ситуацій техногенного і природного характеру” [4].

У 2015 році в Україні зареєстровано 148 надзвичайних ситуацій, які відповідно до Національного класифікатора “Класифікатор надзвичайних ситуацій” ДК 019:2010 розподілилися на: техногенного характеру - 63;

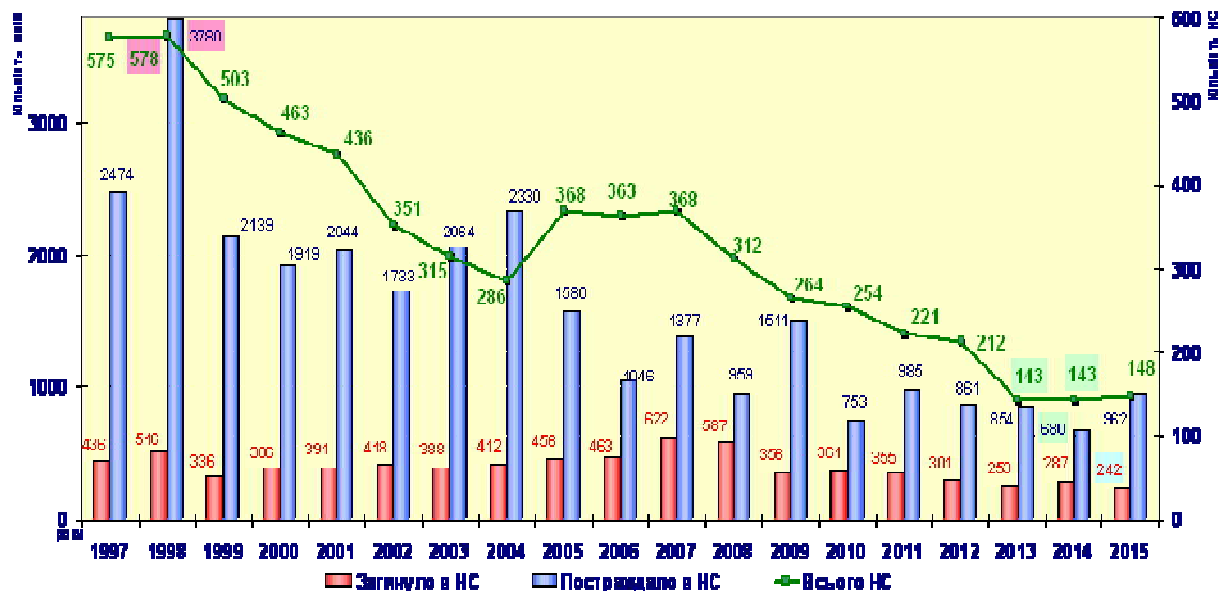


Рис. 2. Динаміка виникнення надзвичайних ситуацій на території України впродовж 1997-2015 років

природного характеру - 77; соціального характеру - 8. Внаслідок цих надзвичайних ситуацій загинуло 242 особи (з них 40 дітей) та 962 – постраждало (з них 422 дитини). Аналіз динаміки і стану природної та техногенної безпеки в Україні показав, що в цілому кількість надзвичайних ситуацій має тенденцію до зниження, зокрема у 2013-2015 роках зареєстровано найменшу кількість надзвичайних ситуацій 1997-2015 років (рис.2).

У територіальному розрізі у 2015 році найбільший техногенний ризик проявився у Донецькій, Запорізькій, Київській, Миколаївській областях та м. Києві, на території яких зареєстровано від 5 до 6 НС. У Дніпропетровській, Житомирській, Закарпатській, Луганській, Львівській, Одеській, Сумській,

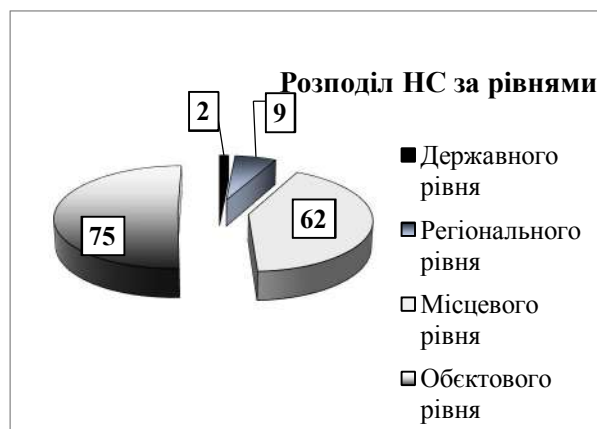


Рис. 4. Розподіл надзвичайних ситуацій техногенного характеру за рівнями у 2015 році

кій, Тернопільській та Черкаській областях зберігалися середні ризики виникнення НС техногенного характеру. На територіях цих регіонів у 2015 році сталося по 2-3 НС техногенного характеру. У Волинській, Івано-Франківській та Кіровоградській областях впродовж 2015 року не зареєстровано жодної НС техногенного характеру, в решті областей України зафіксовано по 1 НС цього класу.

За масштабами надзвичайні ситуації, що виникли у 2015 році, розподілилися на: державного рівня - 2 (1,35%); регіонального рівня - 9 (6%); місцевого рівня - 62 (42%); об'єктового рівня - 75 (50,65%) (рис.3).

Рис. 3. Розподіл надзвичайних ситуацій за рівнями у 2015 році

За масштабами надзвичайні ситуації техногенного характеру, що виникли у 2015 році, розподілилися на: державного рівня - 1 (1,5%); регіонального рівня - 6 (9,5%); місцевого рівня - 35 (55,5%); об'єктового рівня - 21 (33,5%) (рис. 4). Найбільшу загрозу життю і здоров'ю людей та найбільш трагічні наслідки у 2015 році, як і в попередні роки, мали НС на транспорті, особливо на автомобільному, а також НС, пов'язані з пожежами і вибухами. Разом з цим, кількість таких НС та кількість загиблих і постраждалих в них людей у 2015 році зменшилася, виключенням є лише НС, пов'язані з пожежами та вибухами у будівлях та

спорудах житлового призначення (кількість яких збільшилася на 15%, а кількість загиблих у них людей зросла на 4%).

Як бачимо з діаграми, кількість надзвичайних ситуацій об'єктового рівня становить невелику частку в порівнянні з іншими рівнями (21 НС із 75 НС).

Основними причинами виникнення надзвичайних ситуацій техногенного характеру в Україні у 2015 році є:

- ✓ високе антропогенне навантаження на навколишнє середовище;
- ✓ розміщення промислових об'єктів, транспортних шляхів, сельбищних зон у районах потенційної



Рис. 5. Кількість НС техногенного характеру, що сталися у 2015 році

Вид НС	Кількість НС	Загинуло людей	Постраждало людей
НС унаслідок аварій чи катастроф на транспорті	14	53	74
НС унаслідок пожеж, вибухів	40	103	59
НС унаслідок наявності у навколишньому середовищі шкідливих (забруднювальних) і радіоактивних речовин понад ГДК	1	0	0
НС унаслідок раптового руйнування будівель і споруд	2	0	0
НС унаслідок аварій у системах життєзабезпечення	5	0	0
НС унаслідок аварій у системах нафтогазового промислового комплексу	1	0	0
<b>ВСЬОГО</b>	<b>63</b>	<b>156</b>	<b>133</b>

Аналіз НС техногенного характеру за видами показав, що найбільша кількість НС сталася внаслідок аварій чи катастроф на транспорті (22 %) і пожеж, вибухів (63,5 %). Значна кількість аварій виникає на електроенергетичних системах, системах життєзабезпечення, очисних спорудах, що зумовлено високим рівнем урбанізації території та, відповідно, залежності населення від справності та чіткості роботи інфраструктурних об'єктів.

небезпеки;

- ✓ недотримання правил пожежної безпеки та свідоме ігнорування вимог правил дорожнього руху;
- ✓ порушення правил транспортування, зберігання і використання небезпечних речовин;
- ✓ застарілість основних фондів та аварійний стан значної частини мереж комунального господарства;
- ✓ порушення санітарно-гігієнічних норм та зниження контролю за виконанням протиепідемічних та протиіпідемічних заходів;

- ✓ незадовільний технічний стан виробничих об'єктів;
- ✓ зниження виробничої та технологічної дисципліни, низька професійна підготовка персоналу і населення до дій у надзвичайних ситуаціях;
- ✓ незадовільний стан збереження, утилізації та захоронення токсичних радіоактивних та побутових відходів;
- ✓ аномальні прояви атмосферних процесів тощо.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** У 2015 році порівняно з попередніми роками загальна кількість надзвичайних ситуацій дещо зменшилася, при цьому кількість надзвичайних ситуацій у порівнянні з 2013, 2014 роками збільшилася. Тенденція кількості надзвичайних ситуацій, важкість їх наслідків змушують розглядати їх як серйозну загрозу безпеці окремої людини, суспільству та навколишньому середовищу, а також стабільності розвитку економіки країни. Характерними особливостями надзвичайних ситуацій техногенного характеру є відносно невеликі обсяги матеріальних збитків у порівнянні з ситуаціями природного характеру.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Природні та техногенні загрози, оцінювання небезпек / [В. А. Андронов, А. С. Рогозін, О. М. Соболев та ін.]. – Х.: Національний університет цивільного захисту України, 2011. – 264 с.
2. Биченок М. М. Проблеми природно-техногенної безпеки в Україні / М. М. Биченок, О. М. Трофимчук. – К.: РНБОУ, 2002. – 153 с.

3. Інформаційно-аналітична довідка про надзвичайні ситуації в Україні, що сталися впродовж 2015 року. Офіційний інформаційний портал ДСНС. <http://www.mns.gov.ua/opinfo/8638.html>.

4. Постанова Кабінету Міністрів України № 862 (862-2003-п) від 4 червня 2003 р. “Про затвердження змін до Методики оцінки збитків від наслідків надзвичайних ситуацій техногенного і природного характеру”.

5. Яцишин Б. П. Безпека життєдіяльності: навч. посібник. Ч. 1 / Б. П. Яцишин, І. Г. Порошко, Т. Р. Садницька. – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – 256 с.

#### REFERENCES

1. *Pryrodni ta tekhnohenni zahrozy, otsiniuvannia nebezpek* (2011), [V. A. Andronov, A. S. Rohozin, O. M. Sobol'tain.], Natsional'ny juniversytet tsyvil'noho zakhystu Ukrainy, Kh., 264 s.
2. Bychenok, M. M. And Trofymchuk, O. M. (2002), *Problemy pryrodno-tekhnohennoi bezpeky v Ukraini*, RNBOU, K., 153 s.
3. Informatsijno-analitychna dovidka pro nadzvychajni sytuatsii v Ukraini, scho stalysia vprodovzh 2015 roku. Ofitsijnyj informatsijnyj portal DSNS, available at: <http://www.mns.gov.ua/opinfo/8638.html>.
4. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy № 862 (862-2003-p) vid 4 chervnia 2003 r. “Pro zatverdzhennia zmin do Metodyky otsinky zbytkiv vid naslidkiv nadzvychajnykh sytuatsij tekhnohennoho i pryrodnoho kharakteru”.
5. Yatsyshyn, B. P. Porodko, I. H. And Sadnits'ka, T. R. (2011), *Bezpeka zhyttiedial'nosti*. Ch. 1, Vyd-vo LKA, L'viv, 256 s.

# БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ

УДК 311:657

Дайновський Ю. А.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ, ЗНАЧЕННЯ

***Анотація.** У статті визначено сутність внутрішнього контролю підприємств у сучасних умовах господарювання та сформульовано його цілі. Охарактеризовано внутрішній контроль як складовий елемент основних функцій управління підприємством. Розглянуто та проаналізовано підходи до класифікації внутрішнього контролю. Визначено суб'єкти та цілі внутрішнього контролю на підприємстві. Розкрито основні проблеми впровадження внутрішнього контролю на підприємствах та запропоновано шляхи їх вирішення.*

**Ключові слова:** внутрішній контроль, управління, підприємство, функції управління.

Daynovskyy Y. A.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Marketing, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## INTERNAL CONTROL IN MANAGEMENT OF ENTERPRISES: ESSENCE, SIGNIFICANCE

***Abstract.** In the article the essence of internal control of enterprises in the current economic conditions is determined and its goals are formulated. The internal control as a part of the basic management functions of the enterprise is characterized. The approaches to the classification of internal control are revealed and analyzed. The subjects and objectives of internal control at the enterprise are defined. The basic problems of implementation of internal control in enterprises are revealed and the ways of their solution are proposed.*

**Keywords:** internal control, management, enterprise, management functions.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах господарювання підприємства різних видів діяльності у процесі функціонування виконують ряд функцій: планування, прогнозування, бюджетування та ін., які ефективно реалізуються та досягаються за допомогою ефективно діючого управління. Однією з основних функцій управління є функція внутрішнього контролю, яка полягає в моніторингу діяльності підприємства, з метою забезпечення економічних інтересів власника шляхом створення інформаційного базису із застосуванням методичного інструментарію контролю.

Практика підтверджує, що найкращим на сьогодні інструментом ринкових перебудов діяльності підприємства є впровадження системи внутрішнього контролю. З огляду на те, що за відповідність структури внутрішнього контролю та її впровадження відповідає керівництво, керівники всіх організаційних підрозділів у системі управління підприємства повинні розуміти природу структури внутрішнього контролю і цілі,

досягнення яких покликані забезпечити заходи внутрішнього контролю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання впровадження внутрішнього контролю в систему управління діяльністю підприємств розглядалися у наукових працях багатьох вітчизняних вчених: Валуєва Б. І., Гуцайлюка З. В., Корягіна М. В., Куцика П. О., Нападовської Л. В., Пантелєєва В. П., Шевчука В. О. та зарубіжних науковців: Поукока М. А. (Poukok M. A.), Тейлора А. Х. (Taylor A. H.), Фрідмана П. (Daniel Paul Friedman). Результати досліджень провідних науковців свідчать про необхідність удосконалення системи внутрішнього контролю на підприємствах. Досліджуючи поняття "внутрішній контроль", справедливо підкреслити, що у авторів видань останніх років не існує однастайності при поданні його визначень. Так, Куцик П. О. внутрішній контроль характеризує як самостійну функцію управління, що виступає засобом налагодження зворотних зв'язків, завдяки чому управлінський персонал підприємства чітко простежує хід виконання прийнятих ним рішень [1,

с. 25]. Пантелеев В. П. окреслює внутрішній контроль (з позиції управління) як систему фінансового та інших видів контролю, яка передбачає наявність організаційної структури, методів і способів роботи [2, с. 32]. А Шевчук В. О. взагалі говорить про некоректність поділу контролю на внутрішній і зовнішній різновиди [3, с. 49]. Тобто перші два автори визначають місце внутрішнього контролю як самостійну функцію управління. Третій же автор відкидає саму можливість існування внутрішнього контролю.

Л. В. Нападівська вказує на необхідність створення центрів відповідальності контролю, що забезпечить спрямованість його на результат [4]. Є. В. Калюга пріоритетним аспектом у процесі організації внутрішнього контролю вважає побудову ефективно діючої системи попереднього контролю [5]. На посиленні ролі децентралізованого підходу щодо організації системи контролю у межах підприємства наголошує В. Ф. Максимова [6].

**Постановка завдання.** Основним завданням даного дослідження є розкриття сутності та значення внутрішнього контролю в процесі управління діяльністю підприємств, а також розробка підходів до класифікації внутрішнього контролю.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За результатами проведеного дослідження вважаємо, що під внутрішнім контролем необхідно розуміти систему заходів, організованих керівництвом підприємства і здійснюваних на підприємстві, з метою найбільш ефективного виконання всіма працівниками своїх посадових обов'язків при виконанні господарських операцій. При цьому мається на увазі не тільки і не стільки функціонування контрольно-ревізійного підрозділу чи служби внутрішнього контролю підприємства, скільки створення системи всеохоплюючого контролю, коли її основні функції буде виконувати не тільки внутрішній контролер, а і весь апарат управління підприємства.

При розробці ефективної системи внутрішнього контролю керівництво підприємства ставить наступні цілі:

- забезпечення управлінського персоналу надійною інформацією;
- забезпечення збереження активів;
- забезпечення захисту інформації;
- забезпечення ефективності господарської діяльності;
- забезпечення відповідності методики й організації обліку прийнятій обліковій політиці;
- забезпечення дотримання правил складання і подання фінансової звітності.

На будь-якій стадії процесу управління неминучі відхилення фактичного стану об'єкта господарської діяльності, що виражений у вартісних показниках, від запланованого. Для своєчасної інформації про якість та зміст таких відхилень необхідний внутрішній контроль. Особливість внутрішнього контролю полягає в його "двоїстій ролі" у процесі управління підприємством. В

результаті ґрунтовної імплементації внутрішнього контролю до основних складових процесу управління підприємства на практиці неможливо визначити "функціональне коло діяльності" для працівника таким чином, щоб він ізольовано відповідав лише за певну функцію управління без його взаємозв'язку і взаємодії з внутрішнім контролем. Тому вважаємо, що будь-яка функція управління обов'язково інтегрована з внутрішнім контролем. Теоретично розглядаючи кожну функцію управління як окрему стадію процесу управління, припускаємо, що функція внутрішнього контролю притаманна кожній стадії, для оптимального її здійснення [7].

Так, на стадії планування реалізуються наступні внутрішньоконтрольні функції:

- оцінка раціональності можливих варіантів планових рішень;
- відповідність рішень прийнятим планам і наміченим орієнтирам, а також загальній стратегії.

Для забезпечення раціональності та адекватності в навколишніх умовах самої господарської діяльності підприємства і його загальної стратегії, з метою успішної реалізації управлінських рішень (з точки зору потенціалу підприємства) також необхідний внутрішній контроль. Якщо в стадію планування не "включити" елемент внутрішнього контролю, помилковість планування в кращому випадку виявиться на стадії організації та регулювання.

На стадіях організації та регулювання реалізації управлінських рішень необхідний внутрішній контроль правильності ходу реалізації прийнятих управлінських рішень для досягнення необхідних результатів.

На стадії обліку повинен бути забезпечений контроль за:

- 1) наявністю і рухом майна;
- 2) раціональним використанням виробничих ресурсів відповідно до затверджених норм, нормативів і кошторисів;
- 3) станом виданих та отриманих зобов'язань;
- 4) доцільністю і законністю господарських операцій підприємства та ін.

Дані обліку служать інформаційним базисом для внутрішнього контролю. З іншого боку, необхідний внутрішній контроль якості методики та організації самого обліку.

На стадії аналізу здійснюється оцінка інформації про результати виконання управлінських рішень на основі її деталізації на різні складові та їх співвіднесення між собою. Тому внутрішній контроль і аналіз глибоко інтегровані. Дані внутрішнього контролю часто є основою для проведення аналізу. На стадії аналізу реалізуються і внутрішньоконтрольні функції, наприклад контроль рівня забезпеченості запасів і витрат джерелами їх формування. Методи аналізу, що використовуються на стадіях здійснення внутрішньоконтрольної діяльності, оцінюють ступінь наближення фактичних результатів до кінцевих результатів будь-якої управлінської програми незалежно від того, викладено її в

загальних або конкретних аспектах. Внутрішній контроль якості проведення аналізу – необхідний етап при оцінці узагальненої інформації щодо результатів виконання управлінських рішень на підприємстві [8].

Внутрішній контроль доцільно класифікувати за значимістю суб'єктів внутрішнього контролю з точки зору їх участі у господарській діяльності на підприємстві. Суб'єктом внутрішнього контролю підприємства є працівник або учасник (власник) підприємства, що здійснює контрольні дії при виконанні покладених на нього обов'язків або тільки на підставі відповідних прав.

Якщо член ревізійної комісії чи служби внутрішнього контролю не є учасником або працівником даного підприємства, він вважається суб'єктом внутрішнього контролю в період виконання відповідних обов'язків. Усіх суб'єктів внутрішнього контролю доцільно розподілити за такими рівнями з точки зору значимості у системі внутрішнього контролю:

1) суб'єкти внутрішнього контролю першого рівня – це учасники (власники) підприємства, що здійснюють внутрішній контроль безпосередньо чи опосередковано (за допомогою незалежних експертів, у тому числі зовнішніх аудиторів);

2) суб'єкти внутрішнього контролю другого рівня. В їх обов'язки безпосередньо не входить внутрішній контроль, але через необхідність вони виконують і контрольні функції (працівник, який контролює якість роботи обладнання);

3) суб'єкти внутрішнього контролю третього рівня – виконують контрольні функції для реалізації службових обов'язків (функцій), які за ними закріплені безпосередньо (працівники планово-економічного відділу, відділу кадрів);

4) суб'єкти внутрішнього контролю четвертого рівня. В їх обов'язки входять контрольні та інші функції (адміністративно-управлінський персонал; персонал, який обслуговує комп'ютерні системи; співробітники відділу бухгалтерського обліку, служб комерційної й економічної безпеки);

5) суб'єкти внутрішнього контролю п'ятого рівня. В їх функціональні обов'язки входить тільки здійснення безпосередньо внутрішнього контролю (співробітники відділу внутрішнього контролю та члени ревізійної комісії, співробітники відділів вхідного і технічного контролю і т.д.) [7].

Відомо, що на тих підприємствах різних видів економічної діяльності, де налагоджений поточний внутрішній контроль, забезпечується ощадливість і збереження цінностей. З метою посилення боротьби з нестачами і розкраданням необхідно, щоб внутрішній контроль здійснювався об'єднаними зусиллями всіх спеціалістів, керівників господарських підрозділів та бухгалтерських служб. При цьому особливе значення має щоденний контроль за переміщенням цінностей на окремих об'єктах підприємства.

Сьогодні однією з актуальних проблем, що вимагає вирішення, є проблема посилення внутрішнього контролю за раціональним і ефективним використанням ресурсів, попередженням

непродуктивних витрат, що завдають великих збитків економіці підприємств. Чималі суми непродуктивних витрат пов'язані не стільки з недоліками в організації фінансово-господарської діяльності на підприємствах, скільки з низькою якістю внутрішнього контролю. Поряд із цим особливо гостро стоять проблеми збереження матеріальних цінностей, попередження нестач і розкрадань.

У виявленні й попередженні нестач і розкрадань значна роль належить внутрішньому контролю. По суті, близько 90 % нестач і розкрадань на підприємствах виявляється інвентаризаціями, проведеними безпосередньо їх працівниками. Поряд із цим (у процесі здійснення внутрішнього контролю) виявляється близько 50 % непродуктивних витрат і втрат.

Тому з метою збереження майна, своєчасного попередження нестач, розтрат і непродуктивних витрат потрібно насамперед забезпечити ефективність внутрішнього контролю. Функції ці повинні здійснювати керівники і фахівці структурних підрозділів підприємств та працівники бухгалтерій при виконанні своїх функціональних обов'язків. Деякі недоліки практики здійснення такого контролю викликані тим, що методичні прийоми його практично не розроблені.

У результаті внутрішній контроль відданий на відкуп інтуїції та досвіду фахівців, які здійснюють контрольні функції на свій розсуд, адже практично відсутні необхідні методичні вказівки щодо здійснення внутрішньогосподарського контролю. У зв'язку з цим контроль проводять (рідко і формально) лише після виконання операцій, як правило, у період подання документів до бухгалтерії [1].

Попри те, що на різних рівнях управління видається велика кількість наказів щодо необхідності посилення внутрішнього контролю за збереженням майна, залишаються винятково актуальними питання підвищення якості інвентаризацій і контрольних вибірковок перевірок матеріальних цінностей на об'єктах збереження (складах), усунення порушень правил оформлення документів, ведення обліку цінностей і грошових коштів, удосконалення організації матеріальної відповідальності на всіх об'єктах їх збереження.

Для посилення контролю за збереженням цінностей потрібно чітко визначити конкретних осіб, які матеріально відповідають за цю ділянку роботи. Але щоб знати, хто відповідає за недоліки в забезпеченні збереження цінностей і підвищенні ефективності господарської діяльності на підприємствах, повинна дотримуватися повна ясність і визначеність між матеріально відповідальними особами щодо розподілу їх обов'язків.

Для цього необхідна чітка, повна й інтегрована структура внутрішнього контролю, в якій усі підсистеми мають бути взаємозалежні. Низька якість внутрішнього контролю, недостатнє використання зворотного зв'язку не забезпечують передбачення помилок, а отже і запобігання ним у системі управління господарською діяльністю.

Поряд із тим багато недоліків в організації й здійсненні внутрішнього контролю на підприємствах можна було б уникнути за умови існування чітких розробок щодо конкретних явищ у наукових джерелах, але натомість багато авторів або упускають питання внутрішнього контролю, або не розкривають його методики, а це негативно впливає на практику здійснення внутрішнього контролю.

З точки зору організації бухгалтерського обліку, контролю та аналізу [2] внутрішній контроль в умовах функціонування автоматизованої системи обробки інформації організовується в інтересах підприємства та з метою допомогти йому ефективно виконувати свої функції. Внутрішній контроль передбачає перевірку додержання умов законодавчих і нормативних актів за здійсненими господарськими операціями та оцінку економічності й ефективності операцій, проведених на підприємстві. Він охоплює такі основні напрямки:

- контроль політики і методу управління підприємством, організаційної структури підприємства, реальності, повноти, розташування, точності, класифікації облікових даних;

- перевірку рівня досягнення програмних цілей підприємства; перевірку правильності формування кореспонденції рахунку по господарських операціях зіставленням усіх операцій з Інструкцією про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій;

- перевірку відповідності даних інвентаризації фактичним даним вибірковою інвентаризацією і звірянням її результатів із фактичними даними; перевірку підсумкових даних встановленням взаємозв'язків між ними і здобуттям необхідної інформації про відхилення;

- виявлення відхилень від установлених нормативних даних звірянням фактичних витрат на виробництво з нормативно-довідковою інформацією; виявлення причин і винуватців відхилень на основі бази знань;

- підтвердження вірогідності інформації, що міститься в бухгалтерській звітності;

- оцінку діяльності підприємства;

- моделювання облікового процесу з метою одержання необхідної інформації для управління підприємством; бюджетування облікових даних для планування і прогнозування фінансово-господарської діяльності підприємства.

Відповідно до чинного законодавства підприємства в Україні можуть мати різні організаційно-правові форми господарювання (приватні, державні, комунальні підприємства та ін.), які визначаються відповідно до Класифікатора організаційно-правових форм господарювання. Вплив організаційно-правової форми на структуру системи внутрішнього контролю підприємства зумовлений наявністю законодавчих підстав, які певною мірою регламентують організаційні та методичні аспекти функціонування цієї системи.

Структура внутрішнього контролю визначається як сукупність планів організації, включаючи

ставлення керівництва, методи, процедури та інші заходи для забезпечення достатньої впевненості в тому, що наступні загальні цілі досягаються:

- подальший розвиток налагодженої, ефективної та результативної діяльності та якісних продуктів та послуг згідно з місією підприємства;

- захист ресурсів від втрат через брак, зловживання, неефективне управління, помилки, махінації та інші негаразди;

- дотримання законів, положень та настанов керівництва;

- розвиток і підтримання достовірних управлінських даних та їхнє правдиве представлення в звітності, що подається своєчасно [3].

Керівники окремих структурних підрозділів іноді не вникають у суть і ефективність рішень. Тому з метою посилення контролю особливу увагу необхідно приділити перевірці економічної ефективності й доцільності здійснення господарських операцій підприємств. Контроль поточної господарської діяльності не завжди здійснюють комплексно, об'єднаними зусиллями аудиторів, економістів та інших спеціалістів підприємств. Цим повинні займатися спеціалісти, які знають економіку, технологію виробництва та ін.

Успіх підприємства в умовах перехідної економіки в Україні залежить від багатьох чинників, у т.ч. від формування системи внутрішнього контролю і системи захисту інформації та рівня облікової політики щодо забезпечення надійної фінансової звітності.

Аналіз діючої практики внутрішнього контролю на підприємствах Західної України засвідчує достатньо низький рівень технічного забезпечення внутрішніх контролерів. За допомогою комп'ютерних програм здійснюють формування контрольних даних, прийоми документального контролю. Не можна вважати поширеним використання комп'ютерних засобів під час проведення інвентаризацій.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Результати проведеного дослідження свідчать, що можливості контролю як функції управління використовуються сьогодні недостатньо. В окремих випадках система внутрішнього контролю не відповідає вимогам наукового управління з причин методологічного, методичного й організаційного характеру. У зв'язку з цим виникає потреба розробити методи оптимізації контрольної системи підприємства. Серед методів підвищення ефективності функціонування системи внутрішнього контролю в сучасних підприємствах пропонуємо застосовувати наступні: метод розподілу повноважень і відповідальності між працівниками, ротація кадрів, здійснення контролю за окремими напрямками діяльності, вдосконалення контролю при плануванні продажу, збору інформації та формування справи-дос'є на покупців і замовників, діагностики і прогнозування проблем.

Особливо важливим методом оптимізації контрольної системи підприємства є бюджетний контроль, який забезпечує своєчасне виявлення відхи-



лень фактичних показників від запланованих, їх причин та забезпечує відповідну реакцію на них. Результати здійснення такого контролю повинні відображатись у щоденних, тижневих, декадних, місячних і кварталних контрольних звітах.

Таким чином, внутрішній контроль організації є:

1) невід'ємним елементом кожної стадії процесу управління;

2) "відокремленою" стадією, яка забезпечує інформаційну прозорість на предмет якості процесу управління на всіх інших стадіях господарської діяльності підприємства.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Куцик П. О. Внутрішній контроль розрахункових операцій в системі управління будівельним підприємством / П. О. Куцик // Вісник Львівської комерційної академії. – 2013. – Вип. 32. – С. 117-123.

2. Пантелєєв В. П. Внутрішній аудит : навч. посібник / В. П. Пантелєєв, М. Д. Корінко, В. О. Шевчук; Державна академія статистики, обліку та аудиту Державного комітету статистики України. – К., 2006. – 247 с.

3. Шевчук В. О. Контроль господарських систем у суспільстві з перехідною економікою : монографія / В. О. Шевчук. – К. : КДТЕУ, 1998, 371 с.

4. Нападівська Л. В. Внутрішньогосподарський контроль в ринковій економіці : монографія / Л. В. Нападівська. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2000. – 224 с.

5. Калюга Є. В. Фінансово-господарський контроль у системі управління : монографія / Є. В. Калюга. – К. : Ельга, 2002. – 355 с.

6. Максимова В. Ф. Внутрішній контроль економічної діяльності промислового підприємства

– системний підхід до розвитку : монографія / В. Ф. Максимова. – К. : АБПІО, 2005. – 262 с.

7. Internal Control – Integrated Framework [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.coso.org/documents/internal%20control-integrated%20framework.pdf>.

8. Guidelines for Internal Control Standards for the Public Sector [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.issai.org/media/13329/intosai\\_gov\\_9100\\_e.pdf](http://www.issai.org/media/13329/intosai_gov_9100_e.pdf).

#### REFERENCES

1. Kutsyk, P. O. (2013), *Vnutrishnij kontrol' rozrakhunkovykh operatsij v systemi upravlinnia budivelnym pidpriemstvom, Visnyk Lviv's'koi komertsijnoi akademii*, vyp. 32, s. 117-123.

2. Pantelieiev, V. P. Korin'ko, M. D. and Shevchuk, V. O. (2006), *Vnutrishnij audyt*, K., 247 s.

3. Shevchuk, V. O. (1998), *Kontrol' hospodars'kykh system u suspil'stvi z perekhidnoiu ekonomikoiu*, K., KDTEU, 371 s.

4. Napadov's'ka, L. V. (2000), *Vnutrishn'ohospodars'kyj kontrol' v rynkovij ekonomitsi*, Nauka i osvita, Dnipropetrovs'k, 224 s.

5. Kaliuha, Ye. V. (2002), *Finansovo-hospodars'kyj kontrol' u systemi upravlinnia*, El'ha, K., 355 s.

6. Maksimova, V. F. (2005), *Vnutrishnij kontrol' ekonomichnoi diial'nosti promyslovoho pidpriemstva – systemnyj pidkhid do rozvytku*, AVRIO, K., 262 s.

7. Internal Control – Integrated Framework, available at: <http://www.coso.org/documents/internal%20control-integrated%20framework.pdf>.

8. Guidelines for Internal Control Standards for the Public Sector, available at: [http://www.issai.org/media/13329/intosai\\_gov\\_9100\\_e.pdf](http://www.issai.org/media/13329/intosai_gov_9100_e.pdf).

Гальків Л. І.,

д.е.н., проф. кафедри фінансів, кредиту та страхування, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПИТАННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ

*Анотація.* У статті визначені дискусійні моменти сутності аналізу фінансового стану та запропоновано авторське його тлумачення. Окреслені та узагальнені основні проблемні питання теорії і чинної методики аналізу фінансового стану підприємств та запропоновані напрями їх вирішення. Акцентовано увагу на необхідності удосконалення чинної методики аналізу фінансового стану підприємств шляхом поєднання кращих традицій вітчизняної аналітичної науки та зарубіжного досвіду, що дозволить підвищити якість аналітичного забезпечення прийняття рішень в процесі управління господарюючими суб'єктами як у коротко-, так і довгостроковій перспективі.

**Ключові слова:** аналіз, фінансовий стан, проблемні питання, методика, показники.

Halkiv L. I.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finances, Credit and Insurance, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ISSUES OF FINANCIAL STATE ANALYSIS OF AN ENTERPRISE

*Abstract.* In the article the discussion points of the essence of financial state analysis are determined and its author's interpretation is proposed. The main problems of the theory and current techniques of enterprises financial state analysis are outlined and summarized and the ways of their solution are proposed. The attention is emphasized on the need to improve current methods of enterprises financial state analysis by combining the best traditions of domestic analytical science and international experience that will improve the quality of analytical providing of decision-making in the management of business entities both in the short and long term.

**Keywords:** analysis, financial condition, problems, methods, indicators.

**Постановка проблеми.** Світові кризові явища та нестабільність національної економіки актуалізують проблему якісного аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень. Важливим інструментом задоволення інформаційних потреб як внутрішніх користувачів – для прийняття управлінських рішень, пов'язаних із підвищенням ефективності господарювання, так і зовнішніх – для вибору інвестиційно привабливих суб'єктів є аналіз фінансового стану підприємства. Однак, дослідження теоретичних основ у загальному і понятійного апарату, зокрема, та чинної методики аналізу фінансового стану дозволяє констатувати про їх неадаптованість до сучасних умов господарювання вітчизняних підприємств та недостатність для забезпечення управління релевантною інформацією для прийняття рішень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання аналізу фінансового стану у своїх працях висвітлювали такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як: Г. Крамаренко [5], Б. Грабовецький [3], Є. Мних, М. Чумаченко [1], Н. Строченко, М. Болюх [1],

В. Бурчевський [1], Т. Герасименко [2], Ю. Цал-Цалко, Н. Остап'юк [7], Є. Носова [6], А. Шеремет, Г. Савицька [8], Р. Сейфулін, Е. Хелфер, Є. Брігхем та ін. Однак, на сьогодні окремі питання теоретичного та методологічного характеру залишаються невирішеними.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження сутності аналізу фінансового стану та окреслення його проблемних методологічних питань і визначення напрямів їх вирішення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Функціонування вітчизняних підприємств в умовах економічних трансформацій, які супроводжуються кризовими явищами, актуалізує проблему оцінки фінансового стану з точки зору її об'єктивності та відповідності реаліям господарювання. Фінансовий стан – складна економічна категорія, яку неоднозначно тлумачать як вітчизняні, так і зарубіжні науковці.

У вузькому сенсі трактують фінансовий аналіз М. Чумаченко, М. Болюх, В. Бурчевський, вважаючи, що це показник його фінансової конкуренто-

спроможності, тобто кредитоспроможності, платоспроможності, виконання зобов'язань перед державою та іншими підприємствами [1]. Б. Грабовецький ототожнює фінансовий стан із наявністю, розміщенням і використанням фінансових ресурсів [3].

У широкому розумінні розглядають дану економічну категорію Г. Савицька та Є. Носова. Зокрема, Г. Савицька вважає, що “фінансовий стан

Є. Носова, зазначаючи, що “фінансовий стан – це складна економічна категорія, яка характеризує діяльність підприємства у певному періоді та у динаміці, відображає ступінь забезпеченості підприємства фінансовими ресурсами, раціональність їх розміщення, забезпеченість власними оборотними коштами для своєчасного проведення розрахунків за зобов'язаннями та здійснення ефективної господарської діяльності у майбутньому” [6].



**Рис. 1. Теоретико - методичні проблемні питання аналізу фінансового стану підприємств та напрями їх вирішення**

підприємства – це складна економічна категорія, що відображає на певний момент стан капіталу в процесі його кругообороту і здатність суб'єкта господарювання до саморозвитку” [8]. Підтримує її думку і

На наш погляд, фінансовий стан є результатом взаємодії усіх елементів фінансових відносин, що виникають у підприємства в процесі його господарської діяльності під впливом факторів внутрішнього і зовнішнього середовищ. Відповідно, з одного

боку, він є результатом діяльності підприємства, тобто його досягненням, а з іншого – визначає передумови розвитку господарюючого суб'єкта. З огляду на це, сучасне розуміння сутності фінансового стану, на протипагу найбільш поширеному його трактуванню як забезпеченості фінансовими ресурсами та комбінації значень фінансових показників на певну дату, повинне полягати у визначенні його, насамперед, як динамічної категорії, що формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів.

Отже, фінансовий стан підприємства – це комплексне динамічне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин, вираженим через систему фінансових показників, які відбивають стан і ефективність використання основних та оборотних активів, власних і позикових коштів, фінансову стійкість, кредито- і платоспроможність, ділову активність, рентабельність та інвестиційну привабливість з урахуванням впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

З огляду на зазначене, вважаємо, що удосконалення методики аналізу фінансового стану підприємства повинно бути спрямованим на повноцінне і різностороннє забезпечення потреб користувачів реальною інформацією. Відповідно, процес удосконалення методики аналізу фінансового стану знаходиться в одній площині з вирішенням низки питань теоретичного і методичного характеру (рис. 1).

Проблемним теоретичним питанням аналізу фінансового стану є неоднозначне використання назв окремих фінансових коефіцієнтів, що вносить плутанину у практику аналітичної роботи. До прикладу, коефіцієнт абсолютної ліквідності називають коефіцієнтом абсолютної платоспроможності або ж миттєвої ліквідності. Вирішенню даного питання сприяла б розробка єдиного документа – Методичних рекомендацій з проведення аналізу фінансового стану підприємств, які б узагальнили основні положення тих основних документів (Методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій, Методики проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій, Методичних рекомендацій по аналізу фінансово-господарського стану підприємств та організацій та ін.), які були затверджені окремими відомствами і міністерствами впродовж 1997 - 2006 років та у подальшому доповнені.

Одним із суттєвих спірних методичних питань є зацикленість науковців і практиків на використанні фінансових коефіцієнтів. На сьогодні фахівцями з фінансового аналізу пропонується більше 200 показників, які можна розрахувати за даними звітності. Така величезна кількість коефіцієнтів суттєво ускладнює формулювання об'єктивних висновків про фінансовий стан підприємства. Н. Остап'юк були досліджені найбільш поширені методики та моделі, що використовуються для оцінки фінансового стану підприємства [7]. Автор прийшла до висновку, що понад 80 % науковців надають перевагу горизон-

тальному, вертикальному та коефіцієнтному аналізу. Натомість, до прикладу, економіко-математичні методи не знаходять широкого використання.

Не менш важливим невирішеним проблемним питанням залишається використання у вітчизняній практиці аналізу фінансового стану нормативних значень окремих коефіцієнтів, запозичених із зарубіжного досвіду. Ми приєднуємось до думки Т. Герасименко та М. Пономаренко, що використовувати нормативні значення коефіцієнтів “не враховують а ні особливостей розвитку національної економіки, а ні галузевих особливостей діяльності, а ні фактичного стану активів, власного капіталу і зобов'язань господарюючих суб'єктів” [1, с. 20]. З цього приводу автори вважають, що “у сучасних умовах господарювання доцільним буде розрахунок рекомендованих значень коефіцієнтів для окремо взятих видів економічної діяльності на основі статистичних спостережень” [1, с. 20].

Потребують перегляду і алгоритми розрахунку окремих показників та коефіцієнтів. До прикладу при розрахунку коефіцієнта абсолютної ліквідності доцільно, на наш погляд, найбільш високоліквідні оборотні активи співставляти не із загальною величиною поточних зобов'язань, а тільки з тією їх частиною, яка вимагає негайного погашення.

Удосконаленню методики аналізу фінансового стану сприятиме і удосконалення наявної інформаційної бази, насамперед, фінансової звітності, а також доповнення її нефінансовими показниками. Це дозволить переорієнтувати спрямованість методики аналізу фінансового стану з ретроспективної на перспективну, і, водночас, сприятиме формуванню інформаційного підґрунтя для розробки фінансової стратегії підприємства.

Погоджуючись з думкою О. В. Кожевіної з приводу того, що “покращення фінансового стану підприємства нерозривно пов'язане з дослідженням стратегічних напрямів і цілей його розвитку” [10, с. 104], вважаємо, що сучасна методика аналізу фінансового стану повинна поєднувати напрацювання аналітичної вітчизняної школи та нові методи і підходи фінансового і стратегічного менеджменту. Відповідно основні елементи сучасної методики аналізу фінансового стану підприємства подано на рис. 2.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Отже, фінансовий стан, як складна динамічна категорія, викликає неабиякий інтерес науковців і практиків у силу своєї значущості не тільки у контексті індикатора стабільності функціонування, але й можливих перспектив подальшого розвитку та зростання вартості бізнесу. З огляду на це, запропоновані напрями вирішення окреслених теоретичних, пов'язаних із уточненням категоріально-понятійного апарату, та методичних проблем, обумовлених зацикленістю на розрахунок фінансових коефіцієнтів, невідповідністю нормативних значень фінансових коефіцієнтів і недосконалістю методик розрахунку окремих показників сучасним реаліям господарювання та ін. сприятимуть, на наш погляд, покращенню

аналітичного забезпечення прийняття оперативних і стратегічних управлінських рішень.

1. Болух М. А. Економічний аналіз : навч. посібник / М. А. Болух, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.; за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. – [вид. 2-ге, перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2003. – 556 с.

2. Герасименко Т. О. Теоретико-методичні проб-

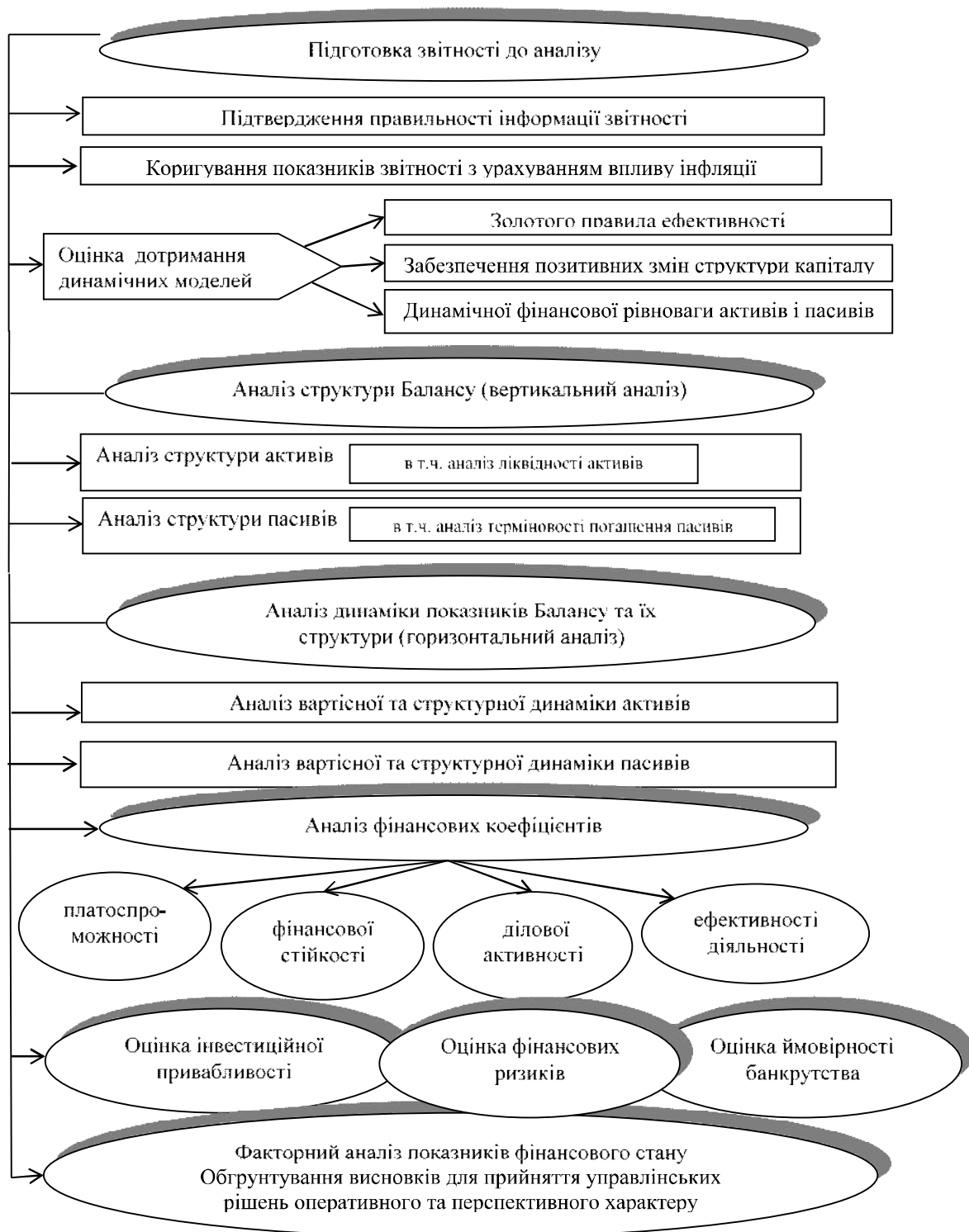


Рис. 2. Структура методики комплексного аналізу фінансового стану підприємства (сформовано автором)

## ЛІТЕРАТУРА

леми аналізу показників балансу / Т. О. Герасименко, М. В. Пономаренко // Інтеграційні фінансово-економічні напрями розвитку України : збірник ма-

теріалів II наук.-практ. Інтернет-конференції 27 лют. 2013 р. – Львів, 2013. – 244 с.

3. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навч. посібник / Б. Є. Грабовецький К. : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.

4. Кожевина О. В. Управление развитием организации : теория, методология, практика : монография / О. В. Кожевина. – Барнаул : Алтайский государственный ун-т, 2008. – 236 с.

5. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз : підручник / Г. О. Крамаренко, О. Є. Чорна. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 392 с.

6. Носова Є. Система показників оцінки фінансового стану підприємств / Є. Носова [Електронний ресурс]. – [Режим доступу : [http://papers.univ.kiev.ua/1/ekonomika/articles/nosova-y-system-of-evaluation-of-financial-condition-of-enterprise\\_18825.pdf](http://papers.univ.kiev.ua/1/ekonomika/articles/nosova-y-system-of-evaluation-of-financial-condition-of-enterprise_18825.pdf)]. – Назва з екрана.

7. Остап'юк Н. А. Методика оцінки фінансового стану підприємства в умовах інфляції / Н. А. Остап'юк // Вісник ЖДТУ. – 2011.– № 1(55).– С. 127 – 129.

8. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : [навч. посібник] / Г. В. Савицька. – К. : Знання, 2004. – 654 с.

#### REFERENCES

1. Boliukh M. A. Ekonomichnyj analiz : navch. posibnyk / M. A. Boliukh, V. Z. Burchevs'kyj, M. I. Horbatok ta in.; Za red. akad. NANU, prof. M. H. Chumachenka. – [vyd. 2-he, pererob. i dop.]. –

K. : KNEU, 2003. – 556 s.

2. Gerasymenko T. O. Teoretyko-metodychni problemy analizu pokaznykiv balansu / T. O. Gerasymenko, M. V. Ponomarenko // Intehratsijni finansovo-ekonomichni napriamy rozvytku Ukrainy : zbirnyk materialiv II nauk.-prakt. Internet-konferentsii 27 liut. 2013 r. – L'viv, 2013. – 244 s.

3. Hrabovets'kyj B. Ye. Ekonomichnyj analiz : navch. posibnyk / B. Ye. Hrabovets'kyj K. : Tsentri uchbovoi literatury, 2009. – 256 s.

4. Kozhevyna O. V. Upravlenye razvytyem orhanyzatsyy : teoryia, metodolohyia, praktyka : monohrafiya / O. V. Kozhevyna. – Barnaul : Altajskij hosudarstvennyj un-t, 2008. – 236 ts.

5. Kramarenko H. O. Finansovyj analiz : pidruchnyk / H. O. Kramarenko, O. Ye. Chorna. – K. : Tsentri uchbovoi literatury, 2008. – 392 s.

6. Nosova Ye. Systema pokaznykiv otsinky finansovoho stanu pidpriemstv / Ye. Nosova [Elektronnyj resurs]. – [Rezhym dostupu : [http://papers.univ.kiev.ua/1/ekonomika/artitsles/nosova-y-system-of-evaluation-of-finantsial-tsondition-of-enterprise\\_18825.pdf](http://papers.univ.kiev.ua/1/ekonomika/artitsles/nosova-y-system-of-evaluation-of-finantsial-tsondition-of-enterprise_18825.pdf)]. – Nazva z ekrana.

7. Ostap'iuk N. A. Metodyka otsinky finansovoho stanu pidpriemstva v umovakh inflitsii / N. A. Ostap'iuk // Visnyk ZhDTU. – 2011.– № 1(55).– S. 127-129.

8. Savyts'ka H. V. Ekonomichnyj analiz diial'nosti pidpriemstva : [navch. posibnyk] / H. V. Savyts'ka. – K. : Znannia, 2004. – 654 s.

Мороз Ю. Ю.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту, Житомирський національний агроекологічний університет, м. Житомир

## УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЕКОЛОГІЧНО-ЕКОНОМІЧНИХ НАСЛІДКІВ ЧОРНОБИЛЬСЬКОЇ КАТАСТРОФИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

***Анотація.** Комплексна оцінка економічних наслідків Чорнобильської катастрофи та їх впливу на господарську діяльність підприємств потребує інформаційного забезпечення, яке можливо здійснювати за допомогою методів управлінського обліку. Автором запропоновано підхід до організації управлінського обліку додаткових витрат, які виникають на підприємствах, що ведуть господарську діяльність у зоні посиленого радіоекологічного контролю, з використанням інструментів нормативного обліку. Визначено, що організація обліку за нормативними витратами передбачає формування витрат на створення об'єктів діяльності в розрізі: нормативні витрати; фактичні витрати; відхилення між фактичними і нормативними витратами; додаткові витрати, пов'язані з умовами господарювання в зоні аварії ЧАЕС. Розглянуто різні можливі варіанти обліку об'єктів господарської діяльності підприємства за нормативними витратами.*

**Ключові слова:** господарська діяльність, управлінський облік, цільові витрати, екологічні витрати, виробництво, фінансування, ЧАЕС.

Moroz Y. Y.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Accounting, Taxation and Audit, Zhytomyr National Agroecological University, Zhytomyr

## MANAGERIAL ACCOUNTING OF ECOLOGICAL-ECONOMIC CONSEQUENCES OF THE CHERNOBYL DISASTER AT THE ENTERPRISES

***Abstract.** Comprehensive assessment of the economic consequences of the Chernobyl disaster and its impact on economic activity of enterprises requires information providing which could be carried out by the methods of managerial accounting. The author proposed the approach to organization of managerial accounting of additional costs arising in companies that conduct business activity in the zone of enhanced radiation and ecological control, using the tools of regulatory accounting. Determined that the organization of accounting by the regulatory costs involves the formation of costs for creating objects of activity in terms of: regulatory costs; actual costs; deviation between actual and regulatory costs; additional costs associated with economic conditions in the zone of the Chernobyl accident. Different possible options for accounting the objects of economic activity of the enterprise by regulatory costs are considered.*

**Keywords:** business activity, managerial accounting, target costs, ecological costs, production, financing, Chernobyl nuclear power plant.

**Постановка проблеми.** Аварія на Чорнобильській АЕС призвела до забруднення більш як 145 тисяч км<sup>2</sup> території України, Республіки Білорусь та Російської Федерації, щільність забруднення радіонуклідами <sup>137</sup>Cs якої перевищує 37 кБк/м<sup>2</sup> (перевищення цього рівня за законодавством зазначених країн дозволяє віднести території до категорії забруднених). Внаслідок Чорнобильської катастрофи постраждало близько 5 мільйонів людей, на забруднених територіях розташовано майже 5 тисяч населених пунктів України, Республіки Білорусь та Російської Федерації. З них в Україні – 2293 сіл, селищ і міст,

у яких чисельність населення на початку дев'яностих років минулого сторіччя перевищувала 2,6 млн осіб.

Також значного забруднення внаслідок Чорнобильської катастрофи зазнали території Швеції, Австрії, Норвегії, Німеччини, Фінляндії, Греції, Румунії, Словенії, Швейцарії.

Меншою мірою забруднено території інших держав Європи. Чорнобильські випадки були зафіксовані національними підрозділами різних країн, які здійснювали радіаційний моніторинг, на території Азії, Північної Америки, на акваторії

Атлантичного та Тихого океанів у північній півкулі.

На жаль, державна політика з подолання наслідків аварії на ЧАЕС щодо господарської діяльності підприємств є безсистемною та недостатньо ефективною, вона сприяє формуванню соціальної апатії у частини постраждалого населення, розрахунку на допомогу із зовні, провокує соціально-психологічне напруження серед потерпілих громадян, а також не є чутливою до позитивних змін радіаційної ситуації та громадської думки щодо наслідків цієї аварії.

Неспроможність держави ресурсно забезпечити численні пільги та компенсації, задекларовані у Чорнобильському законодавстві, з одного боку, і законодавчі обмеження щодо розвитку господарської діяльності на радіоактивно забруднених територіях – з іншого, на сьогодні є однією з найактуальніших проблем подолання наслідків аварії на ЧАЕС.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вітчизняними дослідниками різних галузей науки опубліковано з цього приводу значну кількість фундаментальних наукових праць. Вагоме наукове і практичне значення мають дослідження В. Д. Гладуша, Д. М. Гродзинського, Б. М. Данилишина, С. І. Пирожкова, Б. С. Пристера, К. М. Ситника, В. М. Трегобчука та ін. Останнім часом саме в економічній науці з'явилися нові концептуальні підходи до відродження виробництва, а отже й сільських територій (В. Г. Андрійчука, О. М. Бородіна, М. Ф. Кропивка, І. В. Прокопа, А. С. Маліновського, П. Т. Саблука, В. П. Ситника, М. П. Сахацького, В. В. Юрчишин та ін.). Наразі проведено ряд досліджень, пов'язаних із питаннями побудови на підприємстві екологічно спрямованих систем бухгалтерського обліку, аналізу, контролю, аудиту [1-3]. Отже, підстав і можливостей науково обгрунтованого вирішення проблеми збільшилося.

Проте ситуація, що склалася в регіоні, ще не досліджувалася системно з урахуванням обліково-аналітичного забезпечення складних соціально-економічних процесів і явищ, викликаних посиленням екологічним навантаженням безпосередньо на підприємства. Це зумовило необхідність проведення окремого дослідження.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є побудова системи управлінського обліку для виявлення і розрахунку екологічно-економічних наслідків Чорнобильської катастрофи на підприємствах. Для цього поставлено завдання: обгрунтувати необхідність цільового фінансування покриття екологічно-економічних наслідків Чорнобильської катастрофи на підприємствах, дослідити організаційні питання створення системи управлінського обліку додаткових витрат, які виникають на підприємствах, що ведуть господарську діяльність у зоні посиленого радіоекологічного контролю, з використанням інструментів нормативного обліку.

### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Стимулювання розвитку підприємництва є одним із пріоритетів регіонального соціально-економічного розвитку і, зокрема, для відродження територій українського Полісся, що постраждали від Чорнобильської катастрофи. Враховуючи тісний зв'язок між зростанням добробуту, станом навколишнього середовища та сталим розвитком, очевидно, що результати регіонального розвитку в цілому будуть покращуватися, якщо економічні показники в постраждалих від Чорнобильської катастрофи регіонах зростатимуть, дозволяючи людям одержувати більш стабільні й високі доходи.

Ефективне ведення сільськогосподарського виробництва на Поліссі України традиційно ускладнювалося через низьку природну родючість земель, їх підвищену кислотність, малокоонтурність полів, часту перезволоженість та заболоченість. За часів планово-централізованої економічної системи ця природна відмінність поліських земель певною мірою враховувалася державою шляхом диференціації закупівельних цін на сільгосппродукцію, що давало змогу перерозподілу частини ренти на користь господарств із гіршими землями. З переходом до ринкових відносин роль держави, а отже й можливості її впливу на цю ситуацію, кардинально змінилися. Економічні умови господарювання стали вигіднішими для сільгосппідприємств, що господарюють на кращих землях. Водночас процес розширеного відтворення виробництва на гірших за родючістю землях практично унеможливився.

Ситуація значно погіршилася через те, що Полісся України найбільш постраждало від найстрашнішої в історії людства техногенної катастрофи – аварії на Чорнобильській АЕС. Статтею 16-ю Конституції України її названо катастрофою планетарного масштабу, а подолання наслідків – обов'язок держави. Період після аварії на ЧАЕС достатній для осмислення не тільки масштабності цієї біди, що позначилася на долях мільйонів людей та країни в цілому і спричинила колосальні фінансові витрати, а й реальної ефективності вжитих заходів для пом'якшення наслідків катастрофи, насамперед безпеки здоров'я і життя постраждалого населення. Проблема настільки очевидна, нагальна, злгоденна, що вийшла за межі регіону, набула національного, а за певними ознаками й міжнародного значення. Вона потребує системного вивчення, комплексного узагальнення й обгрунтування оптимістичної перспективи відродження сільських територій, уражених Чорнобильською аварією.

Інформаційне забезпечення комплексної оцінки економічних наслідків Чорнобильської катастрофи та їх впливу на господарську діяльність підприємств можливо здійснювати за допомогою методів управлінського обліку [5; 9]. Своєчасний вплив на рівень витрат можливий за такої організації обліку, коли причини змін витрат, допущення перевитрат і отримання економії ресурсів розкриваються не тільки наступним вивченням звітних показників, а й щоденно у процесі господарської діяльності на підставі



первинної документації й поточних облікових записів. Таким вимогам відповідає нормативний метод обліку витрат і калькулювання собівартості об'єктів діяльності.

Важливе завдання обліку за нормативними витратами – це своєчасне попередження нераціонального використання природних, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів підприємства, оперативний аналіз витрат на виробництво, котрий дає змогу розкривати не враховані при бюджетуванні та в практичній роботі резерви і додаткові витрати, пов'язані з умовами господарювання в зоні ЧАЕС, визначати результати госпрозрахункової діяльності підрозділів підприємства, що беруть участь у виробничому процесі.

Нормативний метод обліку витрат на підприємствах, які здійснюють господарську діяльність у зоні аварії Чорнобильської АЕС, а отже, й система обліку і калькулювання за нормативними витратами ґрунтуються на:

- 1) нормуванні витрат і обов'язковому складанні нормативних калькуляцій щодо кожного об'єкта діяльності підприємства без можливого впливу наслідків аварії (нормативні витрати);
- 2) систематичному виявленні відхилень фактичних витрат із урахуванням наслідків аварії ЧАЕС та можливого впливу зовнішніх і внутрішніх факторів від поточних норм витрат ресурсів;
- 3) періодичному внесенні змін у встановлені норми;
- 4) калькулюванні фактичної собівартості об'єктів діяльності, враховуючи їх нормативну собівартість та відхилення від норм;

Важливим елементом організації облікового процесу за нормативними витратами є формування норм витрачання ресурсів на створення об'єктів діяльності. Норму можна розглядати як встановлений кількісний вираз ресурсу на виготовлення одиниці продукції за умови використання прогресивної технології та організації виробництва.

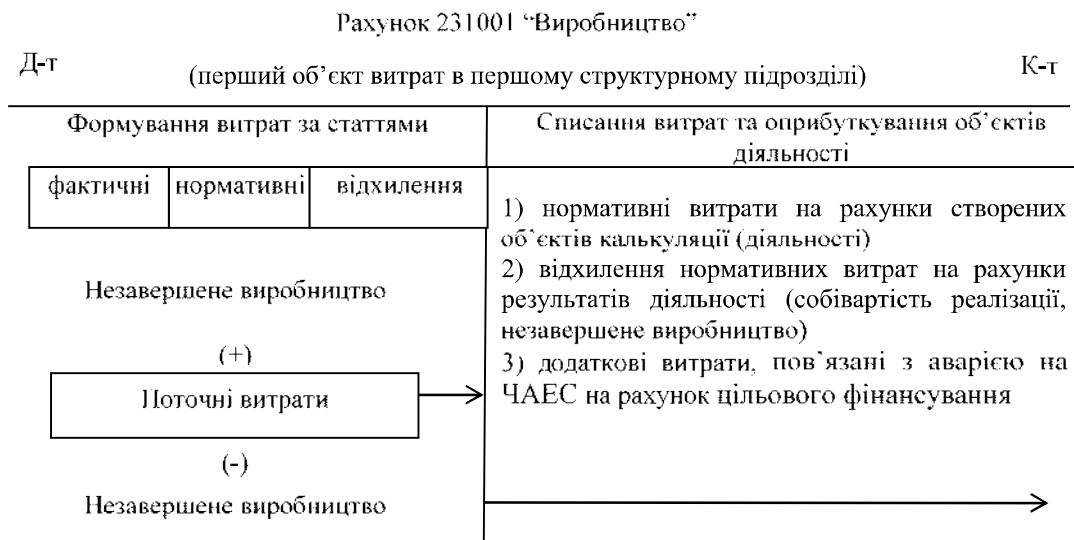
Основним завданням нормативної системи обліку витрат є контроль за витратами шляхом порівняння фактичних витрат із нормативними за кожним об'єктом витрат, центром відповідальності, об'єктом калькулювання і калькуляційною статтею.

Власне, наявність і характер відхилень дає змогу управляти виробничим процесом, змінювати норми, враховуючи потреби господарської діяльності.

Організація обліку за нормативними витратами передбачає формування витрат на створення об'єктів діяльності у розрізі: нормативні витрати; фактичні витрати; відхилення між фактичними та нормативними витратами; додаткові витрати, пов'язані з умовами господарювання в зоні аварії ЧАЕС.

Можливі різні варіанти обліку об'єктів господарської діяльності підприємства за нормативними витратами для потреб виявлення їх відхилень при дотриманні й недотриманні нормального технологічного процесу та викликаних аварією на ЧАЕС.

При першому варіанті застосовують паралельний облік нормативних і фактичних витрат із використанням одного аналітичного рахунку за об'єктом витрат. У цьому випадку відхилення розраховують математично – як різницю між фактичними і нормативними витратами з



**Рис. 1. Порядок формування нормативних витрат без використання окремого для розрахунку відхилень за об'єктами витрат**

5) аналізі відхилень від норм і додаткових витрат, пов'язаних із аварією на ЧАЕС за причинами, в тому числі від наслідків аварії, і відповідальними особами [6; 10].

групуванням їх за окремими причинами (рис. 1).

Для обліку витрат при цьому варіанті використовують один аналітичний рахунок. За дебетом рахунку записують фактичні показники використання ресурсів щодо їх кількості й вартості у розрізі нор-

мативних даних про витрати в перерахунку до визначених на підприємстві кількісних і цінових норм на фактичний обсяг створених об'єктів діяльності, та наявних відхилень між фактичними і нормативними витратами за показниками кількості ресурсів та їх цін. За кредитом рахунку записують господарські операції з оприбуткування фактично створених об'єктів діяльності за нормативною виробничою собівартістю та відхилення: від норм як витрати звітного періоду на рахунки собівартості

За дебетом рахунку (рис. 2) відображають за статтями нормативні витрати в перерахунку на фактичний обсяг створених об'єктів діяльності. За кредитом оприбутковують за нормативною виробничою собівартістю створені об'єкти діяльності та формують як дебетове сальдо незавершене виробництво в нормативній оцінці (ННК).

$$\text{ННК} = (\text{ННП} + \text{ПНВ}) - \text{НВС},$$

де ННК – незавершене виробництво за нормативною оцінкою на кінець звітного періоду; ННП –

Рахунок 231001 “Виробництво”  
(перший об'єкт витрат в першому структурному підрозділі за нормативною оцінкою)

Д-т	К-т
Формування витрат за статтями	Списання витрат та оприбуткування об'єктів діяльності
Нормативні витрати	Нормативні витрати на рахунки створених об'єктів калькуляції (діяльності)
Незавершене виробництво (+)	
Поточні витрати (-)	
Незавершене виробництво	

Рис. 2. Порядок формування нормативних витрат на окремому рахунку

реалізації та незавершеного виробництва, а щодо додаткових витрат, пов'язаних із аварією ЧАЕС, на рахунок цільового фінансування. Відхилення записуються додатковими господарськими операціями: перевитрати в порівнянні з нормами і витрати, пов'язані з аварією на ЧАЕС, – звичайним записом, економія – способом сторно.

При другому варіанті використовують автономний облік (окремі аналітичні рахунки) для відображення нормативних витрат, відхилень від нормативів та додаткових витрат, пов'язаних із аварією на ЧАЕС (рис. 2, 3, 4).

незавершене виробництво за нормативною оцінкою на початок звітного періоду; ПНВ – поточні нормативні витрати на створення об'єктів діяльності; НВС – нормативна виробнича собівартість створених об'єктів діяльності.

На рахунку відхилень (231010) до аналітичного рахунку 231001 відображають різницю між фактичними і нормативними витратами при створенні об'єктів діяльності, яка виникає за господарськими операціями, не пов'язаними з наслідками аварії на ЧАЕС, з дозволу відповідальних працівників підприємства (рис. 3).

Рахунок 231010 “Виробництво”  
(відхилення за першим об'єктом витрат в першому структурному підрозділі до аналітичного рахунку 231001, що виникли з дозволу відповідальних працівників)

Д-т	К-т
Формування витрат за статтями	Списання витрат та оприбуткування об'єктів діяльності
Відхилення витрат від нормативних	Відхилення витрат на рахунки результатів діяльності (собівартість реалізації, незавершене виробництво)
Незавершене виробництво (+)	
Поточні витрати (-)	
Незавершене виробництво	

122

Рис. 3. Облік нормативних витрат із використанням окремого аналітичного рахунку для відхилення витрат, не пов'язаних із наслідками аварії на ЧАЕС

**Рахунок 231011 "Виробництво"**  
(відхилення за першим об'єктом витрат в першому структурному підрозділі до аналітичного рахунку 231001, що виникли як додаткові витрати, пов'язані з аварією на ЧАЕС)

Д-т	К-т
Формування витрат за статтями	Списання витрат та оприбуткування об'єктів діяльності
Додаткові витрати, пов'язані з умовами господарювання в зоні аварії ЧАЕС	Додаткові витрати, пов'язані з аварією на ЧАЕС, на рахунок цільового фінансування
Незавершене виробництво	
(+)	
Поточні витрати	
(-)	
Незавершене виробництво	

**Рис. 4. Облік нормативних витрат із використанням окремого рахунку для відхилення витрат, що виникли як додаткові витрати, пов'язані з аварією на ЧАЕС**

За дебетом рахунку за статтями витрат формують відхилення за незавершеним виробництвом і поточними господарськими операціями. За кредитом рахунку списують відхилення в частині витрат щодо створених об'єктів діяльності на рахунок собівартості реалізації.

На рахунку відхилень (231011) до аналітичного рахунку 231001 відображають різницю між фактичними і нормативними витратами при створенні об'єктів діяльності, яка виникає за господарськими операціями, пов'язаними з аварією на ЧАЕС (рис. 4).

У третьому варіанті обліку нормативних витрат (рис. 5) формування їх здійснюють за фактичними кількісними і ціновими показниками, а оприбутку-

вання створених об'єктів – за нормативними виробничими витратами.

За дебетом рахунку записують господарські операції у фактичній кількісній і ціновій оцінці. За кредитом рахунку оприбутковують створені об'єкти діяльності в нормативній оцінці виробничої собівартості та списують відхилення від нормативних витрат на рахунок собівартості реалізації і незавершеного виробництва, а додаткових витрат, пов'язаних із аварією на ЧАЕС, – на рахунок цільового фінансування.

Облік взаємодії підприємства, направленої на формування витрат щодо пом'якшення впливу наслідків Чорнобильської катастрофи на господарську діяльність, повинен здійснюватись у рамках політи-

**Рахунок 231001 "Виробництво"**  
(перший об'єкт витрат в першому структурному підрозділі)

Д-т	К-т
Формування витрат за статтями	Списання витрат та оприбуткування об'єктів діяльності
Фактичні витрати	1) нормативні витрати на рахунки створених об'єктів калькуляції (діяльності) 2) відхилення витрат на рахунки результатів діяльності (собівартість реалізації, незавершене виробництво) 3) додаткові витрати, пов'язані з аварією на ЧАЕС, на рахунки цільового фінансування
Незавершене виробництво	
(+)	
Поточні витрати	
(-)	
Незавершене виробництво	

**Рис. 5. Облік нормативних витрат за методом формування фактичних витрат, списання нормативних і додаткових витрат, пов'язаних із аварією на ЧАЕС**

ки економічної ефективності. Остання дозволяє зменшувати вплив наслідків аварії ЧАЕС на господарську діяльність і одночасно підвищувати її прибутковість.

Покриття додаткових витрат, направлених на пом'якшення впливу наслідків Чорнобильської катастрофи на господарську діяльність, необхідно відображати шляхом їх списання з аналітичних рахунків виробництва на рахунок 48 "Цільове фінансування і цільові надходження" субрахунки 481 "Кошти, вивільнені від оподаткування" і 482 "Кошти з бюджету та державних цільових фондів". При цьому аналітичні рахунки виробництва будуть відображати ставлення підприємства до пом'якшення впливу наслідків Чорнобильської катастрофи на господарську діяльність, забезпечувати формування фактичних витрат на виробництво продукції, визначати їх відхилення від показників бюджетування, сприяти виділенню додаткових витрат на проведення поточних заходів, пов'язаних із умовами господарювання в зоні аварії ЧАЕС.

Всі більш-менш впливові держави світу витрачають на розвиток і підтримку власного аграрного сектору чималі кошти. Левова частка загального бюджету Європейського Союзу спрямовується на субсидії для європейських аграріїв. Наприклад, витрати Європейського Фонду гарантування сільського господарства (EAGF) у 2016 р. заплановані на рівні 42,22 млрд євро, що становить 27,24 % усього бюджету ЄС.

У Сполучених Штатах, крім пільгових кредитів для фермерських господарств, існує непряма підтримка сільського господарства через так звану програму пільгової покупки продуктів (Supplemental Nutrition Assistance Program, SNAP). Щорічно міністерство сільського господарства США розподіляє між 46 млн. американців понад 73 млрд доларів, які витрачаються суто на продукти харчування. Враховуючи, що коефіцієнт самозабезпечення продовольством у Сполучених Штатах близько 100 %, то вагома частина коштів за програмою SNAP іде в кишеню місцевих аграріїв.

В Україні тільки передбачалося розробити Закон "Про загальнодержавну програму ведення сільськогосподарського виробництва на радіоактивно забруднених територіях та комплексної реабілітації" [4; 7; 8].

Отже, для стабілізації соціально-економічного становища в регіонах, що постраждали від Чорнобильської катастрофи, необхідно застосувати нові форми їх фінансування в умовах реформ місцевого самоврядування і децентралізації.

В умовах обмеженості державного бюджетного фінансування вирішення проблем територіальних громад у зоні Чорнобильської катастрофи вимагає пошуку додаткових джерел фінансування. Саме системний підхід до управління дозволяє реалізовувати механізми спільного фінансування із залученням коштів місцевого та центрального бюджету, коштів іноземних донорів. Такий механізм спільного фінансування надає право громаді вирішувати більш масштабні проблеми та створює відчуття власності.

На виконання господарської діяльності на території Чорнобильської катастрофи необхідно передбачити кошти в державному бюджеті, а в перспективі це можливо навіть за рахунок міжнародних коштів (згідно з Кіотським протоколом) і продажу квот на шкідливі викиди.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Впровадження управлінського обліку додаткових витрат, у тому числі екологічних, необхідних для ведення господарської діяльності в зоні посиленого радіоекологічного контролю та спільного їх фінансування, створює сприятливе середовище для сталого соціально-економічного розвитку на місцевому рівні шляхом самоорганізації та соціальної активізації громад і здатне сприяти перетворенню регіонів України, які знаходяться в зоні Чорнобильської катастрофи, на успішні конкурентоспроможні території.

У сучасній практиці суб'єктів господарювання зони аварії ЧАЕС управлінський облік сприяє виявленню додаткових витрат для здійснення господарської діяльності, пов'язаних із радіоактивно забрудненими територіями і щодо яких є необхідність цільового фінансування.

Перспективою подальших наукових досліджень є розвиток положень щодо визначення переліку додаткових витрат, які виникають у процесі господарської діяльності внаслідок аварії на ЧАЕС, і відображення їх на окремих аналітичних рахунках синтетичного рахунку 23 "Виробництво" з урахуванням методів оцінки біологічних активів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Жук В. М. Екологічні аспекти бухгалтерського обліку в агропромисловому виробництві / В. М. Жук // Агроекологічний журнал. – 2012. – № 2. – С. 18-23.
2. Замула І. В. Бухгалтерський облік екологічної діяльності у забезпеченні стійкого розвитку економіки : монографія / І. В. Замула. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – 440 с.
3. Кожухова О. С. Экологический учет и экологический контроллинг: взаимосвязь и интеграция / О. С. Кожухова // Управление экономическими системами: электронный научный журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/ekonomika-prirodopolzovaniyz/item/1165-2012-03-26-11-23-42>.
4. Концепція Загальнодержавної цільової соціальної програми подолання наслідків Чорнобильської катастрофи на 2012-2016 роки: проект Постанови Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kmu.gov.ua>.
5. Мороз Ю. Ю. Обліково-інформаційна система моніторингу економічного потенціалу підприємства / Ю. Ю. Мороз. – Житомир : Рута, 2011. – 352 с.
6. Мороз Ю. Ю. Моніторинг економічного потенціалу підприємства: теорія, методологія органі-

зація : монографія / Ю. Ю. Мороз. – Житомир : Кузьмін Дн. Л., 2010. – 326 с.

7. Про стан, заходи і перспективи подолання наслідків Чорнобильської катастрофи: постанова Верховної Ради України від 18.04.2008 р. № 276-XI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/276-17>.

8. Рекомендації парламентських слухань «Сучасний стан та актуальні завдання подолання наслідків Чорнобильської катастрофи : постанова Верховної Ради України від 05.04.2011 р. № 3191-XI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1368-vi>.

9. Цал-Цалко Ю. С. Управлінський облік : підручник / Ю. С. Цал-Цалко, Ю. Ю. Мороз, Н. І. Цегельник. – Житомир : Рута, 2015. – 631 с.

10. Цал-Цалко Ю. С. Фінансовий аналіз : підручник / Ю. С. Цал-Цалко, Ю. Ю. Мороз, Л. А. Суліменко. – Житомир : Рута, 2012. – 609 с.

## REFERENCES

1. Zhuk, V. M. (2012) Ekologichni aspekty bukhalters'koho obliku v ahropromyslovomu vyrobnytstvi, *Ahroekologichnyj zhurnal*, № 2, s. 18-23.

2. Zamula, I. V. (2010), *Bukhhalters'kyj oblik ekologichnoi diial'nosti u zabezpechenni stijkoho rozvytku ekonomiky*, Vyd-vo ZhDTU, Zhytomyr, 440 s.

3. Kozhuhova, O. S. Jekologicheskij uchet i jekologicheskij kontrolling: vzaimosvjaz' i integracija, *Upravlenie jekonomicheskimi sistemami: jelektronnyj*

nauchnyj zhurnal, available at: <http://www.uecs.ru/ekonomika-prirodopolzovaniyz/item/1165-2012-03-26-11-23-42>.

4. Kontseptsiiia Zahal'noderzhavnoi tsil'ovoi sotsial'noi prohramy podolannia naslidkiv Chornobyl's'koi katastrofy na 2012-2016 roky: proekt Postanovy Kabinetu Ministriv Ukrainy, available at: <http://www.kmu.gov.ua>.

5. Moroz, Yu.Yu. (2011), *Oblikovo-informatsijna sistema monitorynhu ekonomichnoho potentsialu pidprijemstva*, Ruta, Zhytomyr, 352 s.

6. Moroz, Yu. Yu. (2010), *Monitorynh ekonomichnoho potentsialu pidprijemstva: teoriia, metodolohiia orhanizatsiia*, Kuz'min Dn. L., Zhytomyr, 326 s.

7. Pro stan, zakhody i perspektyvy podolannia naslidkiv Chornobyl's'koi katastrofy: postanova Verkhovnoi Rady Ukrainy vid 18.04.2008 r. № 276, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/276-17>.

8. Rekomendatsii parlaments'kykh slukhan' «Suchasnyj stan ta aktual'ni zavdannia podolannia naslidkiv Chornobyl's'koi katastrofy: postanova Verkhovnoi Rady Ukrainy vid 05.04.2011 r. № 3191, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1368-vi>

9. Tsal-Tsalko, Yu. S. Moroz, Yu. Yu. and Tsel'nyk, N. I. (2015), *Upravlins'kyj oblik*, Ruta, Zhytomyr, 631 s.

10. Tsal-Tsalko, Yu. S. Moroz, Yu. Yu. and Sulimenko, L. A. (2012), *Finansovyj analiz*, Ruta, Zhytomyr, 609 s.

Воронко Р. М.,

к.е.н., доц. кафедри аудиту, аналізу та оподаткування, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ПОСЛІДОВНІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ

***Анотація.** У статті досліджено теоретичні підходи до розкриття значення інформаційного забезпечення внутрішнього контролю. Узагальнено наукові бачення вітчизняних і зарубіжних вчених та трактування відомчих нормативно-правових актів системи споживчої кооперації України щодо організації системи внутрішнього контролю та послідовності його проведення. Розкрито питання залежності ефективності здійснення внутрішнього контролю від інформаційних ресурсів, які формуються системою управлінського обліку. Обґрунтовано потребу використання обліку за центрами відповідальності і бюджетування як важливого засобу управлінського впливу на контрольовані показники. Подальші дослідження будуть спрямовані на групування та змістовне наповнення форм внутрішньої звітності для потреб контролю, визначення напрямів використання інформації, отриманої за підсумками проведення внутрішнього контролю в процесі відображення його результатів у відомчій звітності системи споживчої кооперації України і для оцінки економічної ефективності цього виду контролю.*

**Ключові слова:** внутрішній контроль, інформаційне забезпечення, управлінський облік, центри відповідальності, бюджетування, споживча кооперація.

Voronko R. M.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Audit, Analysis and Taxation, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## THE SEQUENCE OF IMPLEMENTATION AND INFORMATION PROVIDING OF INTERNAL CONTROL

***Abstract.** The article investigates the theoretical approaches to the disclosure of importance of information providing to ensure the internal control. Generalized the scientific vision of domestic and foreign scientists and interpretation of departmental regulations of the system of consumer cooperation of Ukraine concerning the organization of internal control and sequence of its implementation. The issue of dependance of the efficiency of the internal control upon the information resources that are formed by the system of managerial accounting is revealed. The need for the use of accounting by the responsibility centers and budgeting as the important tools of managerial influence on the controlled indicators are substantiated. Further researches will focus at grouping and content of internal reporting forms for the purposes of control, identifying areas of information use obtained on the basis of internal control in the process of displaying its results in departmental reporting of the system of consumer cooperation of Ukraine and on the evaluation of economic effectiveness of this type of control.*

**Keywords:** internal control, information providing, managerial accounting, responsibility centers, budgeting, consumer cooperatives.

**Постановка проблеми.** Прийняття ефективних управлінських рішень у процесі здійснення господарської діяльності кооперативних підприємств суттєво залежить від побудови надійної системи внутрішнього контролю, яка повинна відповідати сучасним вимогам і бути інтегрованою в єдину інформаційну систему управління. Функціонування дієвої системи внутрішнього контролю є запорукою раціонального використання всіх видів ресурсів, забезпечення законності господарської діяльності, запобігання можливим ризикам, досягнення стабільності та конкурентоспроможності підприємств і зростання економічного потенціалу споживчої кооперації. У

свою чергу, для належного виконання завдань внутрішнього контролю потрібне його якісне інформаційне забезпечення, а для оцінки ефективності – відповідне достовірне відображення його результатів у звітності.

Організація системи внутрішнього контролю у споживчій кооперації має свої особливості й окремі відмінності, що пов'язано зі специфікою та технологічними особливостями різних галузей її діяльності та з відсутністю єдиного уніфікованого, законодавчо врегульованого порядку створення, функціонування і побудови системи внутрішнього контролю, яка була б придатною для застосування будь-якими кооператив-

ними підприємствами чи організаціями і сприяла б підвищенню ефективності їх господарювання. Процес організації внутрішнього контролю у споживчій кооперації полегшується завдяки наявності окремих відомчих нормативних документів [1, 2, 3], проте щодо інформаційного забезпечення, то на сьогодні тут мають місце ряд невіршених проблем, які вимагають розробки необхідних для контролю документів і звітних форм, а також високої фахової підготовки працівників контрольних служб і управлінського персоналу з метою прийняття правильних рішень, виходячи з конкретної господарської ситуації.

В багатьох випадках інформація, яка необхідна для контролю господарської діяльності, подається керівництву підприємства із запізненням, коли вплинути на господарські операції й процеси вже важко або неможливо, що не дозволяє запобігти втратам ресурсів. У зв'язку з цим внутрішній контроль на підприємствах споживчій кооперації як складова системи управління вимагає суттєвого вдосконалення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомі напрацювання у дослідженні теоретичних і практичних аспектів організації та методики внутрішнього контролю мають такі українські вчені: Т. А. Бутинець, Н. Г. Виговська, З. В. Гуцайлюк, Л. В. Гуцаленко, В. А. Дерій, Н. І. Дорош, І. К. Дрозд, Є. В. Калюга, Г. Г. Кірейцев, В. Ф. Максимова, У. О. Марчук, Л. В. Нападівська, В. П. Пантелеєв, М. С. Пушкар, К. І. Редченко, В. С. Рудницький, Л. В. Рибалко, В. О. Шевчук та ін.

Із зарубіжних вчених окремі питання внутрішнього контролю досліджували: В. Д. Андреев, Е. А. Аренс, І. А. Белобжецький, В. В. Бурцев, Дж. К. Лоббек, Дж. К. Робертсон, Я. В. Соколов, В. П. Суйц, Дж. Фостера, Ч. Т. Хорнгрена, С. О. Шохін та ін.

У наукових працях вказаних вчених розглядаються актуальні питання організації та методики внутрішнього контролю, його ролі в системі управління господарською діяльністю підприємств, що мають як теоретичне, так і практичне значення. Проте у сфері інформаційного забезпечення контролю ще існує низка невіршених проблем.

**Постановка завдання.** Зростання ролі внутрішнього контролю в підвищенні ефективності управління діяльністю підприємств споживчої кооперації в сучасних умовах та недостатнє розкриття у науковій літературі й наявність практичних проблем щодо питань, пов'язаних із інформаційним забезпеченням контролю, обумовили актуальність цього дослідження.

Зокрема, на сьогоднішній день залишаються недостатньо розкритими питання залежності ефективності здійснення внутрішнього контролю від інформаційних ресурсів, які формуються системою управлінського обліку, використання обліку за центрами відповідальності й бюджетування як важливого інструментарію управлінського впливу на контрольовані показники. Це обумовлює необхідність вироблення концептуальних підходів

до визначення послідовності проведення внутрішнього контролю з відповідним інформаційним забезпеченням даного процесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Внутрішній контроль, будучи основою результативного управління підприємством, залежить у першу чергу від якісної інформаційної обліково-аналітичної підтримки, яка повинна відповідати сучасним умовам стрімкої глобалізації бізнесу. При цьому ми зазначили, що збільшення обсягів наявної релевантної інформації має задовольняти потреби управління як поточною діяльністю підприємства, так і його стратегічним розвитком. Система внутрішнього контролю є координуючою ланкою між системою бухгалтерського обліку та менеджментом підприємства.

Рішення, прийняті управлінським персоналом, доводяться до безпосередніх виконавців. Усі господарські операції, які здійснюються в ході виконання рішення, фіксує облікова система і передає зібрану й згруповану належним чином у вигляді відповідних внутрішніх документів та звітів інформацію управлінському персоналу. Але спочатку ця інформація проходить перевірку з метою підтвердження її достовірності системою внутрішнього контролю, в процесі якої можуть бути виявлені відхилення, помилки та зловживання і запропоновані шляхи їх усунення та уникнення у майбутньому. Крім цього, система внутрішнього контролю здійснює також безпосереднє спостереження за всіма господарськими операціями й процесами під час виконання і визначення результатів їх завершення.

Важливе значення для правильної організації й проведення внутрішнього контролю має визначення послідовних стадій його здійснення. З урахуванням теоретичних розробок вчених і практичного досвіду реалізації внутрішнього контролю на підприємствах системи споживчої кооперації вважаємо за доцільне виділити в ньому три основні стадії. Сам процес організації й проведення внутрішнього контролю та використання його результатів відображає процедурний аспект контролю й повинен забезпечити якісний зміст тих процедур, які його супроводжують. Схематично це можна зобразити так (рис. 1).

Санкціонування знаменує початок проведення перевірки і передбачає складання відповідного документа, який є аргументованою підставою для виконання контрольних дій на об'єкті перевірки. Для прикладу, таким документом для проведення ревізії у системі споживчої кооперації є постанова правління, розпорядження ревізійної комісії споживчого товариства, споживспілки, відповідно до повноважень їх органів управління і контролю [2, с. 120]. У низових структурах споживчої кооперації (підприємствах) таким документом може бути наказ керівника на проведення перевірки.

Процес виконання контрольних дій передбачає визначення порядку здійснення перевірки. При

цьому на основі сформульованої мети і завдання, затвердженого головою (заступником голови) правління споживспілки, яка призначила ревізію, а в ревізійній комісії – її головою, відбувається підготовка до проведення перевірки з вибором потрібної методики, котра б забезпечила отримання найкращих результатів контролю. Ця методика застосовується до конкретних об'єктів контролю

Найбільш представницькою щодо кількості споживчих товариств і районних споживспілок (509 одиниць, або 22,5% від загальної їх кількості), а також мережі підприємств роздрібної торгівлі, закладів ресторанного господарства та ринків (1736 одиниць, або 19,5 % від загальної їх кількості) є Вінницька облспоживспілка. Дещо меншу питому вагу займають Полтавська (споживчі товариства і

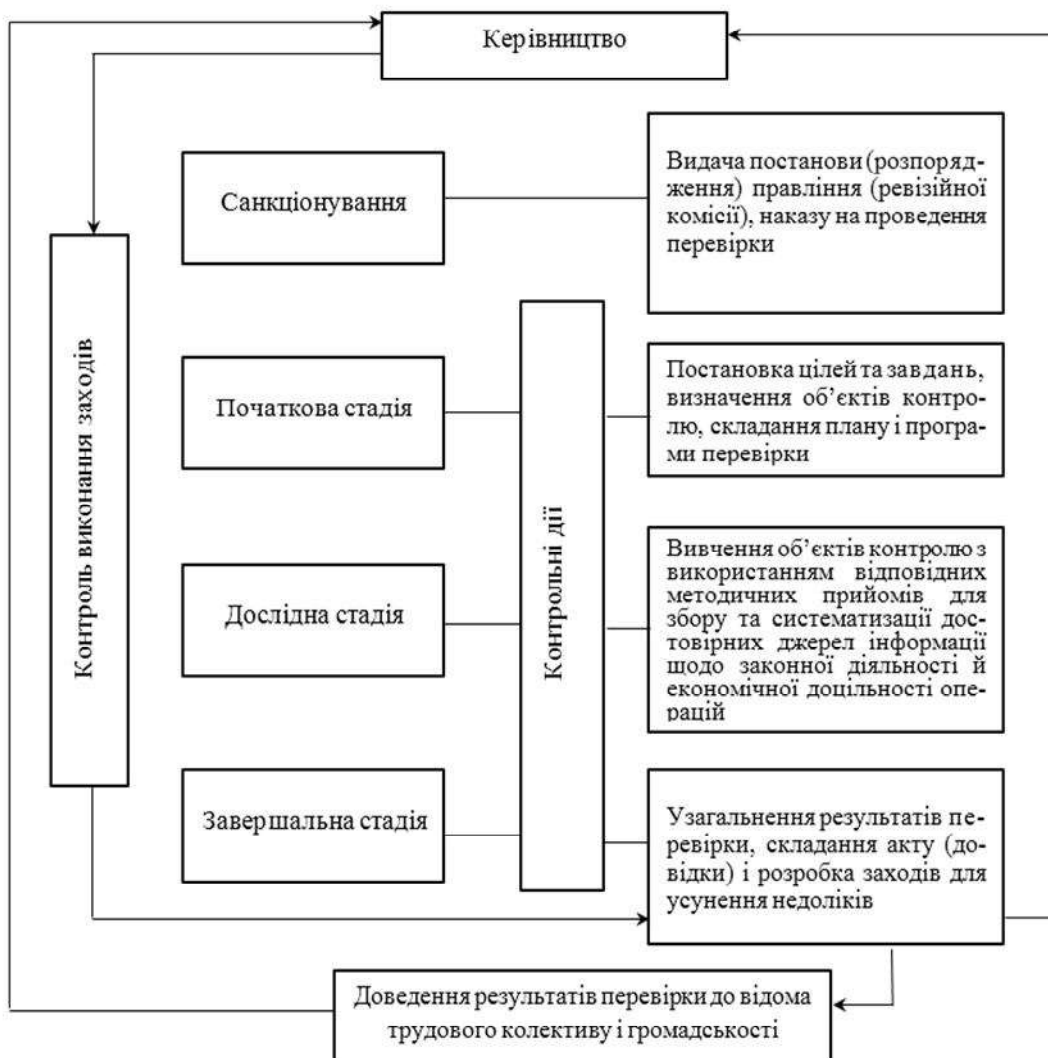


Рис. 1. Схема здійснення внутрішнього контролю і використання його результатів

для одержання проміжних результатів та їх професійної оцінки. На підготовчому етапі відбувається вивчення наявних фінансових, звітних даних, матеріалів попередніх перевірок, а також іншої інформації щодо господарської діяльності й фінансового стану організації, що перевіряється.

Враховуючи ту обставину, що прямими засновниками спілок, які входять до складу системи споживчої кооперації, можуть бути тільки споживчі товариства, основним об'єктом контролю є саме вони. Якщо проаналізувати організаційну побудову споживчої кооперації, то побачимо: станом на 1 січня 2015 року в ній функціонувало 2262 споживчих товариства і районних споживспілок, які належать до 22 спілок обласного рівня (табл. 1).

районні споживчі спілки – 179 одиниць, або 7,9 % відповідно; мережа підприємств роздрібної торгівлі, закладів ресторанного господарства та ринків – 678 одиниць, або 7,6 % відповідно) і Хмельницька (споживчі товариства і районні споживчі спілки – 179 одиниць, або 7,9 % відповідно; мережа підприємств роздрібної торгівлі, закладів ресторанного господарства та ринків – 519 одиниць, або 5,8 % відповідно) обласні споживчі спілки. Щодо мережі ринків, то, крім них самих, споживча кооперація має також 835 павільйонів із 22 368 торгових місць та 66 340 місць на критих та відкритих столах ринків [4, с. 10].

Відповідно, щоб охопити контрольно-ревізійною



роботою такої великої кількості споживчих товариств, спілок та підпорядкованих їм підприємств, організацій й установ і забезпечити якісне виконання контрольних процедур, керівництво Укоопспілки має у своєму розпорядженні ревізійні комісії (ревізорів) та контрольно-ревізійний апарат відповідних спілок і Центральної спілки споживчих товариств України.

Застосування різних методичних прийомів фактичного і документального контролю на дослідній стадії проведення ревізії дає змогу ревізору отримати свідчення про відповідність здійснених господарських операцій нормам чинного законодавства та іншим визначеним критеріям і на підставі наявної інформації й власної фахової підготовки сформулювати також невідомі характеристики об'єктів перевірки. Зібрана інформація повинна бути достатньою для формулювання обґрунтованих висновків, необхідних для складання акту ревізії.

приємством. Застосування запропонованих стадій внутрішнього контролю сприяє підвищенню обґрунтованості та якості управлінських рішень, прийнятих на основі достовірної інформації.

Найважливішою у процесі внутрішнього контролю є дослідна стадія, яка розпочинається з перевірки всього масиву наявної інформації на предмет встановлення її достовірності. При цьому важливо дослідити правильність оформлення первинних документів, відповідність складання і підрахунків накопичувальних (зведених) документів, узгодження залишків матеріальних і фінансових ресурсів, відображених у реєстрах аналітичного обліку з даними оборотно-сальдових відомостей, Головної книги і бухгалтерського балансу. Виходячи з цього, процес внутрішнього контролю можна представити схематично у вигляді чотирьох основних блоків: перевірка первинних документів (накладні, рахунки, акти, таблиці, розрахунки, бухгалтерські

Таблиця 1

**Організаційна побудова і мережа підприємств споживчої кооперації України станом на 1 січня 2015 року\***

№ з/п	Споживспілки	Організаційна побудова				Мережа			
		Всього	У тому числі			Всього	У тому числі		
			Споживчі товариства (без районних)	Районні споживчі товариства	Районні споживчі спілки		Роздрібно-торгівлі (магазинів)	Закладів ресторанного господарства	Ринків
1	Вінницька	509	482	10	17	1736	1405	300	31
2	Волинська	112	97	4	11	414	268	125	21
3	Дніпропетровська	82	60	9	13	200	123	33	44
4	Житомирська	129	106	6	17	487	395	67	25
5	Закарпатська	81	68	1	12	365	222	126	17
6	Запорізька	58	43	13	2	162	141	20	1
7	Івано-Франківська	82	69	10	3	292	232	47	13
8	Київська	118	108	9	1	301	253	48	-
9	Кіровоградська	37	19	17	1	304	237	54	13
10	Луганська	19	14	2	3	158	138	15	5
11	Львівська	87	71	-	16	433	352	74	7
12	Миколаївська	60	44	13	3	266	210	44	12
13	Одеська	98	73	13	12	182	127	33	22
14	Полтавська	179	155	6	18	678	529	130	19
15	Рівненська	71	57	5	9	622	498	124	-
16	Сумська	67	60	-	7	425	352	58	15
17	Тернопільська	22	7	15	-	296	258	23	15
18	Херсонська	81	66	5	10	156	97	45	14
19	Хмельницька	179	162	15	2	519	425	76	18
20	Черкаська	47	27	20	-	356	261	69	26
21	Чернівецька	58	47	4	7	215	149	62	4
22	Чернігівська	86	70	4	12	346	250	84	12
	<b>Разом</b>	<b>2262</b>	<b>1905</b>	<b>181</b>	<b>176</b>	<b>8913</b>	<b>6922</b>	<b>1657</b>	<b>334</b>

\*Складено на основі [4, с. 7-10]

Використання результатів внутрішнього контролю передбачає надання користувачам його підсумків. Також не менш важливим є останній етап, який передбачає контроль за виконанням рішень, що ухвалені за результатами проведеної перевірки і здійснюється на основі інформації про усунення виявлених недоліків та порушень перевіреним під-

повідки тощо); контроль складання накопичувальних (зведених) документів (звіти, зведені розрахунки, бухгалтерські довідки, відомості, акти та ін.); дослідження реєстрів обліку (журнали, книги, оборотно-сальдові відомості, Головна книга); перевірка звітних форм і узагальнюючих показників (баланс, звіт про фінан-

сові результати, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал, примітки до річної фінансової звітності, адміністративно-управлінський звіт тощо).

Необхідними процедурами дослідної стадії є: здійснення перевірки правильності проведення математичних розрахунків (арифметичних дій); контроль дотримання встановлених норм витрачання ресурсів у процесі господарської діяльності; спостереження за фактичним рівнем витрат та співставлення їх із показниками бюджету за окремими процесами. Дуже важливим етапом цієї стадії є отримання інформації про відхилення у витрачанні ресурсів, встановлення їх причин та впливу на результати діяльності, відповідальних осіб, що допустили такі відхилення, та перевірка достовірності й правильності відображення їх у бухгалтерському обліку та звітності підприємства.

Завершальна стадія внутрішнього контролю є необхідною з точки зору управлінського персоналу, оскільки саме вона передбачає формування підсумкових документів (актів, звітів, довідок) щодо отриманих результатів перевірки. Якщо за результатами контролю було виявлено окремі відхилення, помилки, неточності чи зловживання, то складаються необхідні внутрішні документи (проміжні акти, довідки, розрахунки) із зазначенням причин цих подій, осіб, які їх спричинили (з отриманням письмових пояснень) та можливих шляхів виправлення виявлених недоліків. Зазначені підсумкові документи передають керівному персоналу для прийняття регулюючих управлінських рішень, спрямованих на усунення причин недоліків та негативних наслідків, які вони спричинили. Виявлений позитивний досвід підлягає розповсюдженню на діяльність інших структурних підрозділів підприємства.

В якості способів реалізації внутрішнього контролю на підприємствах системи споживчої кооперації можна запропонувати складання різних видів бюджетів, виявлення відхилень фактичних даних від планових (бюджетних) показників із відображенням у відповідних відомостях, складання відомостей оперативного контролю витрачання ресурсів за видами продукції й статтями витрат, розробку календарних планів витрачання ресурсів тощо. У цьому ракурсі бюджетування доцільно розглядати як необхідну управлінську технологію, яка для ефективного процесу управління повинна включати симбіоз трьох компонентів: бюджетне планування, облік виконання бюджету та бюджетний контроль. З цього приводу цікаву позицію висловлює А. В. Череп, зазначаючи, що "... можливості бюджетування є більш ширшими, і його слід розглядати як внутрішньофірмовий інструмент нарощування вартості бізнесу і як технологію фінансового планування, обліку і контролю фінансових потоків в рамках внутрішньофірмового економічного управління, що дозволяє аналізувати прогнозовані і фактичні результати господарської діяльності" [5, с. 21].

Дієвий бюджетний контроль повинен здійснюватися не тільки вищою управлінською ланкою

підприємства, але й на рівні окремих структурних підрозділів і давати можливість виявляти слабкі сторони у діяльності підприємства, визначати скриті резерви економічного зростання та розробляти рекомендації з ефективного розвитку на перспективу.

Тому окремі науковці слушно зауважують, що бюджетування стає підсистемою загальної системи управління підприємством, у якій бюджетне планування та бюджетний контроль виступають відповідно проєкціями функцій планування та контролю загальної системи управління на площину системи бюджетування. Інформаційним підґрунтям бюджетування є бухгалтерський облік, який, крім того, що надає необхідну інформацію як для бюджетного планування, так і для наступного контролю та економічного аналізу виконання бюджету, є однією зі складових бюджетного процесу [6, с. 7].

Бюджетний контроль здійснюється для своєчасного виявлення відхилень між фактичними і бюджетними показниками та відповідного реагування на них. Організація внутрішнього контролю виконання бюджетів вимагає чіткого визначення мети, завдань, об'єктів, методів контролю та способів узагальнення його результатів для прийняття управлінських рішень. Основними завданнями цього контролю є виявлення значних відхилень та зосередження на них уваги керівників різних рівнів, проведення ретельного аналізу з метою визначення причин відхилень та запропонування шляхів їх ліквідації та недопущення у майбутньому.

Внутрішній контроль виконання бюджету можна розділити на п'ять послідовних етапів: збір фактичних даних; визначення та аналіз відхилень фактичних показників від планових; узагальнення та використання результатів контролю; надання пропозицій із коригування бюджетів; контроль виконання відкоригованих бюджетів.

На першому етапі відбувається підготовка фактичної інформації про показники, які перебувають у сфері контролю управлінського персоналу. Такі дані збираються й узагальнюються в управлінському обліку.

Далі проводиться визначення та аналіз відхилень бюджетних показників від фактичних даних. При цьому слід мати на увазі, що всі відхилення залежно від причин їх виникнення потрібно поділяти на дві групи:

- 1) відхилення, пов'язані з плануванням (зумовлені помилками та прорахунками під час складання прогнозів, розроблення бюджетів, недостатністю і недостовірністю вхідних даних);
- 2) відхилення, пов'язані з діяльністю (зумовлені непрогнозованими і непередбачуваними змінами зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства).

Слід зауважити, що багато вчених [7, 8, 9] виділяють чотири основні підходи до реалізації системи контролю бюджетів:

- 1) простий аналіз відхилень, орієнтований на коригування наступних планових показників;

2) аналіз відхилень, орієнтованих на наступні управлінські рішення;

3) аналіз відхилень в умовах невизначеності;

4) стратегічний підхід до аналізу відхилень.

Простий аналіз відхилень передбачає дослідження стану виконання бюджету через зіставлення бюджетних показників із фактичними даними за ними. При цьому у випадку наявності суттєвих відхилень менеджер має прийняти рішення про внесення коректив задля оптимізації показників бюджету на перспективу. Межа суттєвості залежить від типу відхилень та їх впливу на результативні показники господарської діяльності: прибуток, власний капітал, грошові потоки та ін.

Суть аналізу відхилень, орієнтованих на наступні управлінські рішення, полягає у застосуванні детального факторного аналізу впливу визначених відхилень на результативні показники. Для цього спочатку виявляються всі фактори, які впливають на результативний показник, потім розраховують загальне відхилення фактичної величини цього показника від запланованої. Далі дається кількісна оцінка впливу кожного з факторів на фактичну величину результативного показника зі складанням таблиці пріоритетів впливу виявлених факторів на результативний показник. На закінчення формуються висновки та надаються рекомендації для управлінських рішень, спрямованих на забезпечення виконання бюджетних показників.

Для аналізу відхилень в умовах невизначеності характерне у більшості випадків використання імітаційного моделювання. Всі параметри діяльності в такому випадку задаються інтервалами невизначеності. За умови відповідності значення результативного показника заданому інтервалу невизначеності виконання бюджету вважається успішним. Використання імітаційного моделювання створює можливість використання спеціальних програмних продуктів для полегшення процесу прийняття оптимальних управлінських рішень.

У випадку застосування стратегічного підходу до аналізу відхилень вибір процедур коригувальних дій відбувається відповідно до загальної стратегії діяльності підприємства.

Контроль виконання бюджетних показників має належний ефект, коли він ґрунтується на використанні прийомів аналізу (факторного, трендового, кореляційно-регресійного та ін.), синтезу, групування, порівняння, експертних оцінках тощо. Використання методів контролю, притаманних для його проведення в горизонтальній площині, дає змогу оцінювати та порівнювати бюджетні показники за декілька періодів поспіль. Прийоми звітно-планового контролю передбачають оцінювання фактичного рівня виконання показників, визначених бюджетом у порівнянні з запланованими їх величинами. Методи вертикального контролю дають змогу оцінити структури бюджетів у розрізі витратної та дохідної частин.

Важливе значення для впровадження бюджетного контролю має виділення центрів відповідаль-

ності, під якими слід розуміти сферу діяльності чи структурний підрозділ підприємства, в межах яких закріплено персональну відповідальність менеджерів за контрольовані ними показники діяльності. За рівнем управління центри відповідальності можуть охоплювати підприємство у цілому, відділи та служби, цехи, бригади, окремі види виробництв, виробничу діяльність тощо. Виходячи з обсягу визначених повноважень і обов'язків, виділяють такі центри відповідальності: витрат, доходів, прибутку, інвестицій, управління і контролю.

Велика увага в управлінському обліку приділяється питанням класифікації й групуванню даних про витрати для цілей планування й контролю, що дозволяє оцінити ступінь їх релевантності й контрольованості зі сторони окремих осіб, керівників підрозділів (центрів відповідальності), які своїми діями уповноважені або можуть впливати на використання ресурсів. Виділення центрів відповідальності тісно пов'язане з організаційною структурою підприємства. Бюджетування витрат відбувається шляхом залучення фахівців різних підрозділів підприємства: виробничо-технічного, планово-економічного, маркетингу, обліково-аналітичного, внутрішнього контролю, завдання яких полягають у розробленні обґрунтованих нормативів витрат, контролі правильності включення їх у собівартість продукції, досягненні найкращих результатів за умов раціонального витрачання всіх видів ресурсів, забезпечення зростання продуктивності праці й стратегії розвитку підприємства.

Контроль витрат за місяцями їх виникнення покликаний забезпечити підвищення відповідальності керівного персоналу і працівників підприємства за раціональне витрачання усіх видів ресурсів, шляхом виявлення відхилень (економії чи перевитрат) по відношенню до нормативних або планованих показників та встановлення причин цих відхилень. За відношенням до основної діяльності виробничих підприємств системи споживчої кооперації можна виділити центри витрат основного, допоміжного, обслуговуючого та побічного виробництв, а також центри адміністративних і збутових витрат. У розрізі центрів відповідальності керівництво підприємства визначає порядок прийняття рішень і внутрішнього контролю виконання бюджетів. Для цього передбачається розподіл функцій між управлінським персоналом щодо контролю за виконанням бюджету та розробляється схема руху інформаційних потоків від центрів відповідальності до функціональних служб, які містять дані про хід поточного виконання планових завдань і у зворотному порядку – з проведеним аналізом та прийнятими рішеннями й рекомендаціями щодо покращення результатів діяльності. Інформаційно-аналітичне забезпечення внутрішнього контролю в цьому випадку повинно давати об'єктивну і повну характеристику понесених витрат і аналіз причинно-наслідкових зв'язків їх із результатами діяльності.

На наступному етапі з використанням отриманої в процесі управлінського обліку і внутрішнього контролю інформації про фактичні

витрати та відхилення, згруповані в необхідних аналітичних розрізах, відбувається перехід до порівняльного аналізу, який є досить трудомістким і передбачає обов'язкове складання спеціальних оперативних документів щодо результатів споживання ресурсів (повідомлення про зміни норм витрат, аналітичні розрахунки відхилень від норм споживання ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових тощо). Маючи такі дані та розрахунки, можна вживати заходи із запобігання небажаним відхиленням та розповсюдження тих із них, які сприятимуть зниженню рівня витрат.

Найбільш важливим завданням внутрішнього контролю витрат на четвертому етапі є акцентування уваги менеджерів на відхиленнях від норм, які вимагають невідкладного реагування. При цьому може виникнути потреба коригування наявних бюджетів витрат.

Проте, щоб не завдавати шкоди для виконання менеджерами щоденних функцій, концентрувати їхню увагу потрібно лише на суттєвих відхиленнях від норм без відволікання уваги на відхилення в межах допустимих норм. У цьому полягає суть ефективного управління відхиленнями, яке сприятиме оперативному усуненню негативних із них.

П'ятий етап передбачає здійснення контролю виконання відкоригованих бюджетів у тій же послідовності, яка була нами розглянута вище.

Важливе значення для надання процесу бюджетування більшої оперативності й ефективності має запровадження комплексної автоматизованої системи бюджетного планування діяльності підприємства, яка дає змогу максимально швидко отримувати інформацію щодо виконання бюджету, а також здійснювати необхідні коригування бюджетів для покращення результатів оперативного управління ресурсним потенціалом підприємства.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином, на основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що запровадження бюджетування витрат на підприємствах системи споживчої кооперації є дієвим засобом внутрішнього контролю використання ресурсів. Для отримання оперативної інформації про виконання бюджетів та характер і причини відхилень, які при цьому виникають, доцільно використовувати розроблені спеціальні форми внутрішньої управлінської звітності. Це забезпечує можливість ефективно контролювати такі відхилення та приймати правильні рішення щодо проведення заходів регулюючого впливу. Сам же процес внутрішнього контролю виконання бюджетів відбувається у певній послідовності, починаючи зі збору фактичних даних і закінчуючи контролем за виконанням відкоригованих бюджетів.

Подальші дослідження будуть спрямовані на групування та змістовне наповнення форм внутрішньої звітності для потреб контролю, визначення напрямів використання інформації, отриманої за підсумками проведення внутрішнього контролю в процесі відображення його результатів у відомчій

звітності системи споживчої кооперації України і для оцінки економічної ефективності цього виду контролю.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Положення про організацію внутрікооперативного контролю в системі споживчої кооперації України, затверджене постановою третіх зборів Ради Укоопспілки шістнадцятого скликання 15 березня 1995 року. – К. : Укооппостачмаш, 1995. – 20 с.

2. Положення про порядок проведення ревізій господарсько-фінансової діяльності в споживчих товариствах, споживспілках, їх підприємствах (об'єднаннях), інших суб'єктах господарювання системи Всеукраїнської центральної спілки споживчих товариств (Укркоопспілки) : затверджене постановою четвертих зборів Ради Укркоопспілки першого скликання 30 липня 2014 року // Нормативні акти та методичні рекомендації Укркоопспілки. – Т. 1. – К. : ПП “Видавничий дім “Комп’ютерпрес”, 2015. – С. 119-156.

3. Положення про контрольно-ревізійне управління (відділ, сектор) спілки споживчих товариств : затверджене постановою четвертих зборів Ради Укркоопспілки першого скликання 30 липня 2014 року // Нормативні акти та методичні рекомендації Укркоопспілки. – Т. 1. – К. : ПП “Видавничий дім “Комп’ютерпрес”, 2015. – С. 157-161.

4. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2014 рік / Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств України (Укркоопспілка). – К., 2015. – 52 с.

5. Бюджетування як інструмент забезпечення життєдіяльності підприємства : монографія / [за ред. А. В. Череп]. – Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2011. – 220 с.

6. Чибісов Ю. В. Бухгалтерський облік виробничої діяльності в системі бюджетування: теоретико-методичні основи : автореф. дис... канд. екон. наук : спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз і аудит / Ю. В. Чибісов; Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – Київ, 2008. – 20 с.

7. Бутинець Т. А. Розвиток науки господарського контролю: проблеми теорії, методології, практики : монографія / Т. А. Бутинець. – Житомир : ЖДТУ, 2011. – 722 с.

8. Контроль у системі інноваційного менеджменту підприємства : монографія / [Є. В. Мних, С. В. Бардаш, О. А. Шевчук та ін.; за ред. Є. В. Мниха]. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 452 с.

9. Костирко Р. О. Організація внутрішнього контролю в управлінні витратами машинобудівного підприємства : монографія / Р. О. Костирко, С. В. Щеголькова. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2009. – 296 с.

## REFERENCES

1. Ukrkoopspilka (1995), “Polozhennia pro orha-

nizatsiiu vnutrikooperatyvnoho kontroliu v systemi spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy, zatverdzhene postanovoiu tretikh zboriv Rady Ukoopspilky shistnadsiatoho sklykannia 15 bereznia 1995 roku” [Regulations on the organization vnutrikooperatyvnoho control system of consumer cooperatives in Ukraine, approved by the third meeting of the Board Ukoopspilka sixteenth convocation March 15, 1995], Ukooppostachmash, Kyiv, Ukraine.

2. Ukrkoopspilka (2015), “Polozhennia pro poriadok provedennia revizii hospodarsko-finansovoi diialnosti v spozhyvchykh tovarystvakh, spozhyvspilkakh, yikh pidpriemstvakh (ob’iednanniakh), inshykh sub’iektakh hospodariuvannia systemy Vseukrainskoi tsentralnoi spilky spozhyvchykh tovarystv (Ukrkoopspilky) : zatverdzhene postanovoiu chetvertykh zboriv Rady Ukrkoopspilky pershoho sklykannia 30 lypnia 2014 roku” [Regulations on auditing economic and financial activities in the consumer society, Consumers, their enterprises (associations) and other entities of the system of Ukrainian Central Union of Consumer Societies (Ukrkoopspilky), approved by the fourth meeting of the Board Ukrkoopspilky first convocation July 30, 2014], Normatyvni akty ta metodychni rekomendatsii Ukrkoopspilky, vol. 1, PP “Vydavnychiy dim “Komp’iuterpres”, Kyiv, Ukraine.

3. Ukrkoopspilka (2015), “Polozhennia pro kontrolno-reviziine upravlinnia (viddil, sektor) spilky spozhyvchykh tovarystv : zatverdzhene postanovoiu chetvertykh zboriv Rady Ukrkoopspilky pershoho sklykannia 30 lypnia 2014 roku” [Regulations on the Control and Audit Office (department, sector) Union of Consumer Societies, approved by the fourth meeting of the Board Ukrkoopspilky first convocation July 30, 2014], Normatyvni akty ta metodychni rekomendatsii Ukrkoopspilky, vol. 1, PP “Vydavnychiy dim “Komp’iu-

terpres”, Kyiv, Ukraine.

4. Ukrkoopspilka (2015), “Pokaznyky hospodarsko-finansovoi diialnosti pidpriemstv i orhanizatsii spilok spozhyvchykh tovarystv oblastei za 2014 rik” [Indicators of economic and financial activities of enterprises and organizations of unions of consumer societies regions 2014], Vseukrainska tsentralna spilka spozhyvchykh tovarystv Ukrainy, Kyiv, Ukraine.

5. Cherep, A. V. (2011), *Biudzhetuвання yak instrument zabezpechennia zhyttiediialnosti pidpriemstva* [Budgeting as a tool for the viability of the company], Zaporizkyi natsionalnyi universytet, Zaporizhzhia, Ukraine.

6. Chybisov, J. V. Bukhhalters'kyj oblik vyrobnychoi diialnosti v systemi biudzhetuвання: teoretyko-metodychni osnovy : avtoref. dys... kand. ekon. nauk : spets. 08.00.09 – bukhalters'kyj oblik, analiz i audyt [Accounting production activities in the budgeting: theoretical and methodological foundations], Ph.D. Thesis, Bukhhalterskyi oblik, analiz i audyt, Derzhavna akademiia statystyky, obliku ta audytu Derzhkomstatu Ukrainy, Kyiv, Ukraine.

7. Butynets, T. A. (2011), *Rozvytok nauky hospodarskoho kontroliu: problemy teorii, metodolohii, praktyky* [The development of science economic control: problems of theory, methodology, practice], ZhDTU, Zhytomyr, Ukraine.

8. Mnich, E. V. Bardash, S. V. Shevchuk, O. A. and etc. (2011), *Kontrol u systemi innovatsiinoho menedzhmentu pidpriemstva* [Control system of enterprise innovation management], Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, Kyiv, Ukraine.

9. Kostyrko, R. O. and Shegolkov, S. V. (2009), *Orhanizatsiia vnutrishnoho kontroliu v upravlinni vytratamy mashynobudivnoho pidpriemstva* [The organization of internal control in managing engineering enterprise costs], SNU im. V. Dalia, Luhansk, Ukraine.

Должанський А. М.,  
к.е.н., доц. кафедри бухгалтерського обліку, Львівська комерційна академія, м. Львів

Должанський М. О.,  
магістр, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ ЗА ЦЕНТРАМИ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

**Анотація.** Метою дослідження є вдосконалення методичних та організаційних засад бухгалтерського обліку виробничих витрат на поліграфічних підприємствах для забезпечення їх ефективного функціонування в умовах ринкових відносин. За результатами досліджень було обґрунтовано методичні підходи до застосування нормативного методу обліку витрат із урахуванням організаційно-технологічних особливостей поліграфічного виробництва. Встановлений порядок відображення у формах первинних документів витрат на фінансово-господарські операції під час їх виникнення на поліграфічних підприємствах. Названі доробки в подальшому дадуть можливість відображати витрати у відповідності до чинних норм із визначенням відхилень в розрізі центрів виникнення витрат.

**Ключові слова:** організація бухгалтерського обліку, нормативний метод обліку витрат, місця виникнення витрат, первинні документи, виробничі витрати, облік відхилень витрат, управлінські рішення.

Dolzhanskiy A. M.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Dolzhanskiy M. O.,  
Master's degree student, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## ORGANIZATION OF COST ACCOUNTING BY THE RESPONSIBILITY CENTERS

**Abstract.** The aim of the study is the improvement of methodological and organizational principles of accounting of production costs for printing companies to ensure their effective functioning in market conditions. According to the research outcome the methodical approaches to the use of normative method of cost accounting, taking into account the organizational and technological features of printing production, are substantiated. The procedure of reflecting the expenditures on financial and business operations in the forms of primary documents at the time of their occurrence in printing companies is determined. Subsequently the mentioned developments will enable to reflect costs in accordance with the valid rules with specifying deviations in terms of cost centers.

**Keywords:** organization of accounting, normative method of cost accounting, cost centers, primary documents, production costs, accounting of costs deviations, managerial decisions.

**Постановка проблеми.** В умовах ринкової економіки виникає необхідність докорінної переорієнтації системи оцінки ефективності діяльності підприємств, базованих на різних формах власності. Значною мірою вирішення проблем ефективного розвитку та економічного зростання поліграфічних підприємств залежить від удосконалення системи управління виробничими витратами і собівартістю друкованої продукції.

Сучасна система бухгалтерського обліку повинна активно сприяти: успішному забезпеченню реального використання ринкових інструментів і ґрунтуватися на ефективній системі управління витратами; єдиному підході до вирішення

обліково-економічних завдань незалежно від рівня управління; можливості здійснення управління витратами на різних стадіях виробничого циклу; застосуванню ефективних методів оптимізації витрат; оперативному відображенню економічної інформації; застосуванню нової техніки та прогресивних технологій. У зв'язку з цим виникає потреба в докорінній зміні господарського механізму, який регулює економічні процеси, а це вимагає створення якісно нової системи управління, оновлення змісту та методології обліку і контролю виробничих витрат.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Суттєвий вклад у вирішення даних проблем зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: Бутинець Ф. Ф., Валуєв Б. І., Воронкова В. Я., Гуцайлюк З. В., Лін-

ник В. Г., Нікольська Е. В., Пушкар М. С., Сопко В. В., Ткаченко Н. М., Холод З. М., Чепурін В. О., Чумаченко М. Г. та інші. Проте проблема забезпечення ефективної діяльності поліграфічних підприємств в умовах ринкової економіки вимагає додаткових досліджень, зокрема з'ясування низки теоретичних та практичних аспектів раціональної організації обліку витрат й калькулювання собівартості продукції.

Процес трансформації системи обліку і контролю в ринкове середовище на поліграфічних підприємствах неадекватний сучасним вимогам. До основних гальмівних чинників належать: використання застарілих інструктивних та методичних матеріалів із організації обліку виробничих витрат; недосконалість первинних документів із обліку виробничих витрат; невідповідність специфіці поліграфічного виробництва номенклатури калькуляційних статей витрат; відсутність належного нормування витрат за статтями, що, в свою чергу, обмежує контрольні функції обліку за місцями виникнення витрат і центрами відповідальності. За таких обставин недостатнє вивчення проблем обліку виробничих витрат та необхідність їх вирішення з урахуванням вимог Положень (стандартів) бухгалтерського обліку в ринкових умовах діяльності поліграфічних підприємств зумовили вибір теми, мету і завдання.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є вдосконалення методичних та організаційних засад бухгалтерського обліку виробничих витрат на поліграфічних підприємствах для забезпечення їх ефективного функціонування в умовах ринкових відносин.

Для досягнення поставленої мети в дослідженні пропонується вирішити наступні завдання:

- обґрунтувати методичні підходи до застосування нормативного методу обліку витрат із урахуванням організаційно-технологічних особливостей поліграфічного виробництва;
- визначити місця виникнення витрат на поліграфічних підприємствах;
- встановити порядок відображення у формах первинних документів витрат на фінансово-господарські операції під час їх виникнення на поліграфічних підприємствах;
- відображати витрати у відповідності до чинних норм із визначенням відхилень.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На собівартість виготовлення продукту відносяться витрати, які можна об'єднати у дві основні групи:

- прямі, що відносяться на конкретний вид продукції;
- непрямі, які неможливо віднести на конкретний вид продукції.

Прямі витрати складають вагому частину виробничої собівартості виготовленої та

реалізованої продукції. За результатами аналізу діяльності досліджуваних підприємств прямі витрати знаходяться в межах від 74,1% (на поліграфічні послуги) до 92,1% (на паперово-білову продукцію) у загальній сумі витрат.

Належна організація обліку витрат загалом, і, зокрема, прямих, залежить від багатьох чинників, основні з яких зумовлені специфікою поліграфічного виробництва.

Організація обліку виробничих витрат на поліграфічних підприємствах залежить від багатьох факторів. Основним критерієм обліку прямих витрат визначено достовірність їх відображення у регістрах первинних документів.

Порядок формування, відображення та зберігання первинних носіїв облікової інформації з бухгалтерського обліку (у подальшому документів) на вітчизняних підприємствах всіх форм власності регламентується “Положенням про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку”, затвердженим наказом Міністерства фінансів України від 29 травня 1995 року за №88 [2]. За результатами дослідження встановлено, що на деяких поліграфічних підприємствах користуються самостійно розробленими формами первинних облікових документів, які не містять реквізитів типових або спеціалізованих форм згідно з вимогами Положення [2]. На досліджуваних підприємствах виявлено випадки використання первинних документів, рекомендованих у галузевих інструкціях [1], також використовуються форми носіїв інформації для обліку товарно-матеріальних цінностей, затверджені у наказі Міністерства статистики України від 21 червня 1996 року за № 193 [3].

Саме тому вирішення актуальних проблем із удосконалення процесу документального відображення господарських операцій на основі застосування типових форм значною мірою залежить від вибору методу обліку витрат та принципів їх структуризації за місцями формування. В подальшому був проведений аналіз методів обліку витрат, визначені їх переваги та недоліки, обґрунтовано необхідність використання нормативного методу за центрами відповідальності на всіх етапах технологічного процесу як такого, що враховує організаційно-технологічні особливості поліграфічного виробництва та потреби управління витратами, дано оцінку чинній практиці обліку комплексних витрат виробництва, їх розподілу між видами продукції з точки зору формування облікової інформації для прийняття управлінських рішень.

Установлено, що облік відхилень витрат на поліграфічних підприємствах від планових показників здійснюється без з'ясування причин і відповідальних осіб, що значно знижує інформативність внутрішніх звітних документів і результативність контролю витрат, унеможлиблює прийняття коригуючих управлінських рішень. Для узагальнення інформації про відхилення й їх відображення в звітних документах доцільним є використання числового коду, сформованого

автором за розробленими класифікаторами, які враховують особливості поліграфічного виробництва. Завдяки кодуванню інформація автоматично може переноситися до внутрішнього звітного документа, формування якого пропонується здійснювати щоденно за видами продукції, причинами відхилень, відповідальними особами, центрами витрат і центрами відповідальності, що дасть змогу оперативного аналізувати причини відхилень та приймати зважені управлінські рішення.

Облікова практика підприємств досліджуваної галузі свідчить про необхідність застосування нових підходів до організації обліку витрат підприємства, спрямованих на надання інформації керівникам різних ієрархічних рівнів для управління витратами. Вирішення цього питання вбачається у використанні нормативного методу обліку витрат за центрами відповідальності, з урахуванням їх ієрархічної підпорядкованості.

Виокремлено місця виникнення витрат, які відповідають бригадам, дільницям, відділенням або технологічним лініям м'ясопереробного підприємства й є осередками формування прямих витрат.

Для відображення їх руху в кожному структурному виробничому підрозділі оформляються змінні виробничі звіти, в яких відображаються витрати за основними технологічними процесами з виготовлення конкретного виду продукції. Отже, при виконанні замовлення на всіх виробничих процесах складається чотири змінні виробничі звіти: відділу комп'ютерної розробки; відділу монтажу; друкарського цеху; брошурувально-палітурного цеху. Кожен із виробничих підрозділів повинен мати власну серію номерів звітів для здійснення оперативного обліку та контролю.

За результатами досліджень, нами сформовані документальні носії витрат, об'єкти та склад витрат кожного центру відповідальності на поліграфічних

підприємствах (табл. 1).

Для зручності використання документів при автоматизованому способі обробки інформації передбачено застосування принципу кодифікації відповідних первинних документів. У випадку перевищення встановленого ліміту вважаємо доцільним використовувати сигнальні первинні документи. При цьому рапорт про наявні відхилення необхідно оформляти на рівнях начальника виробничої дільниці й завідувача складу.

Для обліку відхилень витрат обґрунтовано доцільність використання взаємопов'язаних субрахунків бухгалтерського обліку третього та четвертого порядків, які забезпечують організацію багаторівневого аналітичного обліку та збору інформації за центрами витрат. З цією метою запропоновано доповнити робочий план рахунків взаємопов'язаними субрахунками з обліку відхилень витрат із необхідною деталізацією.

Враховуючи динамічний характер виробничої структури та господарських процесів поліграфічних підприємств, центри відповідальності можуть формуватися на певний період із зрізним ступенем деталізації, залежно від інформаційних потреб керівництва підприємства про витрати як об'єкт управління.

Визначено, що облік витрат за центрами відповідальності поліграфічного підприємства забезпечується системою внутрішніх звітів, структура та показники яких зумовлені потребами оперативного чи тактичного рівнів управління витратами.

Відображення руху витрат на виробництво в кожному структурному виробничому підрозділі оформляються у змінні виробничі звіти, в яких відображаються витрати за основними технологічними процесами з виготовлення конкретного виду продукції.

У першому розділі звіту "Виробнича програма"

Таблиця 1

Аналітичний облік витрат за центрами витрат

Центр витрат	Носій витрат	Об'єкт витрат	Об'єкт калькулювання	Склад витрат
Відділу комп'ютерної розробки (ЦВ № 1)	Витрачений час на розробку макету, допоміжні матеріали	ЦВ № 1	Комп'ютерний макет	$B1 = VX + ПВ + ЗВ$
Відділу монтажу (ЦВ № 2)	Офсетні пластини, проявник, час виконання роботи	ЦВ № 2	Проявлені офсетні пластини	$B2 = B1 + ПВ + ЗВ$
Друкарський цех (ЦВ № 3)	Папір, картон, фарба друкарська, час виконання роботи	ЦВ № 3	Надруковані аркуші	$B3 = B2 + ПВ + ЗВ$
Брошурувально-палітурний цех (ЦВ № 4)	Сировина для виробництва різних видів копченостей	ЦВ № 4	Профальцьована, прошита поліграфічна продукція	$B4 = B2 + ПВ + ЗВ$

**Примітка.** B1, B2, B3, B4 – загальна сума витрат відповідного центру витрат;  
 VX – витрачений час на виконання роботи;  
 ПВ – прямі поліграфічні матеріали;  
 ЗВ – загальновиробничі витрати;  
 ЦВ – центр витрат.



формується вихідна інформація про виконання виробничого завдання структурним підрозділом, а саме: потреба в основних і допоміжних матеріалах, фактичний вихід готової продукції у співставленні з нормами та відображення виявлених відхилень від встановлених завдань, параметрів технологічного процесу.

У другому розділі “Готова продукція та напів-фабрикати” відображається рух готової продукції, виготовленої за зміну.

Третій розділ виробничих звітів містить інформацію про рух сировини і матеріалів у виробництві за нормативним методом обліку витрат. Він є найважливішим для прийняття управлінських рішень. У цьому розділі відображають залишки матеріалів на початок зміни, надходження та використання їх за зміну. Рух матеріалів відображають за кожним замовленням, за нормою, фактично та за відхиленнями й винуватцями.

Четвертий розділ (та п'ятий для друкарського цеху) передбачено для формування інформації про заробітну плату працівників структурного підрозділу, яка є елементом прямих витрат.

Отже, ведення обліку витрат за об'єктами калькулювання дасть можливість відобразити весь комплекс операцій на виготовлення поліграфічної продукції і тим самим сприятиме формуванню необхідної для управління інформації.

Така структура документа забезпечує інформаційну підтримку прийняття рішень на всіх рівнях управління витратами.

Практика поліграфічних підприємств свідчить, що методика групування та розподілу комплексних витрат має принципові недоліки, оскільки не забезпечує формування достовірної інформації на рахунках і спотворює собівартість окремих видів поліграфічної продукції. Для усунення виявлених проблем удосконалено номенклатуру загальновиробничих та адміністративних витрат, обґрунтовано принцип вибору баз розподілу груп комплексних накладних витрат, які більш тісно корелюють із фактичними витратами.

Вважаємо доцільним здійснювати розподіл комплексних витрат у три етапи: між центрами відповідальності, між центрами витрат кожного центру відповідальності, між видами продукції окремого центру витрат за встановленими базами розподілу, який повною мірою враховує причинно-наслідкові зв'язки між системоутворюючими елементами собівартості поліграфічної продукції.

Нами запропоновано загальну формулу для визначення сумарних прямих витрат як за замовленнями, так і в цілому по підприємству:

$$S_j = F_j + C_j \cdot (1 + R) + O_j \text{ при } j = [1; m], \quad (1)$$

де  $S_j$  – сумарні прямі витрати за  $j$ -тим замовленням та за всіма технологічними процесами при  $i = [1; n]$ ;

$F_j$  – сума витрат матеріалів за  $j$ -тим замовленням при виконанні  $n$ -них технологічних операцій при  $i = [1; n]$ ;

$O_i$  – сума витрат електроенергії за  $j$ -тим замовленням при виконанні  $n$ -них технологічних операцій при  $i = [1; n]$ .

Запропонована модель обліку прямих витрат є ефективною при використанні трьохрівневої структури АРМ бухгалтера, найбільш раціональної форми автоматизації облікового процесу на промислових підприємствах.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** За результатами вивчення облікової практики поліграфічних підприємств доведено необхідність поєднання нормативного методу з обліком витрат за центрами відповідальності підприємства.

Запропоновано здійснювати облік відхилень витрат та їх причин на взаємопов'язаних субрахунках бухгалтерського обліку третього та четвертого порядків. З метою надання вичерпної, різнобічної та достовірної інформації про витрати розроблено структуру внутрішньої звітності про витрати поліграфічного підприємства, з урахуванням інформаційних потреб користувачів різних ієрархічних рівнів контролю.

З огляду на організаційно-технологічні особливості поліграфічних підприємств запропоновано розподіл комплексних витрат, допоміжних і обслуговуючих виробництв здійснювати в три етапи (перший – розподіл між центрами відповідальності, другий – розподіл між центрами витрат кожного центру відповідальності, третій – розподіл між видами продукції центру витрат за встановленими базами розподілу), що повною мірою відображає тісний причинно-наслідковий зв'язок із формуванням собівартості поліграфічної продукції.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Временная инструкция по планированию учета и калькулированию себестоимости продукции на полиграфических предприятиях. Утверждена комитетом Совета Министров СССР по делам издательств, полиграфии и книжной торговле. – М. : Книга, 1973. – 147 с.
2. Положення про документальне забезпечення записів у бухгалтерському обліку: наказ Міністерства фінансів України від 29.05.1995 р. № 88 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/1\\_doc2.nsf/link1/MF03270.html](http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/MF03270.html).
3. Про затвердження типових форм первинного обліку: наказ Міністерства фінансів України від 21.06.1996 р. № 193 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/1\\_doc2.nsf/link1/MF03270.html](http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/MF03270.html).

## REFERENCES

1. *Vremennaja instrukcija po planirovaniju ucheta i kal'kulirovaniju sebestoimosti produkcii na poligraficheskikh predpriyatijah. Utverzhdena komitetom Soveta Ministrov SSSR po delam izdatel'stv, poligrafii i knishnoj trgovle* (1973), Kniga, M., 147 s.
2. *Polozhennia pro dokumental'ne zabezpechennia*

zapysiv u bukhhalters'komu obliku: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 29.05.1995 r. № 88, available at: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/MF03270.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MF03270.html).

obliku: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 21.06.1996 r. № 193, available at: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/MF03270.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MF03270.html).

3. Pro zatverdzhennia typovykh form pervynnoho

Курак А. І.,  
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ФОРМУВАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕНЬ МАЙБУТНІХ ВИТРАТ І ПЛАТЕЖІВ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Анотація.* В сучасних умовах економічної діяльності кожен господарюючий суб'єкт повинен раціонально та ефективно здійснювати свою роботу. В процесі виконання своїх основних завдань керівники підприємства повинні вміти попереджувати непередбачувані ризики, настання яких може суттєво погіршити економічне становище підприємства. При здійсненні даного завдання все більш актуальними стають шляхи пошуку створення резервів, які б могли застрахувати від непотрібних витрат. Одним із способів саме такого уникнення ризиків є створення забезпечень майбутніх витрат і платежів. Мета формування забезпечення полягає в тому, аби зарезервувати певну суму, що може виявитися необхідною для погашення можливих зобов'язань, якщо ні суму, ні дату виконання таких зобов'язань нереально з точністю передбачити. Однак існують певні обмеження щодо визнання забезпечень у бухгалтерському обліку.

**Ключові слова:** забезпечення, резерви, зобов'язання, облікова політика.

Kurak A. I.,  
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## ACCOUNTING POLICY OF FORMATION OF PROVISIONS OF FUTURE EXPENSES AND PAYMENTS IN THE CONTEXT OF ENTERPRISE RISK MANAGEMENT

*Abstract.* In contemporary conditions of economic activity each entity must efficiently and effectively carry out its work. In the course of implementation of their main tasks the enterprise managers should be able to prevent unpredictable risks arising of which can significantly worsen the economic plight of the company. In carrying out this task all the more topical is finding the ways for creation of the reserves that would insure from unnecessary expenses. One of the ways to avoid precisely this risk is to create provisions for future expenses and payments. The purpose of forming the provisions is to reserve a certain amount that could be necessary for possible repayment obligations, if it is unreal to predict the amount or date of implementation of such obligations. However, there are certain limitations regarding the recognition of provisions in accounting.

**Keywords:** provisions, reserves, obligations, accounting policy.

**Постановка проблеми.** Однією зі складових частин облікової політики кожного підприємства є порядок створення забезпечень майбутніх витрат і платежів і, зокрема, забезпечень на виплату гарантійних зобов'язань, виплату відпусток, виведення основних засобів із експлуатації та відновлення навколишнього середовища тощо. Накопичення джерел для погашення витрат, які здійснюються нерівномірно протягом року, а також забезпечень іншого призначення безпосередньо сприяє достатній фінансовій стабільності як важливої складової економічної стійкості підприємства в цілому, оскільки за наявності створеного забезпечення знімається ризик суттєвого збільшення витрат і зниження прибутковості в окремі періоди. Однак аналіз облікової практики діючих суб'єктів господарювання дозволяє зробити висновок: лише на одиничних підприємствах

створюються відповідні забезпечення, незважаючи на те, що формування окремих із них є обов'язковою вимогою відповідних нормативних документів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання облікової політики формування забезпечень майбутніх витрат і платежів у системі управління ризиками підприємства досліджувались у працях таких вчених: Н. Г. Богатко, Р. Є. Грачової, І. Г. Кириченко, М. О. Козлової, Н. М. Малюги, В. М. Пархоменка, В. Ф. Палія, Я. В. Соколова, Л. В. Сотникової, В. А. Гавриленка, М. О. Козлової, Г. В. Нашкерської, П. Й. Атамаса, В. С. Терещенка, Н. О. Лоханової, Л. В. Гнилицької та інших.

**Постановка завдання.** Метою роботи є визначення та систематизація за результатами проведених наукових досліджень питань поняття

ризик, його класифікації, облікової політики, забезпечень майбутніх витрат і платежів, а також розробка пропозицій щодо їх створення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В умовах ринкової економіки для підприємства і його фінансової стабільності важливе значення має створений ефективний механізм нівелювання комерційних ризиків.

Визначення ризику залежить від сфери діяльності його застосування. Ризик має свої специфічні ознаки, такі як: є конкретним явищем, має вірогідний характер; може бути вимірним та оціненим; має конкретну форму прояву, пов'язану з певним об'єктом; є невід'ємним елементом фінансово-економічних відносин.

У літературі існує велика кількість визначень поняття “ризик”, тому що він не є сталою категорією та постійною величиною. Ризик весь час змінюється, що пов'язано із змінами в розвитку науки по його аналізу та оцінці, в трансформації економічних систем, а також обумовлено низкою інших факторів.

Варналій З.С., Сизоненко В.О. розглядають ризик, який виникає в усіх сферах діяльності бізнесмена: виробництві, реалізації товарів та послуг, фінансовому та торговельному посередництві, здійсненні науково-технічних і комерційних проєктів. У кожній сфері підприємницької діяльності ризик пов'язується з можливою втратою (повною або частковою) ресурсів, що є у розпорядженні підприємця. Це можуть бути матеріальні, фінансові, інтелектуальні та інші ресурси.

Вишняков Я. Д., Радаєв Н. Н. дають таке визначення поняттю “ризик”: кількісна міра здатності підприємця творчо використовувати елемент невизначеності в процесі відтворення або окремих його моментах для отримання додаткової вартості.

Тюленєва Ю.В. під ризиком розуміє категорію відтворення в ринковій економіці, яка пов'язана з кожним етапом, елементом, ланкою господарської діяльності, починаючи від створення умов виробництва (закупівлі сировини, матеріалів, устаткування, найму робочої сили) і закінчуючи виробництвом товарів і послуг та їх реалізацією. Підприємець повинен дуже добре орієнтуватися в навколишньому середовищі, знати ціни, стежити за новими розробками, аналізувати попит і пропозицію на різних ринках, не допускати виробничих збоїв і т.д. Недотримання цих і багатьох інших правил може привести до невідрядного збитку.

Бондар О. В. вважає, що ризик виникає при будь-яких видах діяльності, пов'язаних із виробництвом продукції, товарів, послуг. Він характеризується як небезпека потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів чи не доодержання доходу порівняно з варіантом, розрахованим на раціональне використання ресурсів.

Шепеленко О.В. під поняттям ризику має на увазі спосіб господарювання в непередбачених умовах (обставинах), при якому створюються

завдяки особливим здібностям підприємця можливості й необхідність запобігати, зменшувати несприятливу дію стохастичних умов і одержувати в цих умовах підприємницький дохід.

На нашу думку, під ризиком у фінансово-господарській діяльності підприємств потрібно розуміти ймовірність виникнення збитків, втрат або недоотримання прибутку порівняно з прогнозним варіантом.

Особливість ризиків полягає в тому, що вони є наслідком взаємовідносин між суб'єктами ризику, тобто виникають через так званий людський фактор, не мають природних стабілізаторів рівня ризику. А відтак, вони мають небезпечну властивість – постійно змінюватися, не підлягають узагальненню, є суто індивідуальними, характеризують притаманні тільки даному суб'єкту господарської діяльності особливості: вид діяльності, її обсяг, конкурентне середовище, надійність партнерів, кваліфікацію спеціалістів тощо. Тому особливого значення набуває необхідність їх класифікувати, ідентифікувати, виміряти та управляти ними.

В економічній літературі ризики класифікуються по-різному, що свідчить про існування різноманітних підходів до створення класифікаційних схем. Також у деяких підручниках наводяться різні види ризиків без певних ознак.

За результатами дослідження нами запропоновано класифікацію ризиків діяльності підприємства, яку наведено у таблиці 1.

Одним із способів уникнення ризиків є створення забезпечень майбутніх витрат і платежів. Мета формування забезпечення полягає в тому, щоб зарезервувати певну суму, що може виявитися необхідною для погашення можливих зобов'язань, якщо ні суму, ні дату виконання таких зобов'язань нереально з точністю передбачити.

В українській обліковій практиці недостатньо уваги приділено питанню формування забезпечень, оскільки національні стандарти бухгалтерського обліку, визнаючи факт існування умовних подій, не надають реальних методик оцінювання втрати окремими об'єктами бухгалтерського обліку економічних вигод під впливом дії ризику (невизначеності).

Облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються суб'єктом господарювання для ведення поточного обліку, складання та подання фінансової звітності в межах, визначених Законом України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні”, положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, іншими нормативними документами.

Забезпечення є об'єктом облікової політики, при формуванні якої слід звернути особливу увагу на створення резерви майбутніх витрат і платежів.

Методологічні засади обліку та відображення зобов'язань у звітності визначені Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 11 “Зобов'язання”. Норми, що наведені в цьому П(С)БО, зас-

тосовуються на підприємствах всіх форм власності, крім бюджетних установ.

Забезпечення – теперішнє зобов'язання, що є результатом минулих подій із невизначеними сумою або часом погашення на дату балансу. Встановлення переліку та складу забезпечень відповідно до П(С)БО 11 “Зобов'язання” підприємство здійснює самостійно, виходячи з необхідності та доцільності.

На нашу думку, доцільно створювати такі види забезпечень майбутніх витрат і платежів (рис. 1).

Забезпечення створюються при виникненні зобов'язань (внаслідок минулих подій), і їх суми визнаються витратами.

Під час формування облікової політики варто пам'ятати, що забезпечення використовуються для відшкодування тільки тих витрат, для покриття яких воно було створене. Залишок забезпечення переглядається на кожну дату балансу і у разі потреби коригується (зменшується або збільшується). Забезпечення необхідно відрізняти

Таблиця 1

#### Класифікація ризиків діяльності підприємства

№ з/п	Класифікаційна ознака	Вид ризику
1	За джерелами виникнення	системні або ринкові (властиві всім суб'єктам ринку, викликані процесами, що відбуваються в ринковому середовищі у цілому) несистемні (ризик окремих суб'єктів господарювання, що залежать від особливостей їх діяльності)
2	За масштабами впливу	національні
		регіональні
		галузеві
3	За сферою виникнення	зовнішні
		внутрішні
4	За рівнем економічного управління	народногосподарські (на макрорівні)
		підприємства (на мікрорівні)
5	За природою ризику	господарські (пов'язані з діяльністю людини)
		природні (спричинені діями природних факторів та форс-мажорних обставин)
6	За відношенням об'єкта	ризик активної діяльності, ризик пасивного очікування
7	За можливістю усунення	несистематичний (специфічний) ризик - диверсифікований
		систематичний (ринковий) - недиверсифікований
8	За ступенем впливу на фінансовий стан господарюючого суб'єкта	припустимий ризик
		критичний ризик
		катастрофічний ризик
9	За сферою виникнення	внутрішній ризик
		зовнішній ризик
10	За тривалістю впливу	постійний
		тимчасовий
		прогнозований
11	За можливістю передбачення	прогнозований
		непрогнозований
12	За об'єктом виникнення	ризик окремих господарських операцій
		ризик різних видів господарської діяльності
		ризик загальної господарської діяльності
13	За можливістю страхування	ризик, що підлягає страхуванню
		ризик, що не підлягає страхуванню
14	За типом виникнення	раціональні
		нераціональні
		авантюрні
15	За тривалістю дії	довгострокові
		короткострокові
		постійні
16	За рівнем ймовірних втрат	мінімальні
		середні
		максимальні
		припустимі
		критичні
17	За методами мінімізації або уникнення	катастрофічні
		лімітовані
		диверсифіковані
		застраховані

від непередбачених зобов'язань, але можна ототожнювати з резервами та резервами невизначених зобов'язань.

вдосконалення; оптимізацією структури фінансової звітності щодо забезпечень майбутніх витрат і платежів для підвищення аналітичної цінності



Рис. 1. Види забезпечень ризиків діяльності у системі управлінського обліку підприємства

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Питання відображення в обліковій політиці підприємства забезпечень майбутніх витрат і платежів згідно з Національними стандартами обліку в наукових і фахових виданнях практично не розглядаються, що призводить до недостатньо об'єктивного їх відображення в обліку та звітності, що може призвести до прийняття неправильних рішень на основі фінансової звітності. Тому нами запропоновано внести доповнення до класифікації ризиків та внести доповнення П(С)БО 11, розширивши перелік забезпечень майбутніх витрат і платежів, які дозволено створювати підприємствам. Перспективи подальших досліджень пов'язані з аналізом сучасної методики бухгалтерського обліку забезпечень майбутніх витрат і платежів та надання рекомендацій із її

звітів і ефективності управління процесом резервування.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бондар О. В. Ситуаційний менеджмент : навч. посіб. / О. В. Бондар. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 326 с.
2. Вишняков Я. Д. Общая теория рисков: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Я. Д. Вишняков, Н. Н. Радаев. – [2-е изд., испр.]. – М. : Издательский центр “Академия”, 2008. – 368 с.
3. Гнилицька Л. В. Інформаційне забезпечення ризиками підприємницької діяльності: обліковий аспект / Л. В. Гнилицька // Економічні інновації. – 2014. – Вип. 57. – С. 88-100.

4. Кулик В. А. Облікова політика підприємства : [навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення дисципліни студентами спеціальності 7.03050901, 8.0305901 “Облік і аудит” за КМСОНП ПУЕТ] / В. А. Кулик, Ю. О. Ночовна. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – 183 с.

5. Лоханова Н. О. Проблеми обліку забезпечень в системі управління економічною стійкістю підприємств / Н. О. Лоханова // Вісник Одеського національного університету. – Одеса : Гельветика, 2014. – Т. 19. – Вип. 2/6. – С. 77-80. – (Серія “Економіка”).

6. Пархомчук О. О. Огляд та аналіз наукових джерел з питань обліку резервів підприємства [Електронний ресурс] / О. О. Пархомчук // Міжнародний збірник наукових праць. – 2012. – Вип. 2(17). – С. 291-297. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/1374/1/37.pdf>.

7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 11 “Зобов’язання” [Електронний ресурс] : Наказ Міністерства фінансів України від 31 січня 2000 р. № 20. – Режим доступу : <http://www.ligazakon.ua>.

8. Тюленева Ю. В. Визначення категорії “ризик підприємницької діяльності” як основа ефективної діяльності підприємств / Ю. В. Тюленева // Економічний вісник НТУУ “Київський політехнічний інститут” : збірник наукових праць. – 2009. – № 6. – С. 47-52.

9. Ходзицька В. В. Методичні аспекти обліку забезпечень непередбачених активів і зобов’язань відповідно до міжнародних стандартів [Електронний ресурс] / В. В. Ходзицька // Фінанси, облік і аудит. – 2012. – № 19. – С. 375-383. – Режим доступу: <http://kneu.edu.ua/userfiles/arch/12-4424.pdf#page=375>.

10. Шепеленко О. В. Управління підприємницькими ризиками суб’єкта господарювання / О. В. Шепеленко // Економічні науки: Вісник ДонНУЕТ. – 2011. – № 4(52). – С. 189-199.

## REFERENCES

1. Bondar, O. V. (2010), *Sytuatsijnyj menedzhment*, Tsentр uchbovoi literatury, K., 326 s.

2. Vyshniakov, Ya. D. and Radaev, N. N. (2008), *Obschaia teoryia ryskov*, 2 nd ed, Yzdatel'skyj tseпtr “Akademyia”, M., 368 s.

3. Hnylyts'ka, L. V. (2014), Informatsijne zabezpechennia ryzykamy pidpryiemnyts'koi diial'nosti: oblikovyj aspekt, *Ekonomichni innovatsii*, vyp. 57, s. 88-100.

4. Kulyk, V. A. and Nochovna, Yu. O. (2013), *Oblikova polityka pidpryiemstva*, PUET, Poltava, 183 s.

5. Lokhanova, N. O. (2014), Problemy obliku zabezpechen' v systemi upravlinnia ekonomichnoiu stijkistiu pidpryiemstv, *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu*, Hel'vetyka, Odesa, Tom 19, vyp. 2/6, s. 77-80.

6. Parkhomchuk, O. O. (2012), Ohliad ta analiz naukovykh dzherel z pytan' obliku rezerviv pidpryiemstva, *Mizhnarodnyj zbirnyk naukovykh prats'*, vyp. 2(17), s. 291-297, available at: <http://eztuir.ztu.edu.ua/1374/1/37.pdf>.

7. Polozhennia (standart) bukhhalters'koho obliku 11 “Zobov'iazannia”: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 31 sichnia 2000 r. № 20, available at: <http://www.ligazakon.ua>.

8. Tiulenieva, Yu. V. (2009), Vyznachennia katehorii “ryzyk pidpryiemnyts'koi diial'nosti” iak osnova efektyvnoi diial'nosti pidpryiemstv, *Ekonomichnyj visnyk NTUU “Kyivs'kyj politekhnichnyj instytut”* : zbirnyk naukovykh prats', № 6, s. 47-52.

9. Khodzyts'ka, V. V. (2012), Metodychni aspekty obliku zabezpechen' neperedbachenykh aktyviv i zobov'iazan' vidpovidno do mizhnarodnykh standartiv, *Finansy, oblik i audyt*, № 19, s. 375-383, available at: <http://kneu.edu.ua/userfiles/arch/12-4424.pdf#page=375>.

10. Shepelenko, O. V. (2011), Upravlinnia pidpryiemnyts'kymy ryzykamy sub'iekta hospodariuvannia, *Ekonomichni nauky: Visnyk DonNUET*, № 4(52), s. 189-199.

# ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

УДК 334.02

*Краснокутська Н. С.,  
д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту та оподаткування, Національний технічний  
університет “Харківський політехнічний інститут”, м. Харків*

*Тихонченко Р. С.,  
аспірант, Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків*

## ОСНОВНІ КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ЗБІЛЬШЕННЯ КЛІЄНТСЬКОЇ ЦІННОСТІ У ПІДПРИЄМСТВАХ

**Анотація.** У статті систематизовано фінансові моделі створення цінності клієнтів впродовж їх життєвого циклу; визначено основні параметри моделей клієнтської цінності: рівень утримання клієнтів, фактор часу, прибутковість клієнтів, вартість середнього чеку і витрати на залучення одного клієнта. З метою формування методичного підґрунтя стратегії операційної досконалості, що базується на скороченні витрат і підвищенні якості взаємодії з клієнтами, розроблено структурно-логічну послідовність дій щодо збільшення клієнтської цінності з урахуванням пріоритетності цілей підприємства, наявного клієнтського досвіду, багатоваріантних змін моделі клієнтської цінності та вибору оптимального з точки зору реалізації цілей варіанта.

**Ключові слова:** цінність, клієнтська цінність, клієнтський досвід, модель, підприємство.

*Krasnokutska N. S.,  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Management and Taxation, National  
Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”, Kharkiv*

*Tikhonchenko R. S.,  
Postgraduate, Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Kharkiv*

## BASIC CRITERIA AND METHODS OF INCREASING CUSTOMER LIFECYCLE VALUE IN ENTERPRISES

**Abstract.** The paper presents the systematization of customer lifecycle value (CLV) models and defines their main parameters: customer retention, time, customer profitability, average price paid by a consumer, acquisition cost for a customer. The structural and logical sequence of actions to increase CLV in small enterprises is developed in order to form the methodological basis for operational excellence strategy based on reducing costs and improving the quality of interaction with customers. It is defined that the key stages of this sequence are based on the priority of enterprise goals, customer lifecycle, multivariate changes in the CLV model.

**Keywords:** value, customer value, customer lifecycle, model, enterprise.

**Постановка проблеми.** Принципи ціннісно-орієнтованого управління знаходять все більше впровадження у вітчизняних підприємствах, які у своєму прагненні утриматися на висококонкурентних ринках вимушені враховувати інтереси ключових стейкхолдерів, серед яких провідну роль відіграють клієнти. Розробка моделей залучення клієнтів і їх утримання перетворюється на важливе стратегічне завдання, яке супроводжується певними витратами і потребує економічного обґрунтування. Тому дос-

лідження, спрямовані на систематизацію та вдосконалення фінансових моделей клієнтської цінності, відповідають нагальним потребам сучасності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання клієнтської цінності становлять основу концепцій маркетингу взаємовідносин і клієнтоорієнтованого управління, теоретичні основи яких сформувані у працях А. Парват'єра [1], Р. МакКінзі [2],



Б. Бергерона [3], Дж. Кінкейда [4], М. Крістофера, А. Пейна, Д. Баллантіна [5]. Вагомим теоретичним і методологічним підґрунтям визначення цінності клієнтів протягом їх життєвого циклу є роботи І. Акулича [6], Р. Блекуелла [7], І. Ушанова [8], С. Гупта [9]. Емпіричні дослідження проблем збільшення прибутковості клієнтів отримали розвиток у працях Б. Шугартса [10], А. Максимова [11]. Незважаючи на досить широке коло публікацій, існуючі дослідження здебільшого описують або систему відносин «підприємство – клієнт», або авторські підходи до визначення стадій життєвого циклу клієнтів, або акцентують увагу на різних складових моделях клієнтської прибутковості, залишаючи поза межами розгляду процес збільшення клієнтської цінності з використанням цих моделей.

**Постановка завдання.** Метою статті є вивчення особливостей існуючих фінансових моделей клієнтської цінності, в межах яких клієнт розглядається як об'єкт інвестицій, виділення ключових параметрів такої моделі для невеликих підприємств і розробка структурно-логічної послідовності дій щодо збільшення клієнтської цінності у невеликих підприємствах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В концепції цінності клієнта вважається, що зусилля на підтримку взаємодії з клієнтами, які здійснюють регулярні повторні покупки, мають принципово відрізнитися від заходів співпраці з клієнтами, які здійснюють разові покупки і не повертаються. Поведінка клієнта по відношенню до підприємства розглядається як його життєвий цикл, що складається зі стадій залучення (знайомства з підприємством), формування зацікавленості, покупки, утримання (за рахунок формування враження від взаємовідносин) і лояльності (повторних покупок) або втрати інтересу до співпраці.

Вивчення клієнтської поведінки та сегментації клієнтів за стадіями життєвого циклу вимагає автоматизації управлінського обліку та запровадження спеціальної карткової системи, відсутність якої унеможливило аналіз клієнтського досвіду. Незважаючи на те, що такі системи здебільшого використовуються переважно підприємствами у форматі торговельних мереж, існуючі на сьогодні пропозиції ІТ-компаній, що спеціалізуються на розробці програмного забезпечення, охоплюють і сегмент невеликих підприємств. Впровадження автоматизованої системи управління дозволяє працювати з картковими системами лояльності, завдяки яким менеджери отримують інформацію про контакти клієнтів (лідогенерація), їх споживчі переваги, частоту покупок та фінансові можливості. Аналіз такої інформації дозволяє створювати персоналізовану ціннісну пропозицію для різних груп клієнтів і тим самим збільшувати сукупну клієнтську цінність (CLV – customer lifecycle value).

Розширення обсягів CLV потребує визначення її ключових параметрів і напрямів. Оскільки клі-

єнтська цінність розглядається як отримуваний від клієнта “пожиттєвий” дохід, то її розширення автоматично означає збільшення такого доходу. В свою чергу, для визначення напрямів нарощення доходів від клієнтів доцільно побудувати фінансову (“монетарну”) модель їх отримання і визначити її основні параметри. В економічній літературі ці моделі отримали назву “моделей чорної шухляди” [12], що базуються на розгляді клієнта як класичного об'єкта інвестицій. Аналіз публікацій щодо побудови таких моделей дозволив систематизувати наявні підходи та визначити їх ключові характеристики, зміни яких призводять до збільшення/зменшення клієнтської цінності (табл. 1).

Аналізуючи наведені в табл. 1 моделі, зазначимо, що загальними для більшості з них є такі критерії: рівень утримання клієнтів (або рівень взаємодії з клієнтом); фактор часу; доходність/прибутковість клієнтів (або дохід/прибуток підприємства від взаємодії з клієнтом).

З нашої точки зору, більші аналітичні можливості для збільшення клієнтської цінності у невеликих підприємствах мають моделі, запропоновані у працях [9; 14], оскільки вони базуються не тільки на врахуванні фактора часу, що має бути обов'язковою умовою для визначення життєвого циклу клієнта, але і на індивідуальному підході до врахування клієнтських витрат. Зважаючи на те, що збільшення клієнтської цінності має бути спрямоване на сегментацію клієнтів і визначення граничної суми витрат, яку може дозволити собі підприємство для підтримки та розвитку взаємовідносин із клієнтами, нами пропонується використання модифікованої моделі П. Бергера і Н. Насра:

$$CLV = \sum_{t=0}^n \frac{p_t \times q_t \times R_t \times r^t}{(1+d)} - \sum_{t=1}^n \frac{MC_t \times q_t \times AC_t \times r^{t-1}}{(1+d)^{0.5}} \quad (1)$$

де CLV – цінність клієнтів підприємства роздрібної торгівлі протягом життєвого циклу;  $p_t$  – сума середнього чеку в періоді  $t$ ;  $q_t$  – кількість клієнтів у періоді  $t$ ;  $R_t$  – кількість повторних покупок у періоді  $t$  на 1 клієнта;  $r$  – коефіцієнт утримання (рівень взаємодії з підприємством);  $MC_t$  – сума річних витрат на залучення 1 клієнта;  $AC_t$  – сума річних змінних витрат (без урахування витрат на залучення клієнтів);  $d$  – коефіцієнт дисконтування;  $t$  – період, що розглядається.

Відповідно, критерієм оптимізації має бути максимізація показника загальної клієнтської цінності за різними сегментами клієнтів:

$$CLV \rightarrow \max. \quad (2)$$

Послідовність дій зі збільшення клієнтської цінності з урахуванням загальних підходів до оптимізації функціональних сфер діяльності підприємства, на наш погляд, описується такими етапами (рис. 1):

1) визначення цілей збільшення клієнтської цінності (наприклад, утримання існуючих клієнтів

за рахунок налагодження з ними взаємовигідного співробітництва; залучення більш прибуткових клі-

ентів; диверсифікація клієнтської бази за умов збереження її прибутковості);

## Фінансові моделі визначення сукупної клієнтської цінності

Автор	Фінансова модель CLV	Ключові характеристики
1 Me B. [13]	$CLV = \frac{GC \times r}{(d - r)}$	3 Середній дохід на 1 клієнта; коефіцієнт утримання
Sugars B. [10]	$CLV = \overline{GC} \times RT \times ART,$	Середній дохід (вручка) в результаті транзакції; кількість повторюваних транзакцій; час утримання клієнта
Reuter P., Nasr N. [14]	$CLV = \sum_{t=0}^{\infty} \frac{GC}{(1+d)^t} - M \times \sum_{t=0}^{\infty} \frac{r^t}{(1+d)^{t+1}}$	Обсяг доходу на 1 клієнта; коефіцієнт утримання; сума річних витрат на підтримку взаємовідносин на 1 клієнта; кількість клієнтів; фактор часу
Макаров А. [15]	$CLV = \sum_{t=0}^{\infty} \frac{G_t - M_t}{(1+d)^t},$	Дохід підприємства, витрати підприємства, загальний час взаємодії з клієнтами
Gupta S., Hanssens D., Hardie B. [9]	$CLV = \sum_{t=0}^{\infty} \frac{(p_t - c_t) \times r_t}{(1+d)^t} - AC$	Середній чек, витрати на обслуговування 1 клієнта, коефіцієнт утримання, витрати на залучення клієнта, фактор часу
Ofek E. [16]	$CLV = \sum_{t=0}^{\infty} \frac{CLV_t}{(1+d)^t} - AC,$	Маржа на 1 клієнта; коефіцієнт утримання; витрати на підтримку взаємовідносин із 1 клієнтом; кількість клієнтів; фактор часу
Fader P., Hardie B. [17]	$ERLV = \psi \times DERL,$ $DERL = \sum_{t=0}^{\infty} \frac{\delta(t)}{S(n-1)} \left( \frac{1}{1+d} \right)^{t+1},$	Чистий грошовий потік від 1 клієнта, ймовірність продовження співпраці, тривалість співпраці, фактор часу

де ERLV – очікувана клієнтська цінність;  $\psi$  – очікуваний чистий грошовий потік від клієнта; DERL – дисконтована очікувана клієнтська цінність;  $S(t)$  – ймовірність тривалість співпраці клієнта з підприємством;  $n$  – кількість періодів.

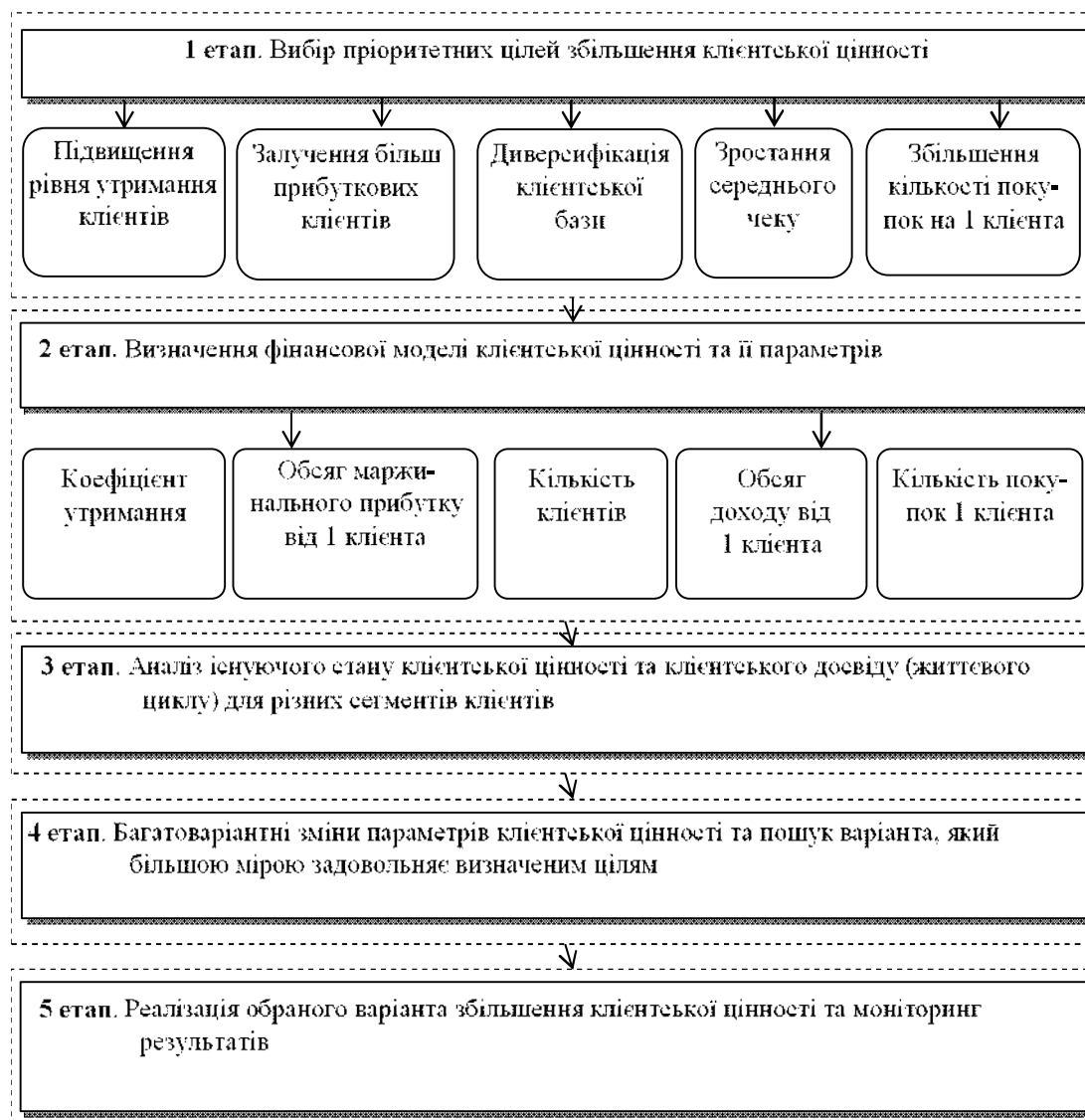


Рис. 1. Структурно-логічна послідовність дій щодо збільшення клієнтської цінності у підприємствах (розроблено автором)

2) вибір фінансової моделі клієнтської цінності та визначення її параметрів (конкретні результати, які мають вимірюватися з певною періодичністю – обсяг доходу від 1 клієнта, коефіцієнт утримання, витрати на залучення/підтримку взаємовідносин із 1 клієнтом);

3) аналіз існуючого стану клієнтської цінності та клієнтського досвіду (життєвого циклу) для різних сегментів;

4) багатоваріантні зміни параметрів фінансової моделі клієнтської цінності та пошук варіанта, який більшою мірою задовольняє визначеним на першому етапі цілям;

5) реалізація обраного варіанта збільшення клієнтської цінності та моніторинг результатів.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином, проведене дослідження підтвердило гіпотезу, що збільшення клієнтської цінності за рахунок управління життєвим циклом клієнтів для невеликих підприємств є

перспективним напрямом забезпечення їх операційної досконалості й формування дієвих клієнтоорієнтованих стратегій.

Систематизація існуючих фінансових моделей створення клієнтської цінності дозволила виділити її основні параметри: рівень утримання клієнтів, фактор часу і прибутковість клієнтів. Базуючись на виділених параметрах, а також необхідності врахування граничної суми витрат, яку може дозволити собі підприємство для підтримки та розвитку взаємовідносин із клієнтами, набула подальшого розвитку модель оцінки клієнтської цінності П. Бергера і Н. Насра, яка в авторській інтерпретації додатково враховує вартість середнього чеку і витрати на залучення 1 клієнта. Розвиток і уточнення параметрів моделей клієнтської цінності в подальшому дозволить підприємствам залучати більш прибуткових клієнтів і збільшувати загальний обсяг маржинального прибутку на одного клієнта.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Parvatiyar A. The Domain and Conceptual Foundations of Relationship Marketing / A. Parvatiyar, N. Sheth // *Relationship Marketing*. 2000. – P. 3-38.
2. McKenzie R. The Relationship-Based Enterprise / R. McKinzie. – New York : McGraw Hill, 2000. – 367 p.
3. Bergeron B. Essentials of CRM: A Guide to Customer Relationship Management / B. Bergeron. – NJ : John Wiley & Sons, Inc. – 2002. – 220 p.
4. Kincaid J. W. Customer Relationship Management: Getting it Right! / J. W. Kincaid. – New York : Prentice-Hall PTR, Upper Saddle River, 2003. – 512 p.
5. Christopher M. Relationship marketing: Bringing quality, customer service and marketing together / M. Christopher, A. Payne, D. Ballantyne // *Relationship Marketing*, 2006. – Vol. 1. – P. 65-92.
6. Акулич И. Формирование ценности клиента / И. Акулич // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2007. – № 3. – С. 76-83.
7. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел. – СПб. : Питер, 2007. – 944 с.
8. Ушанов И. Г. Стратегический управленческий учет прибыльности клиентов на основе CAP-анализа / И. Г. Ушанов // *Информатика, управление, экономика : труды МФТИ*. – 2011. – Т. 3. – № 2. – С. 134-137.
9. Gupta S. Modeling Customer Lifetime Value / S. Gupta, D. Hanssens, B. Hardie // *Journal of Service Research*. – 2006. – Vol. 9. – № 2. – P. 139-155.
10. Sugars B. How to Calculate the Lifetime Value of a Customer / B. Sugars // *Entrepreneur* [Electronic resource]. – 2012. – August. – Mode of access : <http://www.entrepreneur.com/article/224153>.
11. Максимов А. Сколько стоит ваш клиент / А. Максимов // *Новый маркетинг*. – 2008. – № 4. – С. 48-57.
12. Аренков И. Определение ценности клиентской базы компании в рамках концепции маркетинга взаимоотношений / И. Аренков, Ю. Бичун // *Вестник СПбГУ*. – 2005. – № 8. – Вып. 1. – С. 141-160. – (Серия «Менеджмент»).
13. Ле В. Оптимизация потребительской ценности. Как создать непобедимый интернет-проект / В. Ле. – К. : Liftmarketing, 2014. – 25 с.
14. Berger P. Customer Lifetime Value : Marketing Models and Applications / P. Berger, N. Nasr // *Journal of Interactive Marketing*. – 1998. – Vol. 17. – №1. – P. 17-30.
15. Макаров А. Измерение и формирование клиентского капитала организации / А. Макаров // *Практический маркетинг*. – 2005. – № 1. – С. 2-9.
16. Ofek E. Customer Profitability and Lifetime Value / E. Ofek // *Harvard Business School*. – 2002. – August. – P. 1-9.
17. Fader P. Customer-base valuation in a contractual setting : The perils of ignoring heterogeneity /

P. Fader, B. Hardie // *Marketing Science*. – 2010. – Vol. 29. – No. 1. – P. 85-93.

## REFERENCES

1. Parvatiyar, A. and Sheth, N. (2000), *Handbook of Relationship Marketing*, SAGE Publications, 680 p.
2. McKenzie, R. (2000), *The Relationship-Based Enterprise*, McGraw Hill, NY, 367 p.
3. Bergeron, B. (2002), *Essentials of CRM: A Guide to Customer Relationship Management*, John Wiley & Sons, Inc., NJ, 220 p.
4. Kincaid, J. W. (2003), *Customer Relationship Management: Getting it Right!*. Prentice-Hall PTR, Upper Saddle River, NY, 512 p.
5. Christopher, M., Payne, A. and Ballantyne, D. (2006), Relationship marketing: Bringing quality, customer service and marketing together, *Relationship Marketing*, vol. 1, p. 65-92.
6. Akulich I. (2007), Formirovanie cennosti klienta, *Marketing v Rossii i za rubezhom*, № 3, s. 76-83.
7. Bljekujell, R., Miniard, P. and Jendzhel, Dzh. (2007), *Povedenie potrebitel'ev*, Piter, SPb., 944 s.
8. Ushanov, I. (2011), Strategicheskij upravlencheskij uchet pribyl'nosti klientov na osnove CAP-analiza, *Informatika, upravlenie, jekonomika : trudy MFTI*, tom 3, № 2, s. 134-137.
9. Gupta, S. Hanssens, D. and Hardie B. (2006), Modeling Customer Lifetime Value, *Journal of Service Research*, vol. 9, № 2, p. 139-155.
10. Sugars B. (2012), How to Calculate the Lifetime Value of a Customer, *Entrepreneur*, august, available at: <http://www.entrepreneur.com/article/224153>.
11. Maksimov, A. (2008), Skol'ko stoit vash klient, *Novyj marketing*, №4, s. 48-57.
12. Arenkov, I. and Bichun, Ju. (2005), Opredelenie cennosti klientskoj bazy kompanii v ramkah koncepcii marketinga vzaimootnoshenij, *Vestnik SPbGU*, №8, vyp. 1, s. 141-160.
13. Le, V. (2014), *Optimizacija potrebitel'skoj cennosti. Kak sozdat' nepobedimyj internet-proekt*, Liftmarketing, K., 25 s.
14. Berger, P. and Nasr N. (1998), Customer Lifetime Value : Marketing Models and Applications, *Journal of Interactive Marketing*, vol. 17, №1, p. 17-30.
15. Makarov, A. (2005), Izmerenie i formirovanie klientskogo kapitala organizacii, *Prakticheskij marketing*, № 1, s. 2-9.
16. Ofek, E. (2002), Customer Profitability and Lifetime Value, *Harvard Business School*, august, p. 1-9.
17. Fader, P. and Hardie, B. (2010), Customer-base valuation in a contractual setting : The perils of ignoring heterogeneity, *Marketing Science*, vol. 29, no. 1, p. 85-93.

Куцик В. І.,

к.е.н., доц. кафедри економіки, Львівська комерційна академія, м. Львів

## МОДЕЛІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ: ЗАКОРДОННИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ АСПЕКТИ

**Анотація.** Актуальність статті полягає у необхідності формування нових моделей інтелектуальної власності, використовуючи досвід інших країн та адаптуючи його до національних економічних реалій. Метою статті є обґрунтування доцільності використання зарубіжного досвіду в здійсненні інноваційного процесу в цілому та комерціалізації зокрема для забезпечення ефективності використання інвестиційних ресурсів у діяльності підприємства. Застосовано аналітичні методи дослідження, що дозволяють в повній мірі висвітлити шляхи досягнення поставленої мети. У статті проаналізовано, які критерії вибору партнерів будуть вирішальними при прийнятті рішення про співпрацю. Зазначено основні ознаки американських та східно-азіатських моделей комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності та виділено пріоритети для впровадження на вітчизняних підприємствах.

**Ключові слова:** інноваційне партнерство, державно-приватне партнерство, інноваційні особливості, трансфер технологій, депресивні регіони, центральні регіони, віддалені регіони.

Kutsyk V. I.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## MODELS OF COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL PROPERTY OBJECTS: FOREIGN AND DOMESTIC ASPECTS

**Abstract.** The topicality of the article lies on the the need to develop new models of intellectual property, using the experience of other countries and adapting it to national economic realities. The article aims to justify the expediency of use of international experience in the implementation of the innovation process in general and commercialization in particular for the efficient use of investment resources in the enterprise activity. The analytical methods that allow to fully highlight the ways to achieve this goal are applied. The selection criteria for partners choice that will be crucial in deciding on cooperation are analyzed. The main features of American and East Asian models of intellectual property commercialization are outlined and the priorities for their implementation at domestic enterprises are defined.

**Keywords:** innovative partnership, public-private partnership, innovative features, technology transfer, depressed regions, central regions, distal regions.

**Постановка проблеми.** З метою здійснення оптимального вибору форм, способів та організації процесу комерціалізації на вітчизняних підприємствах варто розглянути зарубіжний досвід здійснення комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, який умовно можна поділити на 2 частини: американський та східно-азіатський. Актуальність такого поділу залежить від традиційних та інших особливостей ведення національного господарства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблематика формування моделей комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності висвітлена у працях таких вітчизняних вчених: О. Сімсон, О. Паливоди, Л. Дейнеко, М. Федченка, І. Косач, І. Тараненка, Н. Чухрай та Т. Криворучка. Вивченню досвіду державного регулювання провадження інноваційного процесу в цілому та комерціалізації зокрема присвячені праці В. Базилевича, І.

Невінчаного, Т. Голубева, С. Бондаренко, А. Чухна, А. Прохорова, Г. Ступнікера. Адаптація зарубіжного досвіду на вітчизняних підприємствах потребує детального дослідження в розрізі використання моделей та вибору інструментів для забезпечення ефективної комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.

**Постановка завдання.** Основним завданням, яке поставлене при написанні статті, є обґрунтування доцільності адаптації досвіду інших країн на вітчизняних підприємствах.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На основі базових законів Бая-Доула [1] і закону Стівенсона-Уайдлера [2], що регулюють відносини у сфері інтелектуальної власності в Сполучених Штатах Америки, державою розроблено певні моделі здійснення комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, основними учасниками в яких стають уні-

верситети. Особливий вплив на комерціалізацію з боку держави характерний для східно-азіатських

моделей, причому держава відіграє координуючу функцію між всіма членами ринкової взаємодії.

Таблиця 1

**Форми, функції та результати закордонних моделей комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності**

Форми моделей	Функції	Результати
1	2	3
<b>Американські моделі комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності</b>		
Створення державних фондів та програм фінансування науково-дослідної діяльності [3]	Фінансування науково-дослідних робіт, розробка бізнес-планів ідей та комерціалізації створених об'єктів інтелектуальної власності університетів, поєднання промислового та наукового секторів національної економіки	Зростання кількості нових компаній Зростання кількості робочих місць Зростання обсягу залучених інвестицій
Створення при університетах підрозділів трансферу технологій	Ліцензування та управління правами об'єктів інтелектуальної власності Патентування та оцінка комерційної вигоди винаходів Ринкові дослідження Розподіл платежів між учасниками процесу створення та комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності	Зростання кількості отриманих охоронних документів університетом, що зумовлює додаткові грошові надходження у його структуру
Створення start-up компаній на основі передачі останнім інформації про права на об'єкти інтелектуальної власності	Розробка алгоритму комерціалізації сформованої ідеї, створення об'єкта інтелектуальної власності, коммодифікація	Дифузія інновації в ринковому середовищі
<b>Східно-азіатські моделі</b>		
<b>Японія</b>		
Створення організації зовні університету, що володіє виключними правами співпраці з ним стосовно комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності	Розподіл функцій між університетами та сторонньою організацією з приводу комерціалізації	Спеціалізація робіт із комерціалізації науково-дослідної діяльності університетів, отримання додаткового фінансування від зацікавлених інвесторів
Організації всередині університету (відділи ліцензування технологій)	Управління правами інтелектуальної власності	Практичне використання прав інтелектуальної власності та створення spinoff компаній
Створення корпорацій із не виключним правом співпраці з університетом	Впровадження та здійснення досліджень, передача технологій	Зростання проінформованості професорсько-викладацького складу про ринкові тенденції, зростання кількості патентів, ліцензій, створення start-up компаній
Кластери: чітке підпорядкування основному підприємству всіх інших рівнів підприємств у кластері, підписання довгострокових договорів субпідяду	Концентрація виробництва	Протекціоністські заходи Оптимізація виробництв Концентрація капіталу для швидкого та результативного процесу комерціалізації
<b>Сінгапур</b>		
Створення патентної системи так званого "надання позитивного гранту"	Надання банківських кредитів під заставу інтелектуальної власності, перевірка об'єкта права інтелектуальної власності на наявність патентної чистоти та промислового застосування	Залучення розробників розробників та бізнес-структур до інноваційної діяльності через участь у розподілі фінансових ризиків
Створення єдиного сервісного центру інтелектуальної власності	Надання освітніх, інформаційних та інших консультаційних послуг суб'єктам комерціалізації	Запровадження єдиного комплексного підходу до реєстрації об'єктів інтелектуальної власності, розширення спектра зв'язків між зацікавленими в процесі комерціалізації особами
Створення різного виду клінік інтелектуальної власності (IP Clinics): Бізнес-клініки IB (IP BusinessClinics) та юридичні клініки IB (IP LegalClinics). У центрі уваги знаходяться питання, пов'язані з економічним виміром функціонування сфери IB, капіталізації її продуктів, в той час як інші акцентують увагу на правових аспектах [4]	Поєднання науковців, творців науково-дослідних робіт та суб'єктів підприємництва	Укладення франчайзингових та ліцензійних угод Оцінка об'єктів інтелектуальної власності Проведення аудиту інноваційно активних підприємств

Детальніше форми моделей відображені у таблиці 1.

На підставі описаного досвіду можна зазначити, що Східно-Азіатська модель комерціалізації спирається насамперед на створені державою інститути регулювання, захисту та фінансування по трансферу об'єктів інтелектуальної власності між учасниками ринкової взаємодії. Така характерна особливість представленої моделі забезпечує чіткий механізм взаємодії всіх суб'єктів процесу комерціалізації, чіткий розподіл повноважень, відповідальності та кінцевих економічних результатів. Україна на своїй теренах може адаптувати механізм контролю і регулювання операцій, пов'язаних із створенням та використанням об'єктів інтелектуальної власності. Американський досвід характеризується високим ступенем лібералізму між партнерами в інноваційних відносинах. Адаптація таких моделей можлива при посиленні рівня значущості університетів не тільки як генератора ідей, але як і інституції, що створює нові об'єкти інтелектуальної власності.

Аналіз зарубіжного досвіду дає нам можливість припустити, що в Україні для зростання результативності процесу комерціалізації на підприємствах необхідна державна підтримка у вигляді створення фондів сприяння та розвитку інтелектуальної власності, а також розвиток інноваційного посередництва, в тому числі забезпечення умов для функціонування startup та spinoff компаній.

В Україні нова інноваційна бізнес-модель, що сприятиме швидкій та ефективнішій комерціалізації інтелектуальної власності, повинна мати на меті забезпечення дизайну нових продуктів або послуг, які стали відповіддю на незадоволені потреби, або включати в себе нові, раніше не використовувані методи просування та збуту продуктів або послуг [5].

Вважаємо, що, інноваційні бізнес-моделі підприємств можуть базуватися на:

- поєднанні декількох уже відомих технологій із абсолютно новою, революційною, створеною з нуля;
- пропозиції споживчих продуктів, що містять модифіковані елементи;
- пропозиції споживчих товарів, що виготовлені з нових матеріалів чи мають нову форму;
- поєднанні традиційної технології виготовлення з новітніми методами виробництва;
- формуванні завдань, для вирішення яких не існує готових рішень, які будуть революційними в обраному масштабі дослідження;
- підборі можливостей використання коштів громад, держави, навчальних закладів, міжнародних організацій та фондів, інших суспільних ініціатив з приводу втілення ідей у галузях, пріоритетних для вирішення суспільних проблем.

Це призводить до реалізації послідовних інноваційних рішень, представляючи попит на об'єкти інтелектуальної власності. Вітчизняна інноваційна бізнес-модель підприємства може також включати в себе розробку нових потреб, що у даний час є

природним наслідком прийняття нестандартних ініціатив. Як приклад можна запропонувати створення моделі інноваційного центру.

На етапі побудови бізнес-моделі інноваційного центру формуванню успіху сприятимуть такі фактори:

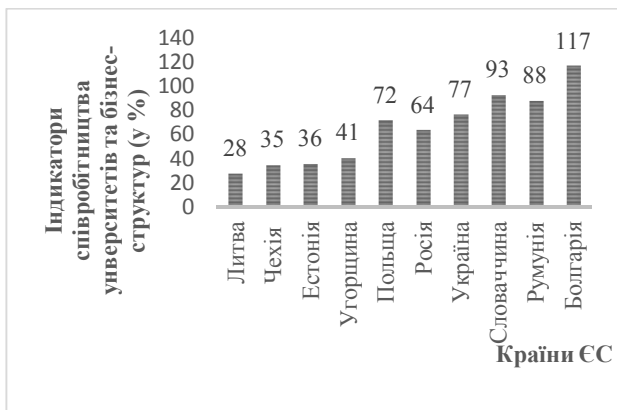
- бізнес-підтримка ідей, які не присутні в сучасній організації бізнесу. Такі ідеї матимуть революційний характер і при вдалій реалізації принесуть надприбутки;
- використання стратегічних ресурсів та формування навичок реалізації нових рішень;
- визначення елементів моделі, що сприятимуть зростанню ефективності підприємств та університетів;
- систематичне здійснення моніторингу реалізації об'єктів інтелектуальної власності [6, с. 45].

Однією з найкращих форм участі у міжнародному ринку інтелектуальної власності є стратегії міжнародного управління, що характеризуються високою динамікою рентабельності. Стратегії міжнародного менеджменту інтелектуальної власності на базі власної інноваційної діяльності покладаються на творче використання концепції збутового ланцюга і зосереджують увагу на заходах, що генерують найбільшу додану вартість, та відкидають ті варіанти, що не пов'язані з досягненням максимально високих прибутків.

Цей підхід передбачає, що компанія (або комерційно орієнтований дослідницький підрозділ) розробляє, наприклад, корисні моделі, технології, продукти та послуги, які потім розповсюджує через політику ліцензування з використанням версії випробування. Дана концепція базується на прийнятті припущення, що частина вартості інтелектуальної власності може бути створена безпосередньо інтегратором, що, як правило, виступає в якості організатора в процесі створення, поширення та захисту прав інтелектуальної власності.

За даними дослідницької групи Світового економічного форуму, проведеного в м. Давос, був розрахований спеціальний індикатор "Дослідницьке співробітництво університетів з промисловістю" для країн, що скеровують свої зусилля в інноваційний шлях розвитку економічних систем. Рейтинг України у порівнянні з деякими країнами Центральної та Східної Європи свідчить про достатньо високий рівень співпраці промислових підприємств із університетами, особливо в галузі впровадження технологічних інновацій та підготовки фахівців для промислових підприємств [7] (рис.1).





**Рис. 1. Величина індикаторів співробітництва університетів та бізнес-структур за даними досліджень групи Світового економічного форуму в м. Давос (Швейцарія) за 2013-2014 рр., у %**

Тобто є всі можливості розвинути таке партнерство, особливо в галузі комерціалізації, яка, на жаль, є найскладнішою фазою інноваційного циклу підприємств.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** В результаті проведених досліджень можна дійти висновку, що варто використовувати досвід інших країн для побудови власних моделей комерціалізації, які забезпечать ефективність всієї інноваційної діяльності всіх членів ринкової взаємодії у сфері інноваційних технологій. Якщо зосередити свою увагу на інноваційному партнерстві між підприємствами та навчальними закладами, то побачимо: його розвиток вимагає певних змін у сфері інноваційної діяльності в Україні в частині законодавчого регулювання порядку розподілу прав на інтелектуальну власність між підприємствами, навчальними закладами та організаціями академічного сектора, а також створення платформи для комерціалізації ідей та фундаментальних і прикладних досліджень.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Bayh-Dole Act of 1980; Public Law 96-517.
2. Stevenson-Wydler Technology Innovation Act of 1980; Public Law 96-480.
3. Цибульов П. М. Комерціалізація інтелектуальної власності університетами на науковими установами: досвід США та можливості його використання в Україні / П. М. Цибульов, В. Ф.

Корсун // Наука та інновації. – 2014. – Т. 10. – № 3. – С. 47-57.

4. Дідух Д. І. Від світової столиці піратства до лідера з захисту прав інтелектуальної власності: Сингапурський досвід державного регулювання у сфері інтелектуальної власності / Д. І. Дідух // Державне управління і розвиток. – 2015. – № 8 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=875>.

5. Куцик В. І. Формування бізнес-моделей сприяння інноваційному розвитку господарських систем в національній економіці / В. І. Куцик, О. І. Кліпкова // Європейські перспективи. – 2016. – С. 45-47.

6. Korkosz-Gębska J. Wybrane działania wspierające współpracę naukowców z przedsiębiorstwami jako przykład wzmocnienia powiązań nauka-biznesna Mazowszu / J. Korkosz-Gębska // Przedsiębiorstwo wewspółczesnej gospodarce-teoria i praktyka. – 2014. – № 2. – С. 29-40.

7. Schwab K. The global competitiveness report 2013-2014 / K.Schwab. – Geneva : World Economic Forum, 2013. – 553 p.

#### REFERENCES

1. Bayh-Dole Act (1980), Public Law 96-517.
2. Stevenson-Wydler Technology Innovation Act (1980), Public Law 96-480.
3. Tsybulov, P. M. (2014), Komertsializatsiia intelektualnoi vlasnosti universytetamy ta naukovymy ustanovamy: dosvid SSA ta mozhlyvosti yoho vykorystannia v Ukraini, *Nauka ta innovatsii*, T. 10, № 3, s. 47-57.
4. Didukh, D. I. (2015), Vid svitovoi stolytsi piratstva do lidera z zakhystu prav intelektualnoi vlasnosti: Sinhapurskyi dosvid derzhavnoho rehuliuвання u sferi intelektualnoi vlasnosti. *Derzhavne upravlinnia i rozvytok*, № 8, available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=875>.
5. Kutsyk, V.I. and Klipkova, O.I. (2016), Formuvannia biznes-modelei spryiannia innovatsiinomu rozvytku hospodarskykh system v natsionalnii ekonomitsi, *Yevropeiski perspektyvy*, s. 45-47.
6. Korkosz-Gębska J. (2014), Wybrane działania wspierające współpracę naukowców z przedsiębiorstwami jako przykład wzmocnienia powiązań nauka-biznesna Mazowszu, *Przedsiębiorstwo wewspółczesnej gospodarce-teoria i praktyka*, №2, c. 29-40.
7. Schwab K. (2013), *The global competitiveness report 2013-2014*, World Economic Forum, Geneva, 553 p.

Воронко О. С.,  
к.е.н., доц. кафедри аудиту, аналізу та оподаткування, Львівська комерційна академія,  
м. Львів

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО- АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

**Анотація.** Досліджено сучасні підходи до визначення поняття інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень та гарантування економічної безпеки. Встановлено взаємозв'язок інформаційно-аналітичного забезпечення зі станом інформаційної безпеки господарюючого суб'єкта. Доведено доцільність використання інформаційно-аналітичного забезпечення у сфері управління. Розглянуто особливості формування інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки на підприємствах. Проведено аналіз формування інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки. Визначено позитивні сторони впливу інформаційно-аналітичного забезпечення на функціонування системи економічної безпеки підприємств. Узагальнено основні підходи оцінки ефективності використання інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємства.

**Ключові слова:** інформаційна безпека, економічна безпека, інформація, інформаційне забезпечення, інформаційно-аналітичне забезпечення економічної безпеки.

Voronko O. S.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Audit, Analysis and Taxation,  
Lviv Academy of Commerce, Lviv

## FEATURES OF FORMATION OF INFORMATION AND ANALYTICAL PROVISION IN THE SPHERE OF ECONOMIC SECURITY MANAGEMENT

**Abstract.** The modern approaches to the definition of information and analytical provision, managerial decision taking and guaranteeing of economic security are investigated. The interrelation between the information and analytical provision and the state of information security of an entity is established. The expediency of the use of information and analytical provision in the area of management is proved. The features of formation of information and analytical provision of economic security at the enterprises are considered. The analysis of the of formation of information and analytical provision of economic security is conducted. Positive sides of information and analytical provision impact on the system of economic security are determined. The basic approaches to assessment of the effectiveness of the use of information and analytical provision of economic security of an enterprise are generalized.

**Keywords:** informational security, economic security, information, information provision, information and analytical provision for economic security.

**Постановка проблеми.** Якість управління економічною безпекою підприємства залежить від якості інформаційно-аналітичного забезпечення. Побудова ефективної системи економічної безпеки повинна проводитися на основі повного та достовірного інформаційного підґрунтя. Інформаційно-аналітичне забезпечення системи управління економічною безпекою підприємства повинно включати такі підсистеми: інформацію, систему показників, методи оцінки та аналіз економічної безпеки підприємства. Таким чином, постає питання щодо важливості інформаційно-аналітичного забезпечення у сфері управління економічною безпекою, і виникає необхідність у

конкретизації сутності цього поняття з позиції економічної безпеки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Процес інформаційно-аналітичного забезпечення в основному двокомпонентний і включає збір та аналіз інформації. Вірогідний та своєчасний результат може бути показником ефективності як першого, так і другого компонента.

Під час збору інформації використовуються статистичні матеріали, оглядові звіти, фінансові звіти, економічні показники, що відображають стан економіки на різних рівнях.

Проблемні аспекти інформаційно-аналітичного забезпечення, у тому числі і під час формування та

функціонування систем економічної безпеки суб'єктів господарювання, знаходимо у роботах таких вчених, як Кузнецова О.Б. [6], Меліхов К. В. [7], Коваль Р. А. [8], Квашук Д.М. [9], Карпенко О. В. [10], Пригунов П.Я. [11], Квасова О.П. [12], та інших. Проте аналіз їх наукових праць доводить відсутність єдиного підходу щодо визначення поняття інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання, що свідчить про актуальність тематики даного дослідження.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення позитивних аспектів впливу інформаційно-аналітичного забезпечення на функціонування системи економічної безпеки підприємств.

У дослідженні необхідно виконати такі завдання: дослідити теоретичні підходи до трактування поняття інформаційного забезпечення управлінських рішень; визначити особливості формування інформаційно-аналітичного забезпечення, розглянути, яким чином пропонується здійснювати аналітичну обробку інформації, що надходить до суб'єкта господарювання; обґрунтувати необхідність, роль та значення інформаційно-аналітичного забезпечення для гарантування економічної безпеки підприємств, організацій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Інформаційно-аналітичне забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства – це комплексна система, яка складається з управлінських, організаційних дій, що базується на даних оперативного, бухгалтерського, управлінського обліку, статистичної та іншої інформації, спрямованої на прийняття обґрунтованих управлінських рішень для забезпечення розвитку підприємства [5, с. 22]. Підприємства у своєму складі створюють окремі аналітичні підрозділи, що займаються збором, обробкою та інтерпретацією необхідної інформації про внутрішнє та зовнішнє середовище. Проте через обмеженість ресурсів українських підприємств, особливо малих та середніх, постає проблема оцінки ефективності та доцільності функціонування таких систем.

Створення системи інформаційно-аналітичного забезпечення на підприємстві супроводжується як певним збільшенням його матеріальних активів (наприклад, апаратного забезпечення), так і в першу чергу нематеріальних активів. Адже дана система, на нашу думку, є комплексом інструментів та засобів для отримання даних, аналітичних методик, організаційного підрозділу підприємства і також нематеріальних цінностей, на які поширені права власності. Цей комплекс використовується впродовж певного періоду часу та може приносити прибуток, а також впливати на рівень фінансово-економічної безпеки підприємства [4; 5, с. 76]. Інформаційне забезпечення повинно охоплювати всі процеси, що здійснюються економічними суб'єктами, та, враховуючи особливість трансформацій в економіці, приділяти особливу увагу формуванню людського капіталу,

створенню умов для розвитку інноваційної діяльності [2, с. 26]. Досліджуючи питання інформаційного забезпечення процесу прийняття рішень, такі науковці, як Ульянов Ю. та Гнатенко А., під інформаційним забезпеченням пропонують розуміти інформацію, яка необхідна для управління економічними процесами на рівні держави [2, с. 230-231]. На рівні окремих суб'єктів господарювання питання інформаційного забезпечення вивчає Савченко О. Р., розглядаючи його у контексті управління підприємством. На думку Талько Н. А., інформаційне забезпечення – це особливий процес задоволення інформаційних запитів та потреб споживачів, котрий складається з підготовки й надання інформації користувачам відповідно до їхніх об'єктивних потреб [4, с. 102].

Досліджуючи підходи до трактування поняття інформаційного забезпечення, можна зробити висновки, що одні науковці розглядають інформаційне забезпечення як інформаційну базу, а інші – як набір складових із інформаційної бази, технічного та програмного забезпечення, інформаційні технології тощо. Таким чином, інформаційне забезпечення доцільно розглядати як систему (включає отримання, зберігання, обробку, передачу, захист та оновлення), так і як окремих елементів інших систем (забезпечення цих систем інформацією). Тому на сучасних підприємствах повинна приділятися увага побудові дієвої інформаційної системи, основною функцією якої і повинно стати інформаційне забезпечення економічної безпеки.

Інформаційна система підприємства, як правило, охоплює всі сфери його діяльності: виробничу, фінансову, виступає як сполучна ланка при виробленні стратегії бізнесу та якості управління підприємством і персоналом. У ній містяться відомості, що стосуються планів, стану матеріальних і фінансових потоків, договірної діяльності, дані фінансового й управлінського обліку. Такого роду комерційна інформація носить суто конфіденційний характер, а її втрата може виявитися критичною для роботи всього підприємства, тому організація роботи користувачів із інформацією, що міститься в системі, вимагає спеціальних заходів захисту, що забезпечують конфіденційність, цілісність і доступність даних.

Ми погоджуємося з думкою вчених, що сутність поняття інформаційного забезпечення багато у чому визначається функціями, які йому належить виконувати: інформативна функція – забезпечення поінформованості суб'єктів відповідно їх завдань, функцій, повноважень, інтересів; управлінська функція – регулювання відносин, що виникають у процесі здійснення повноважень, база для підготовки, прийняття та реалізації управлінських рішень, контролю за їх виконанням тощо; комунікативна функція – встановлення зв'язків взаємозалежності у здійсненні завдань і функцій, що поєднують інтереси всіх суб'єктів інформаційного процесу [7, с. 61]. Водночас Коваль Р. А. вважає, що функцій інформаційно-

го забезпечення набагато більше. Пропонований перелік функцій є таким: інформаційне супроводження, інформаційна підтримка, інформаційне обслуговування, інформаційна допомога, інформаційний вплив, інформаційна боротьба, інформаційне консультування, інформаційна логістика [8, с. 105-106].

У понятті інформаційно-аналітичного забезпечення, крім інформаційної складової, присутній і термін аналізу. Інформаційна аналітика охоплює тісно пов'язані між собою інформаційний аналіз та інформаційний синтез. Інформаційний аналіз є загальним процесом вивчення, опрацювання, передбачає поділ інформації на елементи, а інформаційний синтез – цілеспрямований процес її узагальнення та перетворення у суттєву інформацію.

Інформаційно-аналітичну роботу розуміють як діяльність, пов'язану зі збором і обробкою відкритої інформації, формуванням відповідних інформаційних документів та наданням їх керівництву суб'єкта господарювання. Тобто інформаційно-аналітична робота – це насамперед діяльність у середовищі відкритої інформації, причому діяльність, пов'язана зі збором інформації, її обробкою та формуванням відповідних інформаційних документів. Кінцевим етапом інформаційно-аналітичної роботи є інформування керівництва суб'єкта господарювання.

У сучасних умовах господарювання інформаційно-аналітична робота повинна розглядатися як діяльність, що важко формалізується, зі збору, обробки, аналізу та інтерпретації інформації в інтересах інформаційного забезпечення управлінських рішень. Вона має бути визнана важливим елементом системи забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання і включати на прикладному рівні заходи і способи маркетингових досліджень, фінансового аудиту та правового забезпечення договірної діяльності, що визначають зміст інформаційно-аналітичної роботи. На нашу думку, фахівці з інформаційно-аналітичної роботи повинні володіти теоретичними основами і практичними прийомами аналізу при вирішенні завдань із використанням сучасних інформаційних технологій і програмних засобів, а також вміти використовувати функціональні можливості й способи застосування сучасних інформаційно-пошукових, інформаційно-аналітичних систем суб'єкта господарювання.

Не останнє місце в організації ефективної комплексної системи економічної безпеки займає її інформаційна підсистема, метою якої є формування достатньої сукупності матеріалів та відомостей щодо середовища функціонування установи або організації та їх якісна аналітична обробка та захист від пошкодження, деформації, втрати з метою отримання достовірних даних, необхідних для прийняття ефективних управлінських рішень. Інформаційна безпека підприємства може бути визначена як такий стан його інформаційно-аналітичного забезпечення, що здатний мінімізувати вплив зовнішніх та

внутрішніх загроз на результати діяльності підприємства, нівелювати ризик втрати господарської стабільності та створити умови для їх сталого розвитку.

Як зазначає Баланда А. Л., під інформаційною складовою економічної безпеки суб'єкта господарювання у першу чергу розуміється ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення економічної безпеки суб'єкта підприємницької діяльності поділяються в основному на два типи: підхід як до процесу створення та захисту інформаційної складової економічної безпеки суб'єкта підприємницької діяльності; підхід як до системи з формування інформаційного ресурсу діяльності суб'єкта підприємницької діяльності з метою забезпечення функціонування системи економічної безпеки.

Головна мета інформаційно-аналітичного забезпечення безпеки підприємства – це своєчасне викриття на ранній стадії заходів безпосередньої підготовки певних сил для нанесення економічних збитків підприємству та забезпечення відповідних їм дій, а також добування необхідної інформації для планування, підготовки і проведення заходів з метою недопущення можливих дій. Ми вважаємо, що інформаційно-аналітичне забезпечення безпеки підприємства – це вид інформаційно-аналітичного забезпечення підприємницької діяльності шляхом добування, обробки і надання керівництву необхідної інформації.

Таким чином, завдання аналітика в процесі обробки розрізаних даних та перетворення їх на достовірну інформацію зводяться до оцінки інформації (визначення ступеня її вірогідності); обробки інформації (“очищення” інформації від “шуму” (неупорядкованих, незрозумілих або зайвих відомостей); створення на основі наявної інформації прогнозу розвитку ситуації (на які дана інформація має або матиме вплив).

Зважаючи на це, пропонуємо під інформаційно-аналітичним забезпеченням економічної безпеки суб'єкта господарювання розуміти сукупність дій, направлених на пошук, збір та упорядкування інформації, що стосується загроз нормальній діяльності господарюючого суб'єкта і ризиків у його роботі та механізмів її обробки, оцінки, перевірки з метою отримання повних, об'єктивних і достовірних даних для прийняття раціональних управлінських рішень щодо напрямів ефективного забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарської діяльності.

Таким чином, ядром інформаційного забезпечення має стати обліково-аналітичне, що передбачатиме формування обліково-аналітичної інформації внаслідок збору та обробки зовнішньої й внутрішньої інформації, для розроблення на її основі тактичних і стратегічних завдань в управлінні економічною безпекою підприємства. Тому на підприємстві створюється інформаційно-аналітичний відділ з метою забезпечення якісного функціонування всіх підрозділів підприємства та його взаємодії з

постачальниками і споживачами на основі пошуку та поширення інформації, створення актуальних баз даних та баз знань. Основними складовими організаційної структури інформаційно-аналітичного відділу є: механізми швидкого доступу до повної, надійної, цінної, достовірної, релевантної, адекватної інформації; кваліфікований персонал; апаратне та програмне забезпечення; достатні обсяги фінансування тощо. У зв'язку з неможливістю забезпечення повної захищеності підприємства від негативного впливу зовнішнього середовища існує практична необхідність у створенні системи інформаційного забезпечення управління безпечним функціонуванням підприємства. Така система повинна містити достатню кількість інформації щодо виникнення потенційних загроз та можливості їх впливу на реалізацію власних інтересів підприємства, а саме: якісні й кількісні значення індикаторів фінансової безпеки, наявність ризиків і загроз в інформаційному просторі, фінансові інтереси і стан їх реалізації, стратегічний план (стратегія) забезпечення фінансової безпеки підприємства, в тому числі з визначенням місця і ролі інформаційних систем.

При виконанні інформаційно-аналітичної роботи задля забезпечення належного рівня економічної безпеки підприємства необхідно вирішити наступні завдання: забезпечити своєчасне надходження надійної й всебічної інформації з питань, що цікавлять керівництво; описати сценарій дій конкурентів, які можуть зачіпати поточні інтереси підприємства; здійснювати постійний моніторинг подій у зовнішньому конкурентному середовищі й на ринку, які можуть мати значення для інтересів підприємства; забезпечити безпеку власних інформаційних ресурсів; забезпечити ефективність і виключити дублювання при зборі, аналізі та поширенні інформації. Для ефективного використання інформаційно-аналітичного забезпечення з метою організації захисту ресурсів підприємства від різного роду загроз фахівці з економічної безпеки повинні професійно володіти навиками застосування нових інформаційних технологій у діяльності інформаційно-аналітичних підрозділів, що забезпечують безпеку підприємства, знати основні принципи використання нових інформаційних технологій у роботі служб економічної та інформаційної безпеки.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Отже, на основі досліджень теоретичних підходів до трактування поняття інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання було запропоновано під інформаційно-аналітичним забезпеченням економічної безпеки суб'єкта господарювання розуміти сукупність дій, направлених на пошук, збір та упорядкування інформації, що стосується загроз нормальній діяльності господарюючого суб'єкта і ризиків у його роботі та механізмів її обробки, оцінки, перевірки з метою отримання повних, об'єктивних і достовірних даних для прийняття раціональних

управлінських рішень щодо напрямів ефективного забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарської діяльності. Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні напрямів удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення функціонування систем економічної безпеки сучасних підприємств, установ, організацій.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Баланда А. Л. Інформаційно-аналітичне забезпечення економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності: стан та перспективи розвитку / А. Л. Баланда // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. праць. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2011. – № 1(37). – С. 150-155.
2. Ульяновченко Ю. Інформаційне забезпечення процесу прийняття рішень у державному управлінні: нові методологічні підходи / Ю. Ульяновченко, А. Гнатенко // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2015. – Вип. 2. – С. 230-238.
3. Савченко О. Р. Інформаційне забезпечення системи менеджменту організації / О. Р. Савченко // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. – 2013. – Вип. 21. – С. 86-89. – (Серія "Економіка").
4. Талько Н. А. Обліково-аналітичне забезпечення управління в умовах екологізації аграрного виробництва / Н. А. Талько // Наукові читання – 2014 : наук.-теорет. зб. / ЖНАЕУ. – Житомир : ЖНАЕУ, 2014. – Т. 3. – С. 102-105.
5. Харченко В. В. Підходи до трактувань інформаційного забезпечення / В. В. Харченко // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип. 168. Ч. 3. – С. 145-148.
6. Кузнецова О. Б. Оценка информационных рисков в обеспечении экономической безопасности предприятия / О. Б. Кузнецова // Труды ИСА РАН. – 2007. – Т. 31. – С. 77-98.
7. Меліхов К. В. Шляхи удосконалення інформаційного забезпечення органів державної влади / К. В. Меліхов // Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної еліти : зб. наук. праць / [ред. Л. Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, О. Г. РОМАНОВСЬКИЙ]. – Х. : НТУ "ХП", 2010. – Вип. 27 (31) : V Кримські педагогічні читання "Педагогіка вищої школи 21-го століття та формування національної гуманітарно-технічної еліти" : в 3 ч. Ч. 3. – С. 60-64.
8. Коваль Р. А. Інформаційне забезпечення діяльності органів державної влади в умовах глобалізації на регіональному рівні / Р. А. Коваль // Вісник Національного університету цивільного захисту України. – 2014. – Вип. 1. – С. 103-111. – (Серія "Державне управління").
9. Квашук Д. М. Моделювання інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки промислових підприємств в умовах посилення інтеграційних процесів [Електронний ресурс] / Д. М. Квашук

шук // Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”. – 2014. – № 8.

10. Карпенко О. В. Понятійно-категоріальний апарат науки державного управління у сфері інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів виконавчої влади / О. В. Карпенко // Державне управління та місцеве самоврядування : зб. наук. праць ДРІДУ. – К., 2009. – Вип. 2 (2). – С. 139-150.

11. Пригунов П. Я. Інформаційно-аналітичне забезпечення підприємницької діяльності в сфері економічної безпеки [Електронний ресурс] / П. Я. Пригунов, Д. М. Квашук // Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”. – 2015. – № 8. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua>.

12. Квасова О. П. Організація інформаційно-аналітичної діяльності у забезпеченні фінансово-економічної безпеки банку / О. П. Квасова, Т. В. Куксюк // Международный научный журнал. – 2015. – Вып. № 2. – Режим доступу : <http://www.inter-nauka.com/uploads/public/14314596071682.pdf>.

## REFERENCES

1. Balanda, A. L. (2011), Informatsijno-analitychne zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky sub'ektiv pidpriemnyts'koi diial'nosti: stan ta perspektyvy rozvytku, *Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva* : zb. nauk. prats', Vyd-vo SNU im. V. Dalia, Luhans'k, № 1(37), s. 150-155.

2. Ul'ianchenko Yu. and Hnatenko A. (2015), Informatsijne zabezpechennia protsesu pryjniattia rishen' u derzhavnomu upravlinni: novi metodolohichni pidkhody, *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia*, vyp. 2, s. 230-238.

3. Savchenko, O. R. (2013), Informatsijne zabezpechennia systemy menedzhmentu orhanizatsii, *Naukovi zapysky [Natsional'noho universytetu “Ostroz'ka akademiia”]*, vyp. 21, s. 86-89.

4. Tal'ko, N. A. (2014), Oblikovo-analitychne zabezpechennia upravlinnia v umovakh ekolohizatsii ahranoho

vyrobnytstva, *Naukovi chytannia – 2014* : nauk.-teoret. zb. / ZhNAEU, Zhytomyr, T. 3, s. 102-105.

5. Kharchenko, V. V. (2011), Pidkhody do traktuvan' informatsijnoho zabezpechennia, *Naukovyj visnyk Natsional'noho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy*, vyp. 168. Ch. 3, s. 145-148.

6. Kuznecova, O. B. (2007), Ocenka informacionnyh riskov v obespechenii jekonomicheskoy bezopasnosti predprijatija, *Trudy ISA RAN*, T. 31, s. 77-98.

7. Melikhov, K. V. (2010), Shliakhy udoskonalennia informatsijnoho zabezpechennia orhaniv derzhavnoi vlady, *Problemy ta perspektyvy formuvannia natsional'noi humanitarno-tekhnichnoi elity* : zb. nauk. prats', NTU “KhPI”, Kh., vyp. 27 (31) : V Kryms'ki pedahohichni chytannia “Pedahohika vyschoi shkoly 21-ho stolittia ta formuvannia natsional'noi humanitarno-tekhnichnoi elity” : v 3 ch. Ch. 3, s. 60-64.

8. Koval', R. A. (2014), Informatsijne zabezpechennia diial'nosti orhaniv derzhavnoi vlady v umovakh hlobalizatsii na rehional'nomu rivni, *Visnyk Natsional'noho universytetu tsyvil'noho zakhystu Ukrainy*, vyp. 1, s. 103-111.

9. Kvashuk, D. M. (2014), Modeliuvannia informatsijno-analitychnoho zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky promyslovykh pidpriemstv v umovakh posylennia intehratsijnykh protsesiv, *Elektronne naukove fakhove vydannia “Efektyvna ekonomika”*, № 8.

10. Karpenko, O. V. (2009), Poniatiyno-katehorial'nyj aparat nauky derzhavnoho upravlinnia u sferi informatsijno-analitychnoho zabezpechennia diial'nosti orhaniv vykonavchoi vlady, *Derzhavne upravlinnia ta mistseve samovriaduvannia* : zb. nauk. prats' DRIDU, K., vyp. 2 (2), s. 139-150.

11. Pryhunov, P. Ya. and Kvashuk, D. M. (2015), Informatsijno-analitychne zabezpechennia pidpriemnyts'koi diial'nosti v sferi ekonomichnoi bezpeky, *Elektronne naukove fakhove vydannia “Efektyvna ekonomika”*, № 8, available at : <http://www.economy.nayka.com.ua>.

12. Kvasova, O. P. and Kuksiuk, T. V. (2015), Orhanizatsiia informatsijno-analitychnoi diial'nosti u zabezpechenni finansovo-ekonomichnoi bezpeky banku, *Mezh-dunarodnyj nauchnyj zhurnal*, vyp. № 2, available at : <http://www.inter-nauka.com/uploads/public/14314596071682.pdf>.

УДК 519.85

Марко М. Я.,  
пошукувач, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Цегелик Г. Г.,  
д.ф.-м.н., проф., завідувач кафедри математичного моделювання соціально-економічних процесів, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

## ЗАДАЧА РОЗПОДІЛУ РЕСУРСІВ МІЖ ПІДПРИЄМСТВАМИ ФІРМИ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЄ МАКСИМАЛЬНЕ ЗБІЛЬШЕННЯ ВИПУСКУ ПРОДУКЦІЇ

*Анотація.* У статті розглядається використання методу динамічного програмування для розв'язання задачі розподілу ресурсів між підприємствами фірми, що забезпечує максимальне збільшення продукції. За критерій оптимальності приймається загальний прибуток підприємств об'єднання, одержаний у результаті отримання коштів від кожного підприємства. Процес пошуку розв'язку задачі складається з низки кроків, на кожному з яких шукаємо розв'язок часткової задачі, породженої початковою. Необхідними умовами застосування методу динамічного програмування до розв'язання оптимізаційних задач є: функція мети має бути адитивною; задача має допускати інтерпретацію як багатокроковий процес прийняття рішень; задача має бути визначена для довільної кількості кроків і мати структуру, яка не залежить від їх кількості.

**Ключові слова:** задача розподілу ресурсів, метод динамічного програмування, підприємства об'єднання, оптимальний розподіл, максимальний приріст випуску продукції.

Marko M. J.,  
Postgraduate, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

Tsehelyk G. G.,  
Doctor of Physics and Mathematics, Professor, Head of the Department of Mathematical Modeling of Social and Economic Processes, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

## PROBLEM OF RESOURCES ALLOCATION AMONG COMPANY'S ENTERPRISES THAT PROVIDES MAXIMUM INCREASE IN THEIR OUTPUT

*Abstract.* The article considers the use of dynamic programming method to solve the problem of resources allocation among enterprises of a company that provides maximum increase in their output. As an optimality criterion adopted the general corporate profit obtained as a result of receiving funds from each enterprise. The process of finding solution to the problem consists of several steps, on each of which we seek solution to the partial problem generated by the initial problem. The necessary conditions of the dynamic programming method use for solving the optimization problems are: the objective function should be additive; the problem should allow the interpretation as a multistep process of decision-making; the problem must be defined for any number of steps and have a structure that does not depend on their number.

**Keywords:** problem of resource allocation, method of dynamic programming, business associations, optimal allocation, the maximum increase in output.

**Постановка проблеми.** З розвитком ринкових відносин, удосконаленням управління в усіх сферах цілеспрямованої людської діяльності (промисловість, сільське господарство, торгівля, побутове обслуговування, транспорт, охорона здоров'я, охорона природи і т. ін.) виникають задачі, для розв'язання яких треба приймати рішення, які є досить складними і суттєво впливають на результат. Зрозуміло, що

без наукового обґрунтування рішень у таких ситуаціях обійтися не можна. В нашій роботі розглядається, як за допомогою методу динамічного програмування можна здійснити розподіл ресурсів між підприємствами фірми, що забезпечує максимальне збільшення випуску продукції. Важливо зазначити, що в роботі наводиться приклад для розв'язування цієї задачі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у розвиток сучасної теорії оптимізації зробили А. А. Мілютін, А. М. Лєтова, А. Таккер, А. А. Фельдбаум, В. А. Троїцький, В. Г. Болтянський, Г. Кун, Дж. Данциг, Л.В. Канторович, Л. С. Потрягін, Н. Н. Моїсєєв, Р. Беллман, Р. Гоморі та ін., а також американські математики Р. Беллман, Дж. Лейтман та ін. Це вчені, чії праці не тільки розширили границі застосування кількісних методів прийняття рішень, але й сприяли створенню нових напрямків у науці [3].

**Постановка завдання.** Припустимо, що для збільшення випуску продукції, яка виготовляється  $n$  підприємствами  $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_n$ , виділені грошові ресурси обсягом  $S$  одиниць. При цьому вважаємо, що відомий приріст випуску продукції кожного підприємства від використання виділених для нього ресурсів. Задача полягає в такому розподілі ресурсів між підприємствами, який забезпечує максимальне збільшення випуску продукції разом усіма підприємствами.

Нехай:

$m$  - розмір однієї одиниці грошових ресурсів (наприклад, 1000 грн.);

$f_i(x_j)$ ,  $i = 1, 2, \dots, n$ , - величина приросту випуску продукції  $i$ -им підприємством  $\Pi_i$  у випадку надання йому кредиту в розмірі  $x_j$  одиниць;

$x_i$ ,  $i = 1, 2, \dots, n$ , - кількість одиниць грошових ресурсів, що планується надати  $i$ -му підприємству  $\Pi_i$ .

Тоді математична модель задачі матиме вигляд:

$$F = \sum_{i=1}^n f_i(x_i) \rightarrow \max$$

за умов

$$\sum_{i=1}^n x_i = S,$$

$$x_i \in \{0, 1, \dots, S\}, \quad i = 1, 2, \dots, n.$$

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Для розв'язання задачі використаємо метод динамічного програмування [1, 2]. Процес розв'язання задачі розіб'ємо на  $n$  кроків. На першому кроці визначимо максимальний приріст випуску продукції при розподілі  $x_j = j$ ,  $j = 1, 2, \dots, S$ , одиниць грошових ресурсів для першого підприємства  $\Pi_1$ . На другому кроці визначимо максимальний приріст випуску продукції при розподілі  $x_j = j$ ,  $j = 1, 2, \dots, S$ , одиниць грошових ресурсів для першого і другого підприємства  $\Pi_1$  і  $\Pi_2$ . Взагалі на  $k$ -му кроці ( $k = 3, 4, \dots, n-1$ ) визначимо максимальний приріст випуску продукції при розподілі  $x_j = j$ ,  $j = 1, 2, \dots, S$ , одиниць грошових ресурсів для перших  $k$  підприємств  $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_k$ . На останньому  $n$ -му кроці визначимо максимальний приріст випуску продукції при розподілі  $S$  одиниць грошових ресурсів між усіма підприємствами.

Позначимо

$F_i(x_j)$ ,  $i = 1, 2, \dots, n$ , - приріст випуску продукції при розподілі  $x_j = j$ ,  $j = 1, 2, \dots, S$ , одиниць грошових ресурсів серед перших  $i$  підприємств;

$F_i^*(x_j)$ ,  $i = 1, 2, \dots, n$ , - максимальний приріст випуску продукції при розподілі  $x_j = j$ ,  $j = 1, 2, \dots, S$ , одиниць грошових ресурсів серед перших  $i$  підприємств;

На першому кроці

$$F_1(x_j) = F_1^*(x_j) = f_1(x_j)$$

$$\text{для } x_j = j, \quad j = 0, 1, \dots, S.$$

На другому кроці

$$F_2(x_j) = \begin{cases} f_2(0) + F_1^*(x_j - 0), \\ f_2(1) + F_1^*(x_j - 1), \\ \dots \\ f_2(x_j) + F_1^*(0), \end{cases}$$

і

$$F_2^*(x_j) = \max_{0 \leq l \leq j} \{f_2(l) + F_1^*(x_j - l)\}$$

$$\text{для } x_j = j, \quad j = 0, 1, \dots, S.$$

Взагалі на  $k$ -му кроці ( $k=3, 4, \dots, n-1$ )

$$F_k(x_j) = \begin{cases} f_k(0) + F_{k-1}^*(x_j - 0), \\ f_k(1) + F_{k-1}^*(x_j - 1), \\ \dots \\ f_k(x_j) + F_{k-1}^*(0), \end{cases}$$

і

$$F_k^*(x_j) = \max_{0 \leq l \leq j} \{f_k(l) + F_{k-1}^*(x_j - l)\}$$

$$\text{для } x_j = j, \quad j = 0, 1, \dots, S.$$

На останньому  $n$ -му кроці досить обчислити  $F_n(S)$  та  $F_n^*(S)$ , де

$$F_n(S) = \begin{cases} f_n(0) + F_{n-1}^*(S), \\ f_n(1) + F_{n-1}^*(S-1), \\ \dots \\ f_n(S) + F_{n-1}^*(0), \end{cases}$$

і

$$F_n^*(S) = \max_{0 \leq l \leq S} \{f_n(l) + F_{n-1}^*(S-l)\}.$$

Оптимальний розподіл  $S$  грошових одиниць ресурсів серед  $n$  підприємств визначаємо так.

Нехай  $F_n^*(S)$  досягає максимуму для  $l = S_1$ , тоді  $S_1$  одиниць грошових ресурсів треба виділити підприємству  $\Pi_n$ . Далі потрібно розподілити  $S - S_1$  одиниць грошових ресурсів серед перших  $n-1$  підприємств  $\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_{n-1}$ . Припустимо, що  $F_{n-1}^*(S - S_1)$  досягає максимуму для  $l = S_2$ . Це означає, що  $S_2$  одиниць грошових ресурсів треба виділити  $n-1$ -му підприємству  $\Pi_{n-1}$ . І т.д. Нехай  $F_2^*(S - (S_1 + S_2 + \dots + S_{n-2}))$  досягає максимуму для  $l = S_{n-1}$ . Тоді підприємству  $\Pi_2$  треба виділити  $S_{n-1}$  одиниць грошових ресурсів. Нарешті,  $S_n = S - (S_1 + S_2 + \dots + S_{n-1})$  одиниць грошових ресурсів треба виділити першому підприємству  $\Pi_1$ .

Максимальне збільшення випуску продукції становитиме  $F_n^*(s)$  одиниць.



**Приклад.** Для збільшення обсягу випуску продукції, що виготовляється трьома підприємствами, виділено капіталовкладень в обсязі 7 одиниць грошових ресурсів, кожне з яких становить 100 тис. Використання  $i$ -м підприємством  $x_j = 100j$  тис. коштів із суми 700 тис. забезпечує приріст продукції на величину  $f_i(x_j)$ . Скласти план розподілу капіталовкладень між підприємствами, який забезпечує максимальне збільшення випуску продукції, якщо величини  $x_j$  і  $f_i(x_j)$  задані таблицею:

$x_j$	$f_1(x_j)$	$f_2(x_j)$	$f_3(x_j)$
0	0	0	0
100	30	50	40
200	50	80	50
300	90	90	110
400	110	150	120
500	170	190	180
600	180	210	220
700	210	220	240

*Розв'язування.* Процес розв'язування цієї задачі розіб'ємо на три кроки. На першому кроці визначимо максимальний приріст випуску продукції при розподілі  $x_j = 100j$ ,  $j = 0, 1, \dots, 7$ , грошових коштів для першого підприємства. На другому кроці визначимо максимальний приріст випуску продукції при розподілі  $x_j = 100j$ ,  $j = 0, 1, \dots, 7$ , грошових коштів для першого та другого підприємства. І, нарешті, на третьому кроці визначимо максимальний приріст випуску продукції при розподілі 700 тис. грошових коштів між трьома підприємствами.

На першому кроці

$$F_1(x_j) = f_1(x_j), \quad F_1^*(x_j) = f_1(x_j), \quad j = 0, 1, \dots, 7.$$

На другому кроці

$$F_2(x_j) = \begin{cases} f_2(0) + F_1^*(x_j - 0), \\ f_2(100) + F_1^*(x_j - 100), \\ f_2(200) + F_1^*(x_j - 200), \\ \dots \\ f_2(x_j) + F_1^*(0) \end{cases}$$

і

$$F_2^*(x_j) = \max_{0 \leq k \leq j} \{f_2(100k) + F_1^*(x_j - 100k)\}$$

для  $x_j = 100j$ ,  $j = 0, 1, \dots, 7$ .

На третьому кроці досить обчислити  $F_3(700)$ , де

$$F_3(700) = \begin{cases} f_3(0) + F_2^*(700), \\ f_3(100) + F_2^*(600), \\ f_3(200) + F_2^*(500), \\ \dots \\ f_3(700) + F_2^*(0) \end{cases}$$

і

$$F_3^*(700) = \max_{0 \leq k \leq 7} \{f_3(100k) + F_2^*(700 - 100k)\}$$

Дані обчислення  $F_2(x_j)$ ,  $j = 0, 1, \dots, 7$ , занесемо в табл. 1.

Таблиця 1

$x_j$	$k$	$f_2(100k)$	$F_1^*(x_j - 100k)$	$F_2(x_j)$
0	0	0	0	0*
100	1	50	0	50*
	0	0	30	30
200	2	80	0	80*
	1	50	30	80*
	0	0	50	50
300	3	90	0	90
	2	80	30	110*
	1	50	50	100
	0	0	90	90
400	4	150	0	150*
	3	90	30	120
	2	80	50	130
	1	50	90	140
	0	0	110	110
500	5	190	0	190*
	4	150	30	180
	3	90	50	140
	2	80	90	170
	1	50	110	160
	0	0	170	170
600	6	210	0	210
	5	190	30	220*
	4	150	50	200
	3	90	90	180
	2	80	110	190
	1	50	170	220*
	0	0	180	180
700	7	220	0	220
	6	210	30	240
	5	190	50	240
	4	150	90	240
	3	90	110	200
	2	80	170	250*
	1	50	180	230
	0	0	210	210

З табл. 1 бачимо, що  $F_2^*(0) = 0$ ,  $F_2^*(100) = 50$ ,  $F_2^*(200) = 80$ ,  $F_2^*(300) = 110$ ,  $F_2^*(400) = 150$ ,  $F_2^*(500) = 190$ ,  $F_2^*(600) = 220$ ,  $F_2^*(700) = 250$ .

Дані обчислення  $F_3(700)$  занесемо в табл. 2.

Таблиця 2

$x_j$	$k$	$f_3(100k)$	$F_2^*(x_j - 100k)$	$F_3(x_j)$
700	7	240	0	240
	6	220	50	270*
	5	180	80	260
	4	120	110	230

3	110	150	260
2	50	190	240
1	40	220	260
0	0	250	250

З табл. 2 бачимо, що  $F_3^*(700) = 270$ .

Оптимальний план розподілу капіталовкладень між трьома підприємствами визначається так.

Оскільки  $F_3^*(700) = 270$  і досягається для  $k = 6$ , то третьому підприємству треба виділити 600 тис. грошових коштів. Далі треба розподілити 100 тис. грошових коштів між першими двома підприємствами. З табл. 1 при  $x_j = 100$  маємо  $F_2^*(100) = 50$  і досягається для  $k = 1$ . Це означає, що для другого підприємства треба виділити 100 тис. грошових коштів, а першому підприємству не попаде нічого.

Максимальне збільшення випуску продукції становитиме 270 одиниць.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Отже, методи оптимізації застосовуються до пошуку оптимального рішення. У наш час для рішення задач оптимізації використовують різні методи, застосування яких самостійне чи взаємопов'язане між собою. Серед методів рішення задач оптимізації під час проектування систем керування найбільш широко використовуються такі методи: варіаційне обчислення, динамічне програмування. У даному напрямку досліджень перспективним є аналіз алгоритмів методів рішення задач оптимізації під час проектування систем керування.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Беллман Р. Динамическое программирование / Р. Беллман. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1960. – 400 с.

2. Беллман Р. Прикладные задачи динамического программирования / Р. Беллман, С. Дрейфус. – М. : Наука, 1965. – 458 с.

3. Цегелик Г. Г. Математичне програмування : навч. посіб. / Г. Г. Цегелик. – Львів : Вид-во ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – 338 с.

4. Кігель В. Р. Математичні методи ринкової економіки : навчальний посібник / В. Р. Кігель. – К. : Кондор, 2003. – 158 с.

5. Кочович Е. Финансовая математика: Теория и практика финансово-банковских расчетов / Кочович Е. – М. : Финансы и статистика, 1994. – 268 с.

6. Самарский А. Л. Математическое моделирование / Самарский А. Л., Михайлов Ф. П. – М. : Наука, 1977.

#### REFERENCES

1. Bellman R. (1960), *Dinamicheskoe programmirovaniye*, Izd-vo inostrannoj literatury, M., 400 s.

2. Bellman R. and Drejfus S. (1965), *Prikladnye zadachi dinamicheskogo programmirovaniya*, Nauka, M., 458 s.

3. Tsehelyk, H. H. (2011), *Matematychny prohrumuvannia*, Vyd-vo LNU imeni Ivana Franka, L'viv, – 338 s.

4. Kihel', V. R. (2003), *Matematychni metody rynkovoi ekonomiky*, Kondor, K., 158 s.

5. Kochovich E. (1994), *Finansovaja matematika: Teorija i praktika finansovo-bankovskih raschetov*, Finansy i statistika, M., 268 s.

6. Samarskij, A. L. and Mihajlov, F. P. (1977), *Matematicheskoe modelirovanie*, Nauka, M.

*Грищенко І. В.,*

*викл. кафедри гуманітарних і фундаментальних дисциплін, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету, м. Вінниця*

*Білецька Н. В.,*

*к.е.н., доц., завідувач кафедри фінансів, оподаткування і підприємництва Вінницького інституту конструювання одягу і підприємництва, м. Вінниця*

*Клівіденко Л. М.,*

*к.е.н., доц. кафедри фінансів і кредиту, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету, м. Вінниця*

## **ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СИСТЕМНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ**

***Анотація.** Розглянуто вітчизняний і світовий досвід, який свідчить, що в період глибокої депресії й кризи інвестиційно-інноваційна політика підприємства і своєчасна орієнтація товаровиробників на активізацію і стимулювання освоєння досягнень науково-технічного прогресу дозволяє швидше і з меншими витратами подолати наслідки дестабілізації економіки й упевненіше просуватися вперед у своєму розвитку. Представлена розробка ефективних методів управління системними перетвореннями і підвищення конкурентоспроможності підприємства, що ґрунтується на формуванні сукупності інвестиційно-інноваційних бізнес-одиниць.*

**Ключові слова:** інвестиційно-інноваційний розвиток, потенціал підприємства, системні перетворення.

*Gryshchenko I. V.,*

*Lecturer, Department of Humanitarian and Fundamental Disciplines, Vinnytsya Educational and Scientific Institute of Economics of Ternopil National Economic University, Vinnytsya*

*Bilecka N. V.,*

*Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of Finances, Taxation and Entrepreneurship, Vinnytsya Institute of Clothing Design and Entrepreneurship, Vinnytsya*

*Klivenko L. M.,*

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finances and Credit, Vinnytsya Educational and Scientific Institute of Economics of Ternopil National Economic University, Vinnytsya*

## **INVESTMENT-INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN CONDITIONS OF SYSTEMIC TRANSFORMATIONS**

***Abstract.** Considered domestic and world experience, which shows that in a period of deep depression and crisis the investment and innovative policy of the company and opportune orientation of producers at enhancing and stimulating the use of achievements of scientific and technical progress enables faster and at less cost to overcome the consequences of the economy destabilization and confidently move forward their development. Presented the development of efficient methods of systemic transformation management and enhancing the competitiveness of enterprises, based on the formation of totality of investment and innovative business units.*

**Keywords:** investment-innovative development, potential of enterprise, systemic transformations.

**Постановка проблеми.** Інвестиційно-інноваційний розвиток економіки відноситься до вищих пріоритетів державної політики України. Процес модернізації та послідовного переходу української

економіки на інвестиційно-інноваційну модель розвитку ініціював вирішення проблеми стратегічного забезпечення стійкої й довготривалої динаміки ін-

вестиційних та інноваційних процесів на вітчизняних підприємствах.

Складність сучасних економічних проблем нашої держави привела до того, що одним із основних етапів розвитку підприємств стала реалізація системних перетворень виробничо-економічної діяльності. Специфічність сучасної економіки України полягає в тому, що більшість підприємств потребують системних перетворень одночасно з зовнішніми змінами, що відбуваються в зовнішньому середовищі. Розвиток країни визначається ефективністю роботи підприємств і організацій, які повинні не просто виживати в складних умовах, а проводити активну стратегію перетворень.

У період внутрішніх системних перетворень підприємства, як правило, концентрують свої зусилля на короткострокових проектах фінансового оздоровлення, побоюючись, що в умовах модернізації економіки буде недостатньо інвестицій для реалізації довгострокових проектів. Проте існують і підприємства, які в цілях виходу з кризи реалізують інноваційні проекти, орієнтуючись на зростання ринкової вартості за рахунок інновацій, що дозволяє залучити більше коштів для свого подальшого розвитку [4, с. 301].

Для виживання в умовах кризи вітчизняних підприємств необхідно запроваджувати на них управлінські й соціальні інновації, які створюють необхідне середовище для ефективної роботи підприємства з подальшим впровадженням інших інновацій (маркетингових, технологічних) [6, с. 208].

Наведені обставини обумовлюють важливість подальшого теоретичного дослідження економічних станів, згідно з яким формування інноваційної моделі розвитку підприємств на основі системних перетворень у перспективі перетворюється на механізм виведення їх на новий рівень розвитку, що, у свою чергу, обумовлює актуальність даного напрямку дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Науковий інтерес до проблем управління інноваційними процесами підприємств на основі системних перетворень підштовхнув звернутися до аналізу накопиченого теоретичного й аналітичного матеріалу.

Дослідженню проблем управління підприємствами, включаючи стратегічний і соціально-економічний розвиток, присвячена велика кількість наукових робіт багатьох авторів, таких як І. Ансофф, Р. А. Белоусов, А. К. Ватолін, О. С. Віханський, В. А. Гневко, А. Г. Гранберг, А. П. Егоршин, Е. Н. Емельянов, Д. Камерон, Г. Б. Клейнер, Р. Куїнн, В. В. Кулешов, Д. С. Львів, І. С. Мінько, С. Е. Поварніцина, В. В. Попів, М. Портер, А. І. Татаркин, Е. Ю. Хрустальов, Р. Широкова, Р. І. Шніпер та ін.

Найбільш значний внесок у теорію інноваційного управління, починаючи з праць Н. Д. Кондратьєва і Й. Шумпетера, зробили такі дослідники, як А. Г. Аганбегян, А. І. Анчишкин, В. Н. Архангельський, К. А. Багріновський, І.

Т. Балабанов, М. А. Бендіков, С. В. Валдайцев, Л. М. Гохберг, Б. Ф. Денісов, А. І. Добринін, А. А. Динкин, А. Ю. Егоров, П. Н. Завлін, В. В. Иванов, С. Д. Ільєнкова, А. К. Казанцева, Д. І. Кокурін, В. І. Кушлін, С. В. Кортєв, Р. М. Ніжегородцев, Ю. І. Новіков, Л. Н. Огольова, К. І. Плетнев, А. А. Сафронова, А. А. Семенова, А. Ф. Суховій, О. С. Сухарев, А. В. Тебекин, А. Б. Тітов, Е. А. Фіяксель, Ю. В. Шленов, Ю. В. Яковец та ін.

Проте слід відзначити, що сучасний стан економічної науки характеризується відсутністю цілісної теорії управління інноваційним розвитком підприємства на основі соціально-економічної й виробничої трансформації. Орієнтація економіки підприємства на інноваційну модель розвитку, структурна перебудова виробництва вимагають вирішення нових завдань управління, що спричинило необхідність вибору напряму дослідження.

**Постановка завдання.** Кардинальні зміни зовнішнього середовища змінюють систему виробничо-економічної діяльності підприємств. Тенденції змін економічного середовища є передумовами й умовами необхідності системних перетворень підприємств.

Перетворення підприємства характеризуються як процес створення і збереження під контролем таких необхідних змін, які дають можливість підприємству пристосуватися до нових умов зовнішнього економічного середовища. Системні перетворення є раціонально спланованим, свідомо викликаним і контрольованим процесом комплексної трансформації, метою якого є розвиток підприємства. Системні перетворення на всіх рівнях виробничо-господарської діяльності обумовлюються необхідністю адаптації внутрішнього середовища підприємства до умов, що якісно змінилися, зовнішнього середовища її життєдіяльності. Кінцевою метою системних перетворень підприємств є стійкість і ефективність їх функціонування і розвитку в сучасних умовах. Перетворення проводяться як для подолання кризового стану підприємства, так і для своєчасної й ефективної адаптації підприємства до умов ринкової кон'юнктури і забезпечення стійкості його розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вітчизняний і світовий досвід свідчить, що в період глибокої депресії й кризи інвестиційно-інноваційна політика підприємства та своєчасна орієнтація товаровиробників на активізацію і стимулювання освоєння досягнень науково-технічного прогресу дозволяє швидше і з меншими витратами подолати наслідки дестабілізації економіки й швидше просуватися вперед у своєму розвитку.

Системні перетворення підприємства неоднорідні за характером дії на економічні процеси. Серед них можна виділити дії, направлені, по-перше, на скорочення витрат підприємства: впровадження ресурсозберігаючих технологій, заміна обладнання на продуктивніше, по-друге, на

розширення і заміну номенклатури виробляємої продукції: перепрофілювання виробництва на випуск конкурентноздатного товару, модернізація виробляемого продукту, випуск нового виду товару, по-третє, на вдосконалення організаційно-управлінської системи підприємства: впровадження системи контролю якості виробництва, сертифікація системи управління за міжнародними стандартами [8, с. 14].

При дослідженні системних перетворень ми можемо запропонувати їх класифікацію:

1. Виробничо-технічний потенціал підприємства:

- модернізація – вдосконалення, оновлення виробничого потенціалу підприємства з метою приведення його у відповідність із новими вимогами і нормами, технічними умовами, показниками якості, зокрема заміна морально застарілого і фізично зношеного устаткування новим, підвищення автоматизації процесів;

- технічне переоснащення – комплекс заходів у масштабі підприємства з підвищення техніко-економічного рівня окремих виробництв, цехів і ділянок, що включають не тільки модернізацію виробництва, але і можливість часткової перебудови і розширення тих, що існують, або будівництво нових об'єктів, вдосконалення загальнозаводського господарства і допоміжних служб. Зміна профілю продукції й послуг відповідно до вимог ринку або зміни суспільних умов;

- реконструкція підприємства – перевлаштування існуючих цехів і об'єктів різного призначення, пов'язане з вдосконаленням виробництва і підвищенням його техніко-економічного рівня. Реконструкція підприємства включає технічне переоснащення виробництва і може бути формою проведення капітального будівництва на підприємстві, здійснюється за спеціально розробленим проектом, носить епізодичний характер, направлена на повне або часткове переобладнання і перевлаштування виробництва при значному охопленні пасивної частини основних засобів.

2. Організаційно-економічні відносини:

- реінжиніринг – підвищення загальної ефективності бізнес-процесів, перепроєктування зв'язків, що включає всередині підприємства (у ряді випадків радикальне) із збереженням колишніх ланок організаційної структури. Реінжиніринг передбачає фундаментальне переосмислення і радикальне перепланування бізнес-процесів підприємства з метою скорочення витрат, зростання якості сервісу, швидкості обслуговування клієнтів і т.д., перетворення в галузі стилів керівництва, поведінки керівників. Сюди відноситься делегування відповідальності, розширення прав структурних ланок і окремих працівників, стимулювання творчої діяльності і т.д.;

- реструктуризація – глибоке перетворення структури виробництва й організації управління в рамках підприємства. Реструктуризація включає зміни організаційної структури, системи

управління в цілому, а у ряді випадків – і зміну організаційної стратегії. Це зміна виробничих структур, зокрема заміна і модернізація устаткування, раціоналізація ієрархії управління, систем обробки інформації;

- реорганізація – комплекс найбільш радикальних змін (злиття, приєднання, розділення, виділення), що характеризуються перебудовою, перевлаштуванням підприємства з метою отримання максимального позитивного ефекту від зміни структури капіталу, усунення дублювання функцій, зниження витрат при збільшенні обсягу виробництва і т.д.

Одним із основних методів адаптації підприємства до змінних умов навколишнього економічного середовища є наявність ефективної інноваційної стратегії. Прийняття стратегічних рішень на основі використання спеціальних методів і підходів щодо збору, обробки і розподілу інформації допомагає справитися з внутрішніми й зовнішніми змінами і провести необхідне коректування, дає можливість передбачати тенденції розвитку бізнесу, зробити правильний стратегічний вибір і реалізувати намічені цілі. Інноваційну стратегію підприємства ми можемо визначити як закономірно і послідовно здійснюваний процес конкретних заходів по проведенню наукових досліджень і розробок, створенню інновацій і освоєнню їх у виробництві в цілях отримання нової або покращеної продукції, новій або вдосконаленій технології виробництва.

Досліджувати інноваційні зміни на підприємстві найбільш оптимально і послідовно можливо тільки за умови моніторингу, який дозволить провести аналіз і прогнозування інноваційного розвитку, а також платоспроможності, ліквідності, фінансової стійкості й ділової активності підприємства [7, с. 143]. Організація моніторингу інноваційної сфери передбачає багатоаспектне дослідження з виявлення тенденцій і перспектив подальшого розвитку інноваційних процесів.

Дані моніторингу дозволяють ухвалювати управлінські рішення, в основу яких покладено аналіз і прогноз основних показників підприємства, вивчення інноваційного клімату, попиту і пропозиції на інноваційні ресурси. Моніторинг дає можливість сформулювати необхідну основу системи раннього виявлення проблем, що виникають при інноваційному розвитку підприємства. Інформація, отримана від учасників моніторингу, дозволяє прогнозувати зміни в інноваційному розвитку підприємства, виявляти проблеми при управлінні інноваційною діяльністю підприємства, покращувати взаємодію виробничих й інноваційних процесів.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Здійснення спостережень за чинниками, які впливають на інноваційний розвиток підприємства, дозволяє підвищити ефективність роботи підприємства й ухвалювати до реалізації обґрунтовані управлінські рішення.

Аналіз наукових публікацій показує, що на сьогоднішній день існує проблема вибору методології управління підприємствами, направлена на забезпечення їх довгострокового виживання і розвитку в умовах кризи, антикризового регулювання і трансформації. Внаслідок цього нами запропонована інноваційна модель розвитку підприємства на основі системних перетворень, яка включає наступні елементи: механізм реалізації інноваційної стратегії підприємства, направлений на аналіз інноваційного клімату і потенціалу підприємства, розробку й інтеграцію інноваційних проєктів у загальну інноваційну стратегію підприємства і розробку базової стратегії розвитку, що дозволяє організувати систему безперервного вдосконалення виробничих процесів і підвищити ефективність інноваційної діяльності підприємств на основі трансформації; механізм антикризового управління підприємством на основі регулювання інноваційних процесів, що включає визначення мети системних перетворень, чинників, що впливають на вибір пріоритетного напрямку перетворення, критерійні вимоги відбору відповідних пріоритетів, алгоритм вибору альтернатив відповідно до поставлених цілей і ступеня їх впливу на інноваційні процеси підприємства; принципи і методи організації системи моніторингу і контролю інноваційної діяльності підприємства на основі оцінки результатів інноваційної, фінансової й економічної діяльності, оцінки інноваційного розвитку підприємства, а також системи діагностики, тієї, що реалізовується для інноваційних проєктів.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Портер М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2006. – 608 с.
2. Волкова Н. Н. Индустриальные кластеры США / Н. Н. Волкова, Т. В. Сахно // США - Канада. Экономика, политика, культура. – 2007. – №1. – С. 51-68.
3. Управление инновационными проектами / Методология управления инновационными проектами / [Т. В. Александрова, С. А. Голубев, О. В. Колосова и др.; под общ. ред. проф. И. Л. Тукеля]. – [2-е изд., перераб. и расш.]. – СПб. : СПбГТУ, 2012. – Ч. 1. – 100 с.
4. Инвестирование : учебник / В. М. Гриньова, В. О. Коюда, Т. И. Лепейко, О. П. Коюда. – К. : Знание, 2008. – 452 с.
5. Колесов С. В. Інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства: методологічні підходи до сутності та оцінки / С. В. Колесов, В. І. Кривда // Формування ринкових відносин в Україні : збірник наукових праць. – Київ, 2009. – Вип. 5 (96). – С. 103-110.
6. Йохна М. А. Экономика и организация инновационной деятельности / Йохна М. А., Стадник В. В. – К. : Издательский центр “Академия”, 2005. – 400 с.
7. Гріщенко І. В. Теоретико-методологічні основи інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств / І. В. Гріщенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 142-145.
8. Гришко В. А. Дослідження впливу чинників, що зумовлюють вибір портфелю фінансово-інвестиційних стратегій підприємства / О. Ю. Ємельянов, В. А. Гришко, І. З. Крет // Математико-економіко-соціологічний вісник “Гріш і математика”. – № 8. – Львів-Луцьк : Вид. Тараса Сороки, 2010. – С. 12-16.

#### REFERENCES

1. Porter, M. Je. (2006), *Konkurencija*, Vil'jams, M., 608 s.
2. Volkova, N. N. and Sahno, T. V. (2007), *Industrial'nye klasteri SShA, SShA - Kanada. Jekonomika, politika, kul'tura*, №1, s. 51-68.
3. *Upravlenie innovacionnymi proektami / Metodologija upravljenja innovacionnymi proektami* / T. V. Aleksandrova, S. A. Golubev, O. V. Kolosova i dr. (2012), 2 nd ed, SPbGTU, SPb, ch 1, 100 s.
4. Grin'ova, V. M. Kojuda, V. O. Lepejko, T. I. and Kojuda, O. P. (2008), *Investirovanie*, Znanie, K., 452 s.
5. Kolesov, S. V. and Kry'vda, V. I. (2009), *Innovacijno-investy'cijny'j potencial pidpr'yemstva: metodologichni pidxody' do sutnosti ta ocinky'*, *Formuvannya ry'nkovy'x vidnosy'n v Ukrayini*, vy'p. 5 (96), Ky'viv, s. 103-110.
6. Joxna, M. A. and Stadny'k, V. V. (2005), *Ekonomy'ka y' organy'zacy'ya y'nnovacy'onnoj deyatel'nosti'*, Y'zdatel'sky'j centr “Akademy'ya”, K., 400 s.
7. Grishhenko, I. V. (2009), *Teorety'ko-metodologichni osnovy' investy'cijno-innovacijnoyi diyal'nosti pidpr'yemstv*, *Visny'k Xmel'ny'cz'kogo nacional'no-go univ'ersy'tetu*, # 1, s. 142-145.
8. Gry'shko, V. A. Yemel'yanov, O. Yu. and Kret, I. Z. (2010), *Doslidzhennya vply'vu chy'nn'y'kiv, shho zumovlyuyut' vy'bir portfelyu finansovo-investy'cijny'x strategij pidpr'yemstva*, *Matematy'ko-ekonomiko-sociologichny'j visny'k “Grish i matematy'ka”*, #8, Vy'd. Tarasa Soroky', L'viv-Lucz'k, s. 12-16.

# ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

УДК 330.1:330.342+316.42(091)

Шевчик Б. М.,

к.е.н., доц. кафедри теоретичної та прикладної економіки, Львівська комерційна академія,  
м. Львів

## ЕКОНОМІЧНИЙ ОРІЄНТАЛІЗМ: ШЛЯХ ВІД ПОСТЛЮДИНИ ДО ЛЮДИНИ

**Анотація.** Розглядаються форми і механізми патернальних практик економічної діяльності в режимі соціокультурних флуктуацій, що мають на меті становлення футуросинергетичного інноваційно-парадигмального проекту постіндустріальної економіки чуттєвої культури – біокіборга-андроїда-постлюдини. Висувається гіпотеза, що людина майбутнього являтиме собою проект ідеаційного, а не чуттєвого типу культури. Економічна система ідеаційного типу культури визначається як економічний орієнталізм.

**Ключові слова:** NBIS-конвергенція, біокіборг-андроїд, патернальний соціокультурний проект, ідеаційна та чуттєва культура, симулякр, патернальна тріада.

Shevchuk B. M.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Economics, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## ECONOMIC ORIENTALISM: THE WAY FROM POSTHUMAN TO HUMAN

**Abstract.** Considered the forms and mechanisms of paternal practices of economic activities in the mode of social and cultural fluctuations, aimed at establishment of futurosynergetic innovative-paradigmatic project of post-industrial economy sensitive culture – biocyborg-android-posthuman. Suggested the hypothesizes that the human of the future will be a project of idea-type but not sensitive-type of culture. The economic system of the idea-type culture is defined as an economic orientalism.

**Keywords:** NBIS-convergence, biocyborg-android, paternal sociocultural project, idea-type and sensitive-type culture, simulacrum, paternal triad.

**Постановка проблеми.** Метою розвитку було, є і буде розширення простору життя. Але не лише розширення простору, а й поглиблення часу існування, тобто можливість безсмертя. В режимі цих пошуків постала культура і цивілізація. Одним із напрямків здолання світу як дефіциту енергії життя виступає економіка – спосіб впорядкування світу для відтворення життя. А власне спосіб впорядкування світу зумовлений присутнім у свідомості ментальним образом світу як моделі ідеального буття, що слугує для буття реального взірцем доцільності у практиці відтворення, тобто аттрактором. Типи культурної ментальності, виявляючи себе у патернальній практиці економічної діяльності, реалізують різні шляхи розширення і поглиблення просторового і часового континууму відтворення життя. Аналізу процесів економічного розвитку людини і суспільства в ре-

жимах соціокультурних флуктуацій на основі імперативу причинності чуттєво-механістичних систем та імперативу доцільності ідеаційно-органічних систем присвячена дана стаття.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Про футуросинергетичний антропогенний проект конвергенції NBIS-технологій під назвою “постлюдина” пишуть все частіше і переважно оптимістично. Але майбутнє завжди несе нові виклики, передбачувати які під силу лише пророкам, а от виявляти ті середовища, які потенціально можуть генерувати екстерналії як вияв неврахованої міри неупорядкованості метаболізму між системами, – завдання вченого. Зерна інформації з даної проблеми розпорошені, тому для систематизації матеріалу нами застосовано холистичний підхід. Зокрема: для з’ясування технологічних передумов становлення

постлюдини нами використано ідеї вітчизняних дослідників М. Кизима і І. Матюшенка [7]; для визначення метаболізму суспільного відтворення – теорію проектизму К. Кантора [5]; для аналізу характеру патернальних практик – теорію соціокультурних флуктуацій П. Сорокіна [10]; для аналізу ментальностей у процесах економічного проектування – філософські ідеї С. Левицького [8]; для характеристики форми ентропійного процесу в патернальних практиках – теорію симулякрів Ж. Бодріяра [1]; для ілюстрації механізму трансформації патернальної тріади у відтворенні симулякрів в умовах Інтернет-економіки – ідеї М. Кастельса [6]; для висунення гіпотези про футуросинергетичний проект людини як носія ідеаційного типу культурної ментальності – ідеї М. Гайдегера [3].

**Постановка завдання.** Метою дослідження є обґрунтування становлення постлюдини шостого технологічного укладу як продукту патернальної практики чуттєвої культури, де ентропійними екстерналіями виступають симулякри, а також висунення гіпотези про ідеаційний парадигмальний проект суспільства майбутнього.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сучасна епоха є часом великих очікувань, ґрунтованих на переконаннях в інтелектуальну всемогутність людини. Триває розпочатий у добу Просвітництва науковий теоретико-прикладний пошук тієї “цеглинки світу”, лабораторне відтворення якої перетворило б у реальність одвічну надію на безсмертя “тут і тепер”. Цей футуристичний оптимізм зумовлений темпами розвитку і становлення конвергенції NBIC-технологій шостого технологічного укладу Третьої хвилі світової цивілізації [7]. Сутність NBIC-конвергенції полягає у злитті чотирьох революційних науково-технічних напрямків: нанотехнологій, біотехнологій, інформаційно-комунікаційних технологій та когнітивних наук, які до середини XXI ст. мають утворити глобальний соціокультурний проект – соціосферу. Нанотехнології дозволяють конструювати матеріали на атомному та молекулярному рівні з надвисокою точністю та одержувати нові об’єкти з надприродними хімічними, фізичними та біологічними властивостями. Біотехнології дозволяють вводити у конструювання неорганічних матеріалів біологічну частину й одержувати гібридні матеріали, квазіживу речовину. Інформаційні технології дадуть можливість у такий гібридний матеріал або систему інтегрувати інтегральну схему й одержати принципово нову інтелектуальну систему. Когнітивні технології, базовані на вивченні свідомості пізнання, розумового процесу, поведінки живих істот і людини як із нейрофізіологічної та молекулярно-біологічної точок зору, так і за допомогою гуманітарних підходів, зможуть витворити єдину цілісну картину нового небаченого світу.

Оскільки метою технологічних інновацій є поліпшення умов існування людини, то NBIC-конвергенція формуватиме такі умови існування, коли внаслідок стирання меж між живою і неживою речовиною постануть антропоморфні біокіборги, зникне різниця між людиною і роботом, з’явиться постлюдина, не лише наділена надлюдськими здібностями надпотужної інтелектуальної та фізичної сили, а й самою можливістю безсмертя [4].

Окрім усіх очевидних переваг техноконвергенції Третьої хвилі, все ж зринає тінь сумніву: невже такий біокіборг-андроїд є вінцем призначення людини? Невже до цього має звестися увесь багаж цінностей світової культури? Невже за такі умови життя і таку перспективу безсмертя відбулася викупна жертва на Голгофі? Наука не оперує “тінями сумнівів”, але вона оперує моделями викликів, іманентних екстерналій, які повертають ейфорію неофітів лицем до одвічних вартостей людського життя. Виявленню умов можливих екстерналій у полі культури в процесах економічного розвитку присвячено дане дослідження.

Умови існування людини у суспільстві забезпечує патернальний соціокультурний проект домінуючого типу культури, відповідальний за характер соціокультурного відтворення. Спосіб суспільного відтворення визначається як економічна система суспільства. Культурний простір визначає шкалу потреб, характер споживання, а отже, структуру виробництва.

Теоретичний аналіз економічних систем здійснюється в режимі статички і динаміки. Статичний підхід був методологічною основою маржиналізму, а динамічний – еволюційної економічної теорії. Прагнення рівноваги – це природна властивість живих систем. Ентропійний процес – це невідвортна програма життя. Розсіювання енергії – це фатум кінця, тому цвинтар – це приклад тотального торжества ентропії. Енергетичний бюджет життя можна поповнювати ресурсами середовища, що властиво живим відкритим системам. Оскільки культура є антропогенним середовищем життя, то вона має містити аттрактори біфуркацій та гомеостазу. В широкому розумінні аттрактор – це модель бажаної дійсності, що є метою розвитку системи; біфуркація – механізм зміни і набуття якісно нового стану, що надає нові можливості розвитку, а гомеостаз – це рівновага, кінцевий стан системи, коли, за словами академіка В. Вернадського, “уся можлива в умовах системи робота вже здійснена” [2].

В соціокультурних системах економіки гомеостатична функція реалізується відтворенням взірців, інституціональних форм економічного порядку, які структуровані у сукупність патернальних конфігурацій тріад альфа, бета і гама-патернів у загальний патернальний ансамбль домінуючого типу культури та культурної ментальності [5]. Структура кожного патерна являє собою тріаду, в якій альфа-патерн реалізує інтегративну функцію і виступає організаційним.



Він також є носієм змісту цінностей соціокультурного відтворення, які виступають ендегенним середовищем генерації культурних ресурсів суспільно-економічного відтворення, зокрема змістового наповнення інституціональної системи економіки. Бета-патерн реалізує щодо організаційного контур посилювального зворотного зв'язку, що дозволяє підтримувати на енергетичному рівні досягнутий ступінь гомеостазу. Гама-патерн реалізує щодо організаційного контур врівноважувального зворотного зв'язку, будучи водночас потенційним середовищем альтернативного парадигмального проекту та завжди іманентно містить в собі виклик усій патернальній системі.

Кожна патернальна структура соціокультурного відтворення мала початок в історії як інноваційний парадигмальний проект соціально-економічного розвитку. Парадигмальний проект завжди онтологічний. Він з'являється і втілюється як альтернатива zdeградованій патернальній культурі.

Для успішного впровадження економічних реформ, не лише галузевої та інституціональної трансформації неефективної економічної структури, а, передусім, якісної зміни суті економічних відносин, необхідно враховувати контекст соціокультурної динаміки. Адже економічна система – це сукупність форм патернальної практики соціокультурного типу домінуючої культури; яка культура – така й економіка.

Культурна динаміка протікає в режимі соціокультурних флуктуацій полярних типів культури (чуттєвої та ідеаційної), які почергово змінюють одна одну у потоці світової історії [10]. Наприклад: уже кілька століть, починаючи з часів Відродження і Реформації, Західна цивілізація функціонує в полі цінностей і патернів чуттєвого типу культури. Ядром патернального ансамблю чуттєвого типу культури та всіх її модифікацій: активно-чуттєвої, пасивно-чуттєвої та цинічно-чуттєвої, – виступає механістичний світоглядний принцип системного мислення, який трактує світ довкола як агрегатну сукупність ізольованих елементів, взаємодія між якими має зовнішній характер і підлягає виключно закону причинності, де причинність – це дія частин на ціле, що трактується як механічний агрегат, наділений метою у собі, але позбавлений вищої доцільності [8]. Згадаймо: Адам Сміт, змодельовавши атомізовані архетипи булочника, м'ясника і пивовара, чітко і вивірено окреслив причинно-наслідкові зв'язки між взаємовідчужено мотивованими “доскональними егоїстами”, але коли треба було обґрунтувати принцип синергії на основі доцільності, тобто впливу цілого на частини, внаслідок чого майбутнє стає зримим, а система набуває параметрів інформаційної визначеності, знижуючи ентропію, геній “забудькуватого шотландця” вдався до алегоричного образу квазіметафізичного фантома “невидимої руки”. Механістичний погляд може визнавати лише сурогат пам'яті у вигляді теперішніх станів мозку і нервової системи, в якій збережені сліди минулих

станів, але не самі стани. Механічний агрегат діє автоматично, зумовлений причинністю, але не доцільністю. Знаючи висхідні параметри руху тіл у замкнутій системі, можна вирахувати “майбутню долю” механічної системи, а отже, минуле (історія, традиція) для механістичної системи несуттєві. Оскільки чуттєве існує у теперішньому, минуле рівнозначне небутті, тому всі живі істоти ніби зачинені у власних межах, будучи непроникні у своєму самотутті одне для одного. Егоїзм зостається єдиним природним і єдиним можливим мотивом чину. “Лови момент” – єдиний зміст морального закону. Для механістичного світогляду ціле – це сума взаємовідчужених елементів, просторово-часова розбалансованість речей і подій у світі (оскільки дві матеріальні речі не можуть займати у просторі одне й те ж місце, то вони розмежовані, і так само розмежовані події в часі). Тому механістичизм трактує єдність як одноманітність, індивідуальність як одиничність, а отже, не визнає принципу єдності різноякісної множинності і, тим самим, не може пояснити принципу взаємодії елементів світу між собою. Прихильники механістичного світогляду обґрунтовують можливість взаємодії взаємоперебуванням елементів в одному просторі, і причинна дія одного тіла на інше, без участі якогось там божка, може утворити систему світу. Однак механісти не в стані пояснити джерело первинного імпульсу руху одних тіл на інші й змушені ігнорувати той факт, що два тіла можуть взаємодіяти лише за наявності зв'язку, вираженого чимось третім [8].

Натомість ментальність ідеаційного культурного типу орієнтована на надчуттєву, трансцендентну реальність, духовні потреби і цілі, патерни відтворення покликані розкривати внутрішнє життя людини через творчість та інтелігібельний спосіб пізнання світу. Ядром патернального ансамблю ідеаційного типу культури слугує органічний світоглядний принцип системного мислення. Згідно з цим принципом у світі все іманентно всьому. Органічний світогляд оперує поняттям органічного цілого, тобто ціле – це єдність, втілена у множинності, де множинність слугує матеріалом для втілення єдності згідно з критерієм доцільності, де доцільність – це вплив цілого на частини. Суть ідеаційної творчості полягає у віднайденні референтних зв'язків між органічним цілим та субстанціональним діячем, результати творчості якого мають символічну вартість, у якій розгортається онтологічна новизна, тобто інноваційно-якісна модальність буття ідеального в умови детермінованого часопростором буття реального. І саме образна репрезентація онтологічної новизни, що стимулює фрактальну свідомість, постає як інноваційний парадигмальний проект соціально-економічного розвитку соціокультурної динаміки.

Тривалий час у дослідженні флуктуаційних хвиль соціокультурних економічних систем нам була незрозумілою природа біфуркаційного механізму зміни соціокультурних циклів із чуттєвого типу як домінуючого в ідеаційний і навпаки. Ми знали, що впровадження інноваційно-парадигмального проек-

ту покликано здолати патернальні обмеження домінуючого типу культури, що деградували під впливом соціальної ентропії – наростаючого внутрішнього хаосу, розбалансування і непорядкованості статусів і ролей між суб'єктами соціально-економічної системи та інституціональної акомплементарності, що в умовах світу як дефіциту забезпечує максимізацію корисності обраних шляхом цілеспрямованих потоків асиметричної інформації, де успіх вимірюється тільки брехнею, де закон війни всіх проти всіх стає основним законом життя. Але в якій формі проявляється соціоентропія в соціокультурному просторі економіки, для нас довго було таємницею.

В якийсь день прийшло розуміння: згідно з діалектичним законом єдності й боротьби протилежностей кількісне перенагрождення має невідвратно перерости в нову якість. Але в даному випадку це інноваційна якість альтернативного порядку. А це значить, що кількісному тиражуванню і перенагрожденню мають підлягати ентропійні моделі патернальної практики. І такі моделі як взірці відтворення існують; вони називаються симулякри [1]. Симулякр – це ентропійний патерн сутнісно унішовленого буття. Він виникає і поширюється як склероз серця свідомості, як нівеляція пам'яті, адже минуле – це небуття, традиція – гальмо прогресу, історія – утилітарний непотріб, а отже нівельована пам'ять не може поєднувати минуле і майбутнє та долати часову ентропійність буття творенням якісно нового майбутнього, в якому тотожна собі універсальна сутність виявляє себе у явищах множинної дійсності, у саморефлексії фрактальної онтології.

Як виникає симулякр? Людина – це істота, здатна на образотворення сутнісного словом. Причинністю слова виступає образний знак, через який у свідомості людини ентелехіально відображає свої властивості Єдиний Метафізичний Суціль як універсальна маніфестація унікального існування. Структура слова включає означуване (зміст слова) і означник (звуковий чи графічний образ). У змісті поєднується сутність (ціле) і форма (індивідуальне). Образний знак є слово мовлене, через яке уприсутнюється буття та уможлиблюється взаємопроникненість світу і речей. Світ – це збиральне місцеперебування названих словом речей, які, будучи взаємопроникні у розмежованості, виявляють присутність дочасно утаємниченого цілого, котре завжди більше, ніж сума його частин, і котре через слово збирає світ у систему в координатах простору і часу [3]. Симулякрія починається як розрив референтності внаслідок емансипації знака від позначуваного. Виражений через знак феномен дійсності, втративши імпліцитно присутню у позначуваному сутнісну основу своєї легітимності, виходить за межі своєї функціональної природи і генерує непорядкованість і хаос. Наприклад, субстанцією вартості товару є жива й уречевлена праця, виміряна в часі й виражена грошми. Однак гроші, будучи у структурі символу під назвою “вартість” знаком, що виражає позначуване – “працю”,

наділені потенціалом емансипації від свого позначуваного. Так гроші втрачають свою субстанціональну основу і набувають статусу симулякра, і це є онтологічною причиною інфляції та фінансових криз локального та глобального масштабу.

Ще один приклад. Базовою патернальною конфігурацією, що зумовлює мімесис в економіці через механізм дифузії інновацій, виступає триада: хакер-техномеритократ – маркетолог – венчурний капіталіст [6]. У цій триаді хакер-техномеритократ уособлює організаційний альфа-патерн, будучи ключовою ланкою виробництва інноваційно-інтелектуального продукту та слугуючи точкою інтеграції для бета і гама-патернів. Бета-патерн як суб'єкт триади – це венчурний капіталіст, який інвестує інтелектуальні проекти хакера, реалізуючи контур посилювального зворотного зв'язку виробництва інновацій. Гама-патерн – це, зрозуміло, маркетолог, від успішності стратегій якого залежить величина отриманих доходів усіх учасників триади, тобто він відповідальний за гомеостатичний ефект системи. Відомо, що альфа і гама-патерни функціонально взаємозамінні, тобто на якомусь етапі виробництва й обміну інновацій гама-патерн стає організаційним, а альфа-патерн перетворюється в осередок генерації ідей альтернативного порядку. Транзиція організаційної структури патерна зумовлена характером руху інформаційного продукту ринковим простором. Оскільки критерієм успішності маркеттехнології є максимізація доходу, то маркетолог природним чином трансформується у полюс інтеграції суб'єктів ринкового обміну, тобто стає альфа-патерном.

Спонукою до купівлі товару споживачем є суб'єктивне оцінювання придатності блага, тобто стан свідомості. Завдання маркетолога – впливати на свідомість потенційного покупця. Оскільки ринкові трансакції протікають у просторі й часі, то максимізація доходу в режимі часу досягається стисненням часового лагу між моментом купівлі-споживання та усвідомленням ефекту задоволення від спожитого, а заробіток грошей у неймовірних кількостях через ринковий простір досягається поглибленням ємкості ринку шляхом застосування надгінг-технологій, психологічного “підштовхування” для моделювання такої “архітектури вибору”, яка влаштовує суб'єктів триади. Кажучи словами Ф. Ніцше, людині дозволяється стільки культури, скільки є в інтересах заробітку [9]. Але будь-яка масовість досягається вирівнюванням у тварності, натомість культура завжди елітарна, бо передбачає рефлексію доцільності індивідуального буття, а отже, радикальну сегментацію ринку інформаційних послуг на задоволення індивідуальних, а не масових потреб споживання інформаційних продуктів, адже споживна вартість нового слова – це шахування можливості вищого порядку, де референтність між фракталом і субстанцією, часткою і цілим, унікальним і універсальним, множинним та всезагальним у практиці патернального відтворення в економічній діяльності іде по зростаючій шкалі у напрямку становлення ноосфери.

Натомість максимізація корисності через активізацію тварності передбачає цілеспрямоване відтворення патерн-симулякрів у потоках асиметричної інформації ринковим простором. Для цього необхідно свідомо розірвати референтний зв'язок між сутнісним орієнтиром позначуваного та образним знаком, для якого позначуване як доцільне виступає конституюючим принципом споживної вартості. Так маркетологами цілеспрямовано формується егалітарний тип споживацької свідомості відтворення нав'язаного взірця, розтиражованого засобами масової інформації як мінова вартість статусу і ролі соціальної адаптації індивіда. Отже, дохід зумовлюється маркетинговими ментального егалітаризму на основі естетизації базових інстинктів та архетипів. І коли симулякр стає сутністю патерна, формуються передумови становлення ідеї альтернативного порядку в формі інноваційно-парадигмального проекту соціально-економічного розвитку. Автором такого проекту виступає усунутий на маргінес колишній альфа-патерн, який в економіці часто виступає в іпостасі шумпетерівського аматора нових комбінацій. Соціокультурним середовищем генерації альтернативних проектів слугують: в умовах здеградованої ідеаційної домінуючої культури – псевдоідеаційна культурна ментальність, а в умовах здеградованої чуттєвої домінуючої культури – цинічно-чуттєва культурна ментальність.

І на основі всієї сукупності сутнісно уніщовлених патернів соціокультурної адаптації через економічну діяльність протягом двох-трьох десятиліть ХХІ ст. має постати інноваційний продукт шостого технологічного укладу – біокіборг-агрегат, постлюдина. Проект біокіборга – приклад агонії чуттєвого типу культурної ментальності на сучасному етапі соціокультурних флуктуацій. Проект нової людини дійсно матиме місце, але він не матиме нічого спільного з роботизацією життя. Це буде суб'єкт нового типу ментальності, сформований на цінностях ідеаційної культури, впроваджуваної субстанціональними діями у формі інноваційно-парадигмального проекту розвитку і кристалізації цього проекту в патернальний ансамбль соціокультурного відтворення, котрий у структурі економічної системи визначається як її інституціональна складова. Становлення суб'єкта ідеаційної ментальності не буде пов'язано з біомутаціями живої речовини, а лише з якісною зміною способу світосприйняття і новими відповідями на призначення людини в епоху глобальних викликів.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Ми ставили перед собою мету – ідентифікувати ентропійний характер патернального проекту постлюдини в умовах домінування чуттєвого типу культури. В умовах соціокультурних флуктуацій на етапі передбіфуркаційної фази соціокультурної динаміки патернальні проекти соціокультурного відтворення набувають форми симулякрів, котрі постають як екстерналії патернальної практики, що генерують

економічний та культурний занепад. Альтернативний парадигмальний проект впроваджується як інноваційна форма полярного типу культури і поширюється шляхом заміщення симулякрів лігатурами, в яких зв'язок між знаком і позначуваним відображає сутнісний вимір онтологічної новизни для моделювання патернального ансамблю якісно вищого економічного порядку. Економічний порядок ідеаційного типу культури визначається як економічний орієнталізм.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бодріяр Ж. Символічний обмін і смерть / Ж. Бодріяр. – Львів : Кальварія, 2004. – 376 с.
2. Вернадский В. И. Биосфера и ноосфера / В. И. Вернадский. – М. : Айрис-пресс, 2004. – 576 с.
3. Гайдеггер М. Дорогою до мови / М. Гайдеггер. – Львів : Літопис, 2007. – 232 с.
4. Ідентичності та цінності за доби глобалізації / [за ред. академіка НАН України Ю. М. Пахомова і професора Ю. В. Павленка]. – К. : Наукова думка, 2013. – 599 с.
5. Кантор К. Двойная спираль истории: Историософия проектизма. Т. 1: Общие проблемы / К. Кантор. – М. : Языки славянской культуры, 2002. – 904 с.
6. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства / М. Кастельс. – К. : “Видавництво “Ваклер” у формі ТОВ, 2007. – 304 с.
7. Кизим М. О. Перспективи розвитку і комерціалізації нанотехнологій в економіках країн світу та України : монографія / М. О. Кизим, І. Ю. Матюшенко. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2011. – 392 с.
8. Левицкий С. А. Трагедия свободы: избранные произведения / С. А. Левицкий. – М. : Астрель, 2008. – 992 с.
9. Ніцше Ф. Повне зібрання творів: Критично-наукове видання у 15 томах / [упорядн. Дж. Коллі та М. Монтінарі]. – Т. 1. Народження трагедії; Невчасні міркування I-IV; Твори спадку 1870 – 1873 / Ф. Ніцше. – Львів : Астролябія, 2004. – 770 с.
10. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика / П. А. Сорокин. – М. : Астрель, 2006. – 1176 с.

## REFERENCES

1. Bodriar, J. (2004), *Simvolichniy obmin i smert'* [L'exchange symbolique et la mort], Kal'varia, Lviv, Ukraina.
2. Vernadskiy, V. (2004), *Biosfera i noosfera* [Biosfeer's and noosfeer's], Airis-press, Moscow, Russia.
3. Haidegger, M. (2007), *Dorohoiu do movy* [Unterwegs zur sprache], “Litopis”, Lviv, Ukraina.
4. *Identychnosty ta tchinnyosty za doby globaly-zatchiy* (2013) / [Identity and values in the era of globalization], “Naukova dumka”, Kyiv, Ukraina.
5. Kantor, K. (2002), *Dvojnaja spiral' istorii: Istoriosophiya proektyzma. T. 1. Obshchiye problemy* [The double helix history: Historiosophy proectism:

general issuese Curse], "Izdatel'stvo Jzyki slavianskoy kultury", Moscow, Russia.

6. Kastel's, M. (2007), *Internet-halaktyka. Mir-kuvannia shchodo Internetu, biznesu i suspil'stva* [The Internet Galaxy – Reflections on the Internet, Business and Society], "Wydavnytstvo "Vakler", Kyiv, Ukraina.

7. Kizim, M. O. and Matyushenko I. Yu. (2011), *Perspektyvy rozvytku i komercializacii nanotekhnologij v ekonomikach krain svitu ta Ukrainy* [Prospects of development and commercialization of nanotechnologies in the world's countries economies and Ukraine], "VD "INZHEK", Kharkiv, Ukraina.

8. Levitchkiy, S. A. (2008), *Tragediay svobody: izbrannyye proizvedeniya* [Tragediiia freedom: Favourites Works], "Astrel", Moscow, Russia.

9. Nitchshe F. (2004), *Povne zibranniya tvoriv: Krytychno-naukove vydanniya u 15 tomah* [Complete Works: Critical and scientific publications in 15 volumes. T. 1. Birth of Tragedy; Untimely considerations I-IV; Works inheritance 1870 - 1873], "Astroliiyabiya", Lviv, Ukraina.

10. Sorokin, P. (2006), *Social'naya i kul'turnaya dynamika* [Social and cultural dynamics], "Izdatel'stvo Astrel", Moscow, Russia.

Миронова М. І.,  
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ГІПЕРФУНКЦІОНАЛЬНА РІВНОВАГА ВИРОБНИЧИХ СИСТЕМ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

*Анотація.* У даній статті викладено ключові поняття і зміст гіперфункціонального підходу до визначення рівноваги виробничих систем у національній економіці за сучасних умов. Графічно проілюстровано взаємозв'язок між економічними результатами й економічними витратами, а також формування результатів певної виробничої діяльності під впливом економічних факторів у гіперкороткотривалому ринковому періоді. Проведено ґрунтовний науковий аналіз соціальних, духовних, а також еколого-технологічних факторів розвитку виробничих систем, визначено вплив цих факторів на функціонування виробничих систем у національній економіці. Запропоновано рівняння гіперфункціональної рівноваги певної виробничої системи національної економіки.

**Ключові слова:** виробничі системи, гіперфункціональна рівновага, економічні витрати, економічні результати, інтегральна ефективність, національна економіка.

Myronova M. I.,  
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## HIPERFUNCTIONAL BALANCE OF THE PRODUCTION SYSTEMS IN THE NATIONAL ECONOMY

*Abstract.* This article outlines the key concepts and content of hiperfunctional approach to defining the industrial system balance in the national economy in modern conditions. Graphically is illustrated the relationship between economic performance and economic costs, as well as the formation of the results of a specific production activities under the influence of certain economic factors of production activities in hyper short market period. Thorough scientific analysis of the social, spiritual, ecological and technological factors of development of production systems is conducted and the impact of these factors on the functioning of the production systems in the national economy is analyzed. The equation of hiperfunctional balance of a certain production system of the national economy is proposed.

**Keywords:** production system, hiperfunctional balance, economic costs, economic performance, integrated efficiency, national economy.

**Постановка проблеми.** Стан економіки держави в багатьох аспектах залежить від стану розвитку виробничих систем. Діяльність виробничих підприємств дуже багатогранна і має вплив на життя суспільства. Підвищення відкритості української економіки і зростання міжнародної конкуренції робить актуальною проблему пошуку шляхів підвищення ефективності та конкурентоспроможності українських виробничих систем.

Виробнича система підприємства охоплює всі стадії його діяльності, починаючи від закупки сировини та матеріалів і закінчуючи відправленням готової продукції клієнтам. Від ефективності виробничої системи залежать не лише якість продукції й витрати виробництва, а і конкурентоспроможність підприємства. Ефективність виробничої системи можна визначати тим, наскільки раціонально використовуються наявні на підприємстві ресурси (праця, капітал, сировина і матеріали) з урахуванням виробничої особливості підприємства та його зовнішнього оточення. Враховуючи стан виробництва на сьогодні,

ні, стимулювання підвищення ефективності виробничих систем повинно входити в поле діяльності економічної політики України.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання формування інтегральної ефективності функціонування виробничих систем у національній економіці та виведення рівняння гіперфункціональної рівноваги виробничої системи зокрема належать до тих напрямів наукових досліджень, які недостатньо висвітлені у працях економістів та практиків різних часових періодів. Серед сучасних економістів заслуговують на увагу праці Башнянина Г. І. [1], Літковець Ю. О. [2], Мельника А. Ф. [3], Поліщук Н. В. [4], Сукова Д. В. [5], які доповнюють і вдосконалюють методикою розрахунку показників ефективності, у тому числі й інтегрального, адаптуючи їх до сучасних умов господарювання. Разом з тим, у сучасній економічній науці немає єдності підходів до визначення узагальнюючих факторів впливу на формування інтегральної ефективності

функціонування виробничих систем у національній економіці.

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз чинників, які впливають на забезпечення стійкого розвитку виробничих систем та визначають гіперфункціональну рівновагу виробничих систем у національній економіці.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Інтегральна ефективність функціонування виробничих систем формується під впливом сукупної дії двох груп факторів: традиційних і нетрадиційних. До перших відносяться в основному еколого-технологічні та власне економічні фактори, а до других – соціально-духовні чи соціально-інтелектуальні, а також усі ті фактори, що мають позаекономічне (але не еколого-технологічне) походження чи природу. Основним методологічним інструментом виявлення міри впливу традиційних факторів на результуючий параметр будь-якої господарської діяльності є гіперфункціональний підхід чи методологія [5].

Традиційні фактори формування інтегральної ефективності функціонування виробничих систем із найбільшою силою проявляють себе в індустріальну епоху і є властивими для виробничих систем індустріального типу.

В індустріальній економіці основним детермінантом формування економічних процесів (наприклад, обсягів виробництва, обсягів випуску, сукупних результатів) виступає власне економічне начало. Економічні процеси є більш-менш самодостатніми. Цю економічну ситуацію графічно можна зобразити прямою (якщо економічні процеси досліджувати в дуже короткотривалому ринковому періоді), кожна точка якої відображає взаємозв'язок між певними результатами виробничої діяльності ( $P_e$ ) і певними витратами економічних ресурсів ( $C_e$ ). Інакше кажучи, в гіперкороткотривалому ринковому періоді економічні результати без будь-якого залишку можуть бути зведені до економічних витрат. Якщо аналіз певної виробничої діяльності в гіперкороткотривалому ринковому періоді здійснювати за допомогою апарату так званих виробничих функцій (наприклад, широко відомої в економічній літературі функції Кобба-Дугласа), то за умови відсутності неекономічних факторів впливу на неї арифметична сума коефіцієнтів еластичності (що вказують на те, в якій мірі зростатимуть певні результати певної виробничої діяльності при збільшенні економічних витрат певного ресурсу, наприклад капіталу і праці, на одиницю) буде рівною одиниці. Тобто, якщо

$$P_e = f(K, L) = K^\alpha \times L^\beta, \quad (1)$$

де  $P_e$  – результати певної виробничої діяльності,

$K$  – економічні витрати капіталу (тобто грошові платежі, які несе виробник певних результатів певної виробничої діяльності),

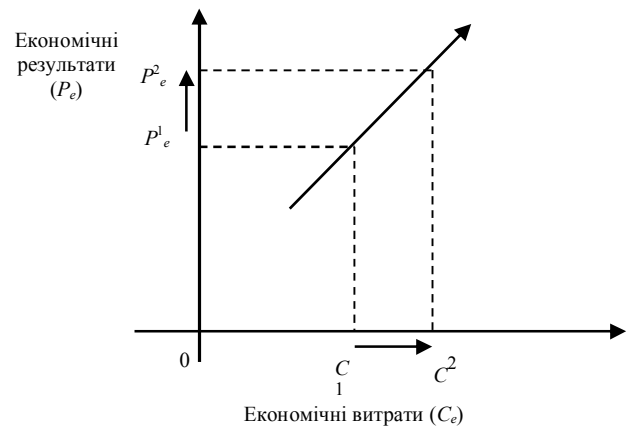
$L$  – економічні витрати праці (обсяги яких визначаються таким доходом, як заробітна плата),

$\alpha$  і  $\beta$  – коефіцієнти еластичності (залежності) обсягів результатів виробничої діяльності від витрат відповідного ресурсу, то

$$\alpha + \beta = 1 \quad \text{і} \quad P_e = K \times \alpha + L \times \beta. \quad (2)$$

Рівняння (2) вказує на те, що економічні результати без будь-якого залишку можуть бути “розкладені” на економічні витрати. Інакше кажучи, воно є арифметично точним відображенням того економічного (емпіричного) факту, що в економічних результатах немає нічого іншого, крім економічних витрат. Економічні результати без будь-якого “залишку” можуть бути “розкладені” на економічні витрати, а економічні витрати, в свою чергу, також без будь-якого залишку можуть “зводитися” до економічних результатів.

Графічно дана економічна ситуація може зобразитися наступним чином (рис. 1).



**Рис. 1. Взаємозв'язок між економічними результатами та економічними витратами певної виробничої діяльності в гіперкороткотривалому ринковому періоді (канонічний варіант)**

Поданий графік зображає таку економічну ситуацію, за якої економічна сфера певної виробничої діяльності є самодостатньою. А це означає, що економічні процеси без будь-якого “залишку” можуть “зводитися” до економічних чинників і на основі цих останніх можуть обґрунтовуватися. Однак в індустріальну епоху на економічну діяльність значний вплив мають так звані еколого-технологічні фактори, що може відобразитися через такий специфічний параметр, як еколого-технологічні витрати ресурсів ( $C_{eL}$ ). Чим вони є більшими, тим більшими (за інших рівних умов) виявляться певні економічні результати. Інакше кажучи, в деякій своїй частині економічне має неекономічне (а саме: еколого-технологічне) походження і певна частина економічних результатів формується саме цими еколого-технологічними чинниками. Графічно вплив таких додаткових факторів може бути зображений шляхом певного зміщення графіку економічних результатів вверх на певну відстань у залежності

від інтенсивності впливу еколого-технологічних факторів на економічні процеси й економічні результати певної виробничої діяльності (рис. 2).

Питома вага (інтенсивність) цих еколого-технологічних факторів ( $\gamma$ ) у процесі формування певних економічних результатів певної виробничої діяльності може бути визначена як різниця:

$$\gamma = (\alpha + \beta) - 1. \quad (3)$$

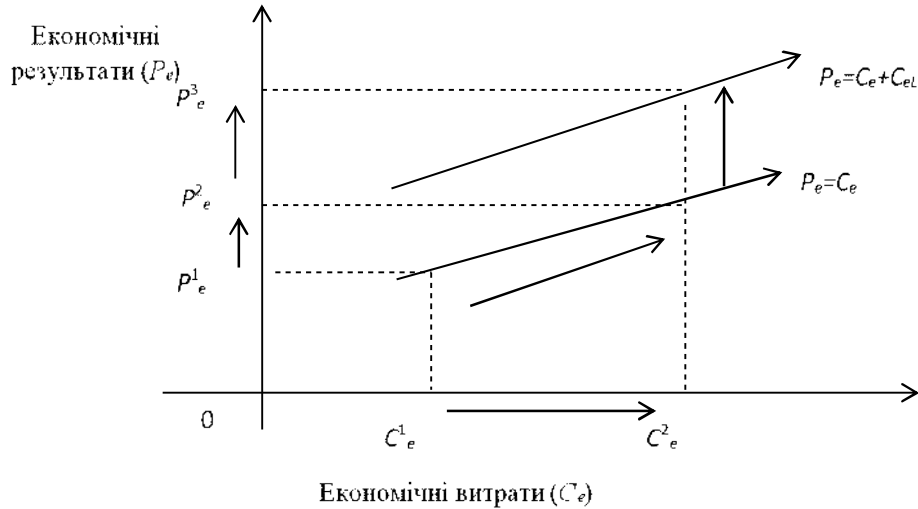


Рис. 2. Зміщення кривої (прямої) економічних результатів певної виробничої діяльності під впливом еколого-технологічних факторів (канонічний варіант)

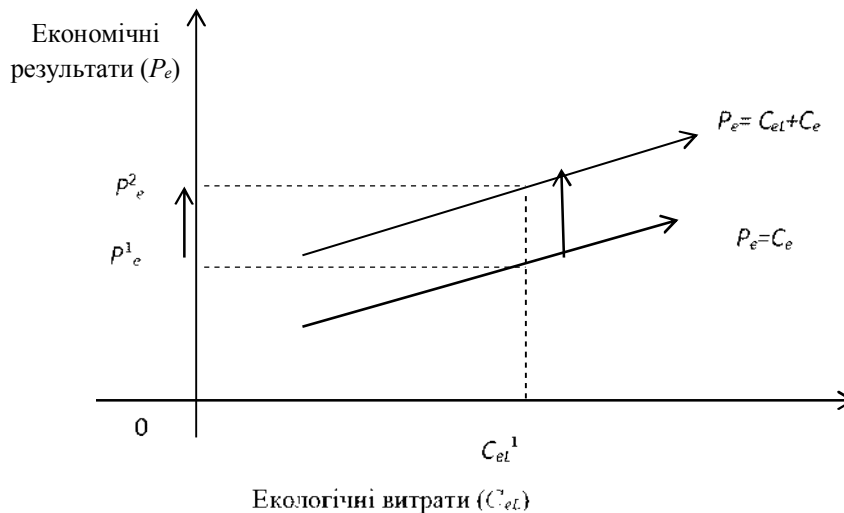


Рис. 3. Формування результатів певної виробничої діяльності під впливом економічних факторів (канонічний варіант)

З урахуванням цих факторів виробнича функція Кобба-Дугласа певної виробничої діяльності набуває такого вигляду:

$$P_e = K^\alpha \times L^\beta \times E^{(\alpha+\beta)-1}, \quad (4)$$

де  $E$  – величина еколого-технологічних витрат в їх грошовому відображенні (ми в даній ситуації еколого-технологічні витрати також змушені відображати через такий суто економічний співвимірник, як гроші, в результаті чого досягаємо двох результатів: по-перше, економічні й еколого-технологічні параметри робимо співвимірними, по-

друге, еколого-технологічне “вдягаємо” в економічне, можна навіть сказати, перетворюємо в економічне).

Дане відображення результатів певної виробничої діяльності є більш-менш адекватним дійсності лише в так званих індустріальних умовах, коли економічні параметри (праця і капітал) є основними і за рахунок них формується переважна або навіть

абсолютно вся частина економічних результатів певної виробничої діяльності. У тому ж випадку, коли виробнича діяльність здійснюється в доіндустріальних умовах (використовуються земля і ручна праця як основні фактори формування економічних результатів), власне економічні чинники виступають не як основні, а як доповнюючі. Це означає, що в своїй переважній частині економічні результати виробничої діяльності формуються саме екологічним фактором, саме він визначає обсяги тих чи інших результатів тієї чи іншої виробничої діяльності (і, при-

родно, формує початкову форму кривої результатів). Натомість економічні фактори вже виступають як вторинні й додаткові, під їх впливом крива економічних результатів зміщується вгору (в умовах економічного зростання) або вниз (за економічного спаду) (рис. 3, 4):

В якості основних факторів формування економічних результатів певної виробничої діяльності виступають або еколого-технологічні, або економічні фактори у доіндустріальних та індустріальних умовах функціонування виробничого сектору економіки. Ця обставина дає принципову можливість розвивати економічну теорію як самодостатню теорію [4]. Інакше кажучи, економічна теорія не потребує для свого власного розвитку ніяких інших теорій, вона є самодостатньою і в своїх власних рамках здатна обґрунтувати переважну частину економічних явищ, процесів, форм. Економічна теорія якщо і є у вказаних умовах несамодостатньою, то лише з боку екологічних факторів та аспектів. Якщо вона і потребує свого доповнення і довершення, то лише з боку екологічної теорії. За вказаних вище умов загальна теорія виробничих систем може формуватися і розвиватися як чиста загальна економічна теорія. Для свого подальшого становлення і розвитку вона аж ніяк не вимагає її доповнення чи довершення, скажімо, соціологічною чи соціально-духовною теорією, оскільки соціально-духовні фактори в незначній мірі формують економічну сферу виробничого сектору національної економіки. В доіндустріальних і навіть індустріальних умовах виробничі системи характеризуються недорозвинутою соціальною і соціально-духовною сферою, а соціальні й духовні фактори в дуже незначній мірі впливають на процес формування економічних результатів виробничої діяльності. Проста формула економічних результатів виробничої діяльності

$$P_e = C_{eL} + C_e \quad (5)$$

є майже точною і не вимагає особливої

корекції.

Вказане вище рівняння є рівнянням так званої гіперфункціональної рівноваги певної виробничої системи. Ця гіперфункціональна рівновага є лише одним із часткових випадків функціонування певної економічної системи, і вона в довшому інтервалі часу завжди порушується, або, точніше кажучи, переходить у функціональну, динамічну і гіпердинамічну рівновагу. Об'єктивні межі цієї рівноваги обмежуються, по-перше, гіперкоротким ринковим періодом, по-друге, такими економічними умовами, за яких основними детермінантами певного економічного процесу є лише економічні чинники, а чинники неекономічного порядку ще не встигають себе проявити. Гіперфункціональна економічна рівновага є найпростішим випадком економічної рівноваги взагалі, вона в реальності має місце лише в гіперкороткотривалому ринковому періоді (тобто в такому ринковому періоді, впродовж якого фактори неекономічного порядку або ще зовсім не діють, або не змінюють інтенсивності своєї дії, тому за допомогою гіперфункціональної методології чи підходу немає можливості їх виявити).

На нашу думку, гіперфункціональна методологія економічного аналізу не є найновішою методологією. Її використання ми можемо виявити навіть у роботах представників так званої класичної чи посткласичної політичної економії, особливо в економічних працях Карла Маркса. Широко відоме рівняння Карла Маркса  $W = C + V + m$  (вартість товару дорівнює сумі витрат перенесеної й живої праці) є нічим іншим як рівнянням гіперфункціональної економічної рівноваги. Згідно з цим рівнянням вартість (індивідуальна, звичайно) будь-якого товару – проста арифметична сума витрат такого ресурсу економічного порядку, як праця [3]. Саме по собі дане рівняння Карла Маркса, на нашу думку, не можна кваліфікувати як правильне чи, навпаки, неправильне. Воно об'єктивно зображує лише так звану гіперфункціональну рівновагу певної економічної систе-

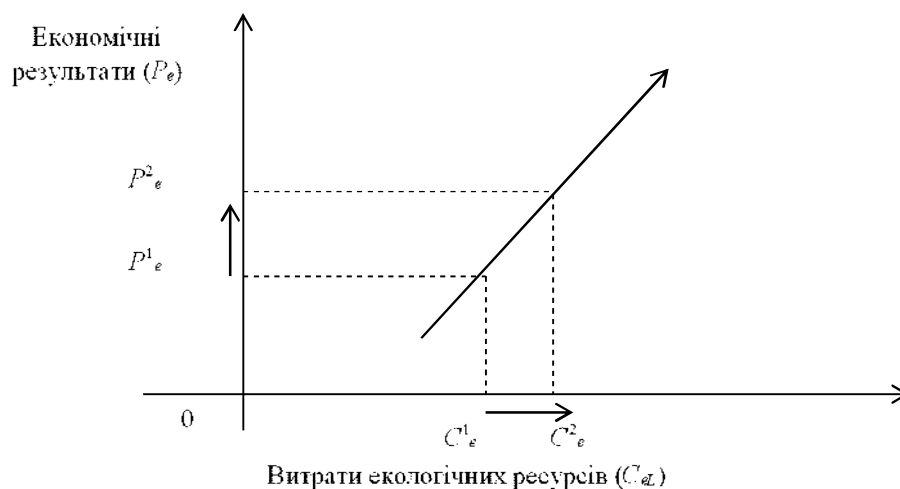


Рис. 4. Зміщення кривої (прямої) економічних результатів певної виробничої діяльності під впливом економічних факторів (канонічний варіант)



ми. Обмеженість цього рівняння полягає в тому, що воно не дає можливості здійснити перехід від стану гіперфункціональної рівноваги до стану функціональної, динамічної й гіпердинамічної рівноваги. Точніше кажучи, Карл Маркс гіпертрофує, абсолютизує стан гіперфункціональної рівноваги і не припускає навіть думки про те, що він є лише частковим випадком загальної економічної рівноваги і цей стан постійно порушується, економічна система лише в дуже короткий проміжок часу в ньому знаходиться і має тенденцію виходити з даного стану. Гіперфункціональна економічна рівновага в реальності постійно характеризується тенденцією переходити в функціональну чи динамічну (гіпердинамічну) рівновагу. В міру цього переходу економічне перестає бути чисто економічним, воно доповнюється неекономічним, а канонічне рівняння гіперфункціональної економічної рівноваги перестає бути схожим із реальними емпіричними фактами, тобто має місце така економічна ситуація, коли певний обсяг певних економічних результатів певної виробничої діяльності вже не можна без будь-якого “залишку” “розкласти” на економічні витрати ресурсів. Завжди якась частина економічних результатів не може бути “виведеною” з елементарних економічних витрат. Це неспівпадіння рівняння гіперфункціональної економічної рівноваги з реальними емпіричними фактами реальної практики і є тією емпіричною базою, на основі якої тільки і можливий подальший розвиток економічної теорії, її перехід з одного якісного стану в інший. Будь-який інший розвиток економічної теорії виявиться схоластичним, надуманим, таким, що не відображає реальної дійсності, реальної практики господарювання [2].

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Виробничі системи порізному реагують на зміну інтенсивності традиційних факторів у гіперкороткотривалому ринковому періоді і за його межами. В рамках гіперкороткотривалого періоду вони в основному позитивно реагують на зміну інтенсивності традиційних факторів, а за його межами нейтрально або негативно. Ця теоретична й емпірична обставина безпосередньо відображається на ринковій поведінці підприємців, які охоче “експлуатують” традиційні фактори, оскільки вони “приносять” економічну віддачу негайно, в даний момент часу, але не помічають одночасно того, що їх результативність за межами даного поточного моменту може бути не тільки нульовою, але й негативною. Перспективним для подальшого дослідження є вивчення рівноваги виробничих систем у довгостроковому періоді та за умов макроекономічної нестабільності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Соціалізаційна ефективність економічних систем: поняття і її загальна формула / Г. І. Башнянин, Б. В. Кульчицький, Л. Я. Гончарук, А. І. Тесля // Ефективність державного управління. – 2013. – Вип. 36. – С. 315-323.
2. Літковець Ю. О. Проблеми побудови інтегрального показника ефективності виробництва / Ю. О. Літковець // Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”. – 2012. – № 12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2609>.
3. Національна економіка : навчальний посібник / А. Ф. Мельник, А. Ю. Васіна, Т. Л. Желюк, Т. М. Попович ; [за ред. А. Ф. Мельник]. – К. : Знання, 2011. – 463 с.
4. Поліщук Н. В. Науково-методологічні засади результативності функціонування сучасних економічних систем : автореф. дис. ... д. е. н. : 08.00.03 / Н. В. Поліщук. – Вінниця, 2011. – 36 с.
5. Суков Д. В. Методологія дослідження ефективності функціонування виробничих систем / Д. В. Суков // Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. – 2000. – № 4. – Ч. 2. – С. 130-133.

## REFERENCES

1. Bashnyanyn, H. I. Kulchytskyi, B. V. Honcharuk, L. Ya. and Teslya, A. I. (2013), “Socializatsijna efektyvnist ekonomichnykh system: ponyattya i zahalna formula” [Socialization the Efficiency of Economic Systems: the Concept and its General Formula], *Efektyvnist derzhavnoho upravlinnya*, vol. 36, pp. 315-323.
2. Litkovets, Yu. O. (2012), “Problemy pobudovy intehralnogo pokaznyka efektyvnosti vyrobnytstva” [Problems of Integral Index of Production Efficiency], [Online], available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2609> (Accessed May 18, 2016).
3. Melnyk, A. F. Vasina, A. Yu. Zhelyuk, T. L. and Popovych, T. M. (2011), “*Natsionalna ekonomika*” [The National Economy: Tutorial], Znannya, Kyiv, Ukraine.
4. Polischuk, N. V. (2011), “Naukovo-metodolohichni zasady rezultatyvnosti funktsionuvannya suchasnykh ekonomichnykh system” [Scientific-methodological Bases of Efficiency in the Functioning of Modern Economic Systems], Ph.D. Thesis, Vinnytsya, Ukraine.
5. Sukov, D. V. (2000), “Metodolohia doslidzennya efektyvnosti funktsionuvannya vyrobnychykh system” [Research Methodology the Efficiency of Production Systems], *Visnyk Tekhnolohichnoho universytetu Podillya*, vol. 4, part 2, pp. 130-133.

# СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ

УДК 658.7

Мізюк Б. М.,  
д.е.н., проф., завідувач кафедри інформаційних систем у менеджменті, Львівська комерційна академія, м. Львів

## МОДЕЛЮВАННЯ ЕВОЛЮЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПОНЯТТЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Анотація.** У статті досліджено процес еволюційного розвитку поняття організації. Це пов'язано з тим, що правильне розуміння і трактування поняття на сучасному етапі дозволить по-новому підійти до управління складними процесами, що відбуваються у різноманітних сферах людського суспільства, особливо в бізнесі. Визначено сутність, різновиди та послідовність змін у трактуванні поняття. Змодельовано та розглянуто сили, що трансформують успішну діяльність і часто приводять до незадовільних результатів. Розкрито три моделі еволюційних зсувів поняття організації. Теоретична обізнаність у даному питанні дозволить обґрунтовано встановити фактори, що сприяють факторам негативного впливу, виявити зв'язки та взаємодію між ними та побудувати адекватну модель реакції на загрози зовнішнього середовища.

**Ключові слова:** організація, моделювання, теорія систем, еволюційний розвиток.

Mizyuk B. M.,  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Information Systems in Management, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## MODELING EVOLUTIONARY DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF ORGANIZATION

**Abstract.** In the article the process of evolution of the concept of organization is investigated. This is due to the fact that a proper understanding and interpretation of that concept at present stage will allow a new approach to managing complex processes that occur in various spheres of human society, especially in business. The essence, types and sequence of changes in the interpretation of the concept are determined. Modeled and examined the forces that are transforming the successful activities and often lead to unsatisfactory results. The three models of evolutionary shifts of the concept of organization are revealed. Theoretical knowledge in this matter allows reasonably determine the factors contributing to the negative impact of factors, identify linkages and interactions between them and build an adequate model of response to the threats of external environment.

**Keywords:** organization, modeling, systems theory, evolutionary development.

**Постановка проблеми.** Оскільки конкурентні переваги є фактором, який дозволяє за рахунок характерних відмінностей і особливостей отримувати успіх, перемагати і розвиватися, то постає питання, як у перспективі зберегти ключові фактори успіху. Адже з часом вони стираються, атрофуються і втрачають своє значення. Важливим є пошук шляхів збереження своїх конкурентних переваг. А для цього потрібно проаналізувати і виявити скриті фактори, що заважають процесу розвитку. Це складна проблема, яка пов'язана, перш за все, з системним мисленням керівників і полягає в умінні правильно оцінити загальні напрямки еволюційної зміни в розвитку організацій, виявити системну динаміку та траєкторію їх руху в сторону наперед

визначеного стану. Мова йде про застосування методологічного підходу, що об'єднує інтерактивне моделювання та системну логіку самоорганізації, дозволить знайти інтерактивний ключ до зрозуміння складних процесів соціоекономічних систем.

У конкурентному середовищі досягнення успіху полягає в умінні визначити власне ті сили, що сприяють факторам негативного впливу, виявити зв'язки та взаємодію між ними та побудувати відповідну модель.

При цьому на перше місце виступає вміння аналізувати багаточисельні та взаємно пов'язані фактори і, що особливо важливо, синтезувати саме ключові фактори, базуючись на ітеративному

моделюванні, концепція якого полягає в тому, що в основі розвитку довільної системи лежить вибір. Якщо розвиток полягає в здатності робити вдалиий вибір, то ітеративне моделювання виступає засобом активізації цієї властивості й способом цілісного мислення, який дозволяє гармонізувати багаточисельні та різноманітні ідеї в єдине ціле.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми розуміння змісту та використання понять із розвитком організацій завжди були актуальними й опинилися в центрі уваги досліджень видатних вчених, таких як Р. Акофф, Л. фон Берталанфі, К. Боулдінг, А.А. Богданов, Д. Мак-Грегор, Д. Гараедагі, М. Месарович, Дж. Форрестер, Дж. Чендлер та багатьох інших. І хоч у працях цих вчених розкриті фундаментальні підвалини теорії систем, вищою формою яких виступають соціально-економічні організації, зловідомим питанням на даний час виступає дослідження закономірностей їх розвитку і пошук методів та інструментарію управління ними, а також пояснення причин успішного чи невдалого їх функціонування.

**Постановка завдання.** Метою статті є теоретичне дослідження видозміни підходів до розуміння поняття “організація”, визначення його сутності, змісту, критеріїв успішного функціонування та встановлення ієрархії сил, що впливають на успішну її діяльність.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В соціально-економічному аспекті розвиток нерозривно пов’язаний зі зміною парадигми поняття організації. Будемо виходити з того, що організація є вищою формою розвитку систем і по суті виступає частиною самоуправляємої системи, для якої є характерні наступні характеристики:

1. Сутність, що проявляється в розгляді організації як системи типу “людина-машина”.

2. Структурованість, що свідчить про наявність в організації структури, згідно з якою здійснюється вибір напрямків діяльності, відповідальність за яку несуть окремі складові на основі функцій, які вони виконують.

3. Комунікація, що відіграє вирішальну роль у виборі лінії поведінки організації як системи у зовнішньому середовищі та встановленні взаємодії між складовими організації як окремими підсистемами.

4. Вибір рішень, що здійснюється окремими складовими організації згідно з її ієрархічною побудовою відповідно до розподілених напрямків діяльності, програм, проектів та завдань.

5. Цілеспрямованість діяльності як організації в цілому, так і її складових (підсистем) у напрямки досягнення мети.

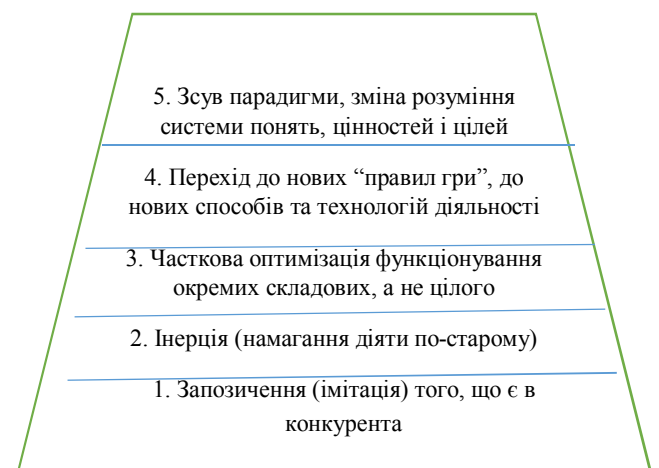
Етимологічно організація означає наявність певної сукупності складових, що є функціонально спеціалізовані та пристосовані до потреб та цілей цілого. По суті це особливий вид взаємовідносин складових системи між собою і складеним із них

цілим. У цільовому розумінні це взаємовідносини, спрямовані на успіх цілого. Залежно від того, якою мірою пов’язані між собою складові, визначається оцінка рівня організації. Залежно від ознак, покладених в основу розуміння поняття організації, розрізняють атрибутивне, предметне і функціональне його значення.

Можна підходити до цього поняття з статичної й динамічної точок зору. В першому випадку організація відображає взаємозв’язок подій, що відбуваються у системі на певному відрізку часу і послідовність яких становить певний процес. При цьому відношення складових між собою та між складовими і цілим виступає структурою останнього.

Критерій ступеня організованості цілого зводиться до того, наскільки тісно складові цілого взаємодіють між собою для досягнення успіху цілого. Можливі два випадки. У першому кожна складова спеціалізується в своїй сфері, практично існує для цілого і сприяє його успіху. У другому випадку складові цілого є недиференційованими, а зв’язки між ними є слабкими і тому їх сумісна дія не сприяє успіху цілого. Серед ознак організованості потрібно виділити: 1) функціональну диференційованість складових; 2) їх взаємозв’язок; 3) ієрархічність побудови цілого. Очевидно, що ускладнення структур є процесом закономірним, але веде до загрози цілісності організації. Це означає, що чим складніша структура, тим слабша здатність адаптації до змін зовнішнього середовища і тим більша ймовірність збоїв у функціонуванні цілого у випадку несправності однієї зі складових. Тому зростання складності структури звільняє сили, що протидіють подальшому розвитку організацій, і приводить до її розпаду. Однак ускладнення структури не характеризує ступінь організованості цілого. В ролі такого критерію виступає чіткість і скоординованість взаємодії складових організації. Власне від нього залежать успіх чи невдача організації, особливо у сфері бізнесу.

Аналіз діяльності багатьох організацій бізнесу в різних сферах свідчить, що існує певна ієрархія сил, які трансформують успіх і позитивні результати в програші та незадовільні результати. Схематично їх можна представити ієрархічним чином (рис. 1).



### Рис. 1. Ієрархія сил впливу на успіх організації

Кожен рівень відображає сили, що приводять до певних тенденцій на відповідному рівні й у певній сфері. Але в цілому вони складають динамічне і взаємопов'язане ціле. У цій моделі сили більш високого рівня створюють умови та обставини для сили більш низького порядку. Але на кожному з рівнів такі сили сприяють чи заважають успіху чи невдачі й відіграють важливу роль.

**Перший рівень.** Запозичення, тобто імітація, характерна для 1-го рівня і являє собою базову силу, оскільки визначальні особливості організації мають властивість із часом нівелюватись, їх починають копіювати інші організації й вони поволі перетворюються в певну норму та втрачають свою перевагу. На даний час запозичення стає повсюдним явищем і сьогодні його значення в будь-якій сфері діяльності, особливо в бізнесі й виробництві, виросло на порядок. Кожна технологічна відмінність певного продукту на даний час стає об'єктом охоти як діючих, так і потенційних конкурентів, які в короткий час вивчають, копіюють і впроваджують ноу-хау. При цьому також виникають певні труднощі, оскільки скопіювати відмінності в технології складно, позаяк їх носіями виступають спеціалісти, що володіють відповідними знаннями і вміннями. Разом з тим, висока компетентність у конкретній технологічній сфері спрощує перенесення знань із одного контексту в інший і полегшує використання нового знання на практиці. Разом з тим, виникають проблеми пристосування нових технологій до старої платформи, що приводить до певних труднощів, пов'язаних із складністю впровадження нової технології в усталений процес і робить його неефективним у цілому. В той же час, коли нова технологія впроваджується з нуля, то це дозволяє повною мірою реалізувати її потенціал.

**Другий рівень.** Інерція, або намагання діяти по-старому, традиційному маршруту, є причиною дії сил другого рівня представленої моделі. Власне ці сили затримують реакцію на впровадження важливих науково-технічних інновацій. Парадоксально, але ймовірність неадекватної реакції на ключові відкриття прямо пропорційна ступеню успіху, досягнутого через використання попередньої технологічної платформи. Парадокс у тому, що чим більше процвітання досягнуте при традиційній технології, тим вищий опір технологічним змінам і першою реакцією завжди виступає заперечення нового. Разом з тим, реальні загрози виникають, коли кінець кінцем приймається рішення внести поправки в свою діяльність. Це, як правило, приводить до пустої трати часу, протягом якого конкуренти отримують суттєві переваги в освоєнні нових технологій і завоюванні домінуючих позицій на ринку. В той же час незначні коригувальні дії

лише підвищують витрати, понижують якість і в кінцевому результаті підвищують ризики.

**Третій рівень.** Оптимізація функціонування окремих складових визначає третій рівень моделі сил, які підривають конкурентоздатність. Вона полягає в тому, що гіперболізація окремих сильних сторін приводить до неправильного висновку, що якщо Х – це сильна сторона, то чим більше її значення, тим краще. Це неправильно. Намагання до граничного посилення сильної сторони перетворює її в свою протилежність. Це пояснюється тим, що формула успіху, як правило, викликає певне преклоніння перед нею і тим самим обмежує можливості вибору і пропонує вузький шлях до досягнення успіху. Звуження альтернатив приводить до обмеження кількості, якості, принципів, параметрів та норм діяльності і тим самим формує колективну самосвідомість, спрямовану лише на ту формулу успіху, яка приводила до позитивних результатів у минулому. А це зумовлює пристосування до змін за рахунок оптимізації, окремих складових діяльності, не змінюючи цільової функції та конкурентної стратегії, що застосовувалася до того. В результаті відбувається значне зниження власних конкурентних сил і конкурентоздатності в цілому.

**Четвертий рівень** сил, що понижують рівень конкурентоздатності та відображені в моделі, відносяться до зміни “правил гри”, яких дотримувалася та чи інша організація. По своїй суті ці “правила гри” являють собою способи та технологію, що прийняті в даній системі управління. Перехід до нових “правил” зумовлюється трансформацією проблем, які виникають. Швидка зміна ситуацій і виникаючі при цьому проблеми приводять до контрінтуїтивного їх сприйняття і певною мірою аналогічного процесу, що перетворює очікуваний успіх у невдачу. Нездатність правильно оцінити наслідки “успіху” і намагання дотримуватися старих “правил” приводить до значних витрат. Це пов'язано з тим, що ліквідація однієї проблеми трансформує завдання і технологію діяльності, яких дотримувалися в попередній період, і приводить до нових проблем. При цьому видозмінюється основа конкурентоздатності, оскільки з'являється нова конкурентна ситуація. Вона вимагає нових сил для вирішення. Важливо розрізняти сили третього і четвертого рівня. Коли успіх вирішення попередньої проблеми надмірно роздувається (третій рівень), то це приводить до спотворення суті вдалого рішення і зниження його ефективності. Успіх у розв'язку наново виникаючої проблеми (четвертий рівень), навпаки, трансформує порядок її вирішення за рахунок зміни технології діяльності, застосування нових способів і нових “правил” конкурентної боротьби.

**П'ятий рівень.** Інтегральний ефект дії сил всіх рівнів, а саме: імітації, інерції, часткової оптимізації й зміни технології діяльності – в підсумку приводить до виникнення п'ятої сили, що здійснює зсув старої парадигми і приводить до зміни системи понять, цінностей та цілей. Цей процес може відбуватися двояко. А саме:

цілеспрямовано в ході активного набуття нових знань і відмови від застарілих концепцій, а також як реакція на певні розчарування, що виникають при невдачах та незадовільних результатах, що примушує змінити традиційні способи діяльності. Зіткнення з протиріччями і зростаючою кількістю дилем, що не піддаються переконливому роз'ясненню з допомогою традиційних моделей мислення, приводить до висновку, що існуюча парадигма втратила свою здатність і вичерпала свій потенціал.

П'ятий рівень сил може здійснювати зсув парадигми двома способами. Перший – за рахунок зміни характеру реальних умов зовнішнього і внутрішнього середовища, і другий – за рахунок видозміни підходів до характеру наукового пізнання. Можливий і двійний зсув в обох напрямках, що являє собою складне завдання. Його вирішення можливе в рамках аналітичного способу мислення. Це пов'язано зі зсувом розуміння природи організації. Мова йде про перехід від механістичної та біологічної моделі до соціокультурної. А це вимагає перегляду підходів до методів набуття знань, а саме: від вивчення окремих, незалежних наборів знань із тих чи інших предметних областей до цілісного, холістичного мислення, вміння оперувати з взаємозалежними параметрами різних сфер знань. Взаємодоповнюючий характер такого підходу служить ключем до розуміння сценарію розвитку і виявлення рушійних сил, що приводить до потрібних перемін.

Організація згідно з теорією систем виступає як вища форма цілого, що включає взаємозв'язану і взаємозалежну сукупність складових. Однак у процесі функціонування та розвитку складові прагнуть до все більшої незалежності та самостійності й намагаються досягнути свободи у виборі та прийнятті рішень. А це приводить до певної дилеми. Розв'язати її можна лише з допомогою подвійного зсуву існуючої парадигми. Результатом першого є погляд на організацію як соціокультурну систему, тобто добровільне об'єднання цілеспрямованих складових (членів), що інтегрувалися з позицій власних інтересів шляхом задоволення певних потреб. Другий – дозволяє побачити через складність та стохастичність суть виникаючої проблеми та обрати алгоритм її розв'язку.

Неврахування важливості подвійного зсуву парадигми з позицій такого розуміння поняття організації та її ролі приводить до конфліктів і опору будь-яким перемінам. Скриті принципи, що покладені в основу колективної пам'яті організації, беруть гору і блокують подальший розвиток незалежно від благих намірів ініціаторів змін. Отже, правильне розуміння видозміни парадигми поняття організації пов'язане з виявленням динаміки зміни цього поняття.

Послідовність еволюційних зсувів поняття організації можна пояснити зміною трьох моделей, зображених на рис. 2.



**Рис. 2. Моделі еволюційного розвитку поняття організації**

Наведені на рисунку моделі відображають зсуви в розумінні природи організації: від механічного інструменту до одноцентралізованої розумної системи з одним органом прийняття рішень і, нарешті, до мультицентрової складної системи. Перша модель базувалася на поглядах: організація виступає як певна машина, котра працює згідно з правилами, що визначаються її внутрішньою структурою і причинно-наслідковими законами. Механістичний тип організації з'явився як реакція на перетворення некваліфікованих робітників у кваліфікованих спеціалістів у період становлення виробничих стосунків. Суть організації цього типу полягала в тому, що вона виступала для центру (одного "розуму") інструментом досягнення власних цілей. Така організація відрізнялася надійністю за рахунок акуратності, дєвості, управляємості й передбачуваності діяльності організації у цілому. Причому структура типової організації закладена в її конструкції й не допускає можливості самостійної реструктуризації. Вона функціонує шляхом реагування на зовнішні переміни і працює ефективно лише в умовах стабільності зовнішнього середовища.

Подальший розвиток моделі першого типу привів до організацій, що представляються як розумні системи з власними цілями. Причому цілі полягають перш за все у здатності виживати в умовах змін середовища. Це пояснюється тим, що ці організації володіють вразливою і нестабільною структурою, характерною для відкритих систем. А для виживання вони повинні володіти здатністю до зростання, для чого їм потрібно використовувати в своїх інтересах необхідні ресурси, які можна отримати із зовнішнього середовища. В цьому випадку мірою успіху організації виступає її ріст, а прибуток являє собою засіб для зростання. Організація як розумна система в цілому наділена здатністю вибору того чи іншого шляху. Разом з тим, її складові такої здатності не мають. Вони працюють за принципом гомеостазу, тобто підтримки внутрішньої динамічної рівноваги. В організації складові реагують на зміни середовища лише у наперед заданому інтервалі, а її діяльність здійснюється під керівництвом єдиного центру управління. Власне він отримує інформацію від усіх складових через комунікаційну мережу, аналізує її, приймає відповідні рішення і видає

M1 Організація як механічний інструмент

M2 Організація як централізована система

вказівки для виконання відповідним складникам. Незадовільне функціонування, як правило, виникає в результаті не отримання своєчасної, достовірної та повної інформації.

Завершальною моделлю еволюційного розвитку поняття організації виступає мультирозумна складна система. Як правило, це соціальні, соціокультурні та соціоекономічні системи. Їх потрібно розглядати як добровільний союз цілеспрямованих складників, які самостійно визначають свої цілі й засоби їх досягнення. Поведінку таких організацій, складові яких правомірні та здатні робити вибір, не можна пояснити з позицій механістичних та централізованих систем. Ці організації функціонують за своїми власними законами, що визначаються особливостями як самої організації, так і станом навколишнього середовища.

Головним параметром, який визначає поведінку мультицентрової організації, виступає мета. Така організація може отримувати один і той же результат різними способами в незмінному середовищі або різні результати в різних середовищах. Необхідною умовою ефективної діяльності подібних організацій виступає здатність робити вибір. Але цього не досить. Організація, яка може реагувати по-різному в тій чи іншій ситуації й отримувати один і той же результат, є по суті саморегулюючою, але не цілеспрямованою. Як правило, цілеспрямованою організація виступає у випадку, коли вона є частиною іншої, але більш крупної і так само цілеспрямованої організації, тобто складовою останньої. В результаті проявляється ієрархія цілеспрямованих взаємопов'язаних складових і завдання полягає в сумісності їх інтересів. Для організацій цього типу інтеграція виступає неперервним процесом. Для ефективного об'єднання багаторівневих цілеспрямованих систем, якою по суті є організація третього типу, необхідно, щоб врахування інтересів кожної з них залежало від виконання вимог системи вищого порядку і навпаки. Отже, мета організації цього типу полягає в обслуговуванні інтересів усіх їх складових при одночасному задоволенні потреб зовнішнього середовища.

Якщо для складових організації першого типу, а саме: механістичних, – характерним є енергетичний зв'язок, то для складових організації третього типу головними виступають зв'язки інформаційні. Складові такої організації утворюють єдине ціле за рахунок спільних цілей і прийнятливих способів їх досягнення. У цьому випадку всі складові функціонують на основі одних і тих же корпоративних цінностей, що покладені в основу їх культури. Остання виступає у ролі цементу, який об'єднує всі складові в єдине ціле, тобто в організацію. Оскільки у кожній складовій є свої власні погляди щодо організації як до цілого, то для регулювання діяльності мультицентрової організації важливим є узгодження і регулювання спільної діяльності, виходячи з інтересів кожної її складової.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Розвиток організації являє собою цілеспрямований перехід до більш високого рівня інтеграції й диференціації одночасно. Такий процес повинен базуватися на пізнанні основних властивостей організації як вищої форми цілеспрямованих систем. Завдяки цьому організація підвищує свою здатність і бажання задовольняти інтереси як своїх складових (членів), так і складових зовнішнього середовища. Потрібно враховувати роль та значення двох аспектів процесу розвитку, а саме: диференціації та інтеграції своїх складових.

Диференціація означає орієнтацію на пошук відмінностей між подібними явищами та елементами, виходячи з прийнятих цінностей та цілей. А це призводить до зростання складності, різноманітності, появи автономії й створення нових структур. Інтеграція, з іншої сторони, полягає в пошуку подібності між складовими та явищами, робить акцент на цінностях та засобах, що сприяють тенденціям впорядкування, узгодженості, однорідності й підтримці стабільності структури організації.

У залежності від стану розвитку організація як вища форма системи може перейти від стану хаотичності до впорядкованої простоти шляхом посилення інтеграції на шкоду диференціації або, навпаки, розвиватися до стану хаотичності шляхом посилення диференціації на шкоду інтеграції. Це означає, що для кожного рівня диференціації повинен існувати мінімальний рівень інтеграції, нижче якого організація просто розпадеться. І, навпаки, для більш високого рівня інтеграції необхідний більш високий ступінь диференціації, при якій організація буде життєздатною і не втратить свої конкурентні переваги.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Акофф Р. Системы, организации и междисциплинарные исследования / Акофф Р. // Исследования по общей теории систем. – М. : Прогресс, 1969. – 356 с.
2. Акофф Р. *Общая теория систем и исследование систем как противоположные концепции науки о системах* / Акофф Р. // *Общая теория систем*. – М. : Мир, 1966. – 196 с.
3. Ackoff R. L. *Ackoff's Best: his Classic writing on Management* / R. L. Ackoff. – New York : John Wiley E Sons, 1999.
4. Афанасьев В. Г. *Общество: системность, познание и управление* / Афанасьев В. Г. – М. : Политиздат, 1981. – 341 с.
5. Берталанфи Л. *Общая теория систем: обзор проблем и результатов* / Берталанфи Л. // *Системные исследования*. – М. : Мир, 1969. – 386 с.
6. Блауберг И. В. *Становление и сущность системного подхода* / Блауберг И. В., Юдин Э. Г. – М. : Мысль, 1973. – 283 с.
7. Блауг М. *Экономическая мысль в ретроспективе* / Блауг М. – М. : Дело ЛТД, 1994. – 688 с.

8. Богданов А. А. Всеобщая организационная наука (тектология) / Богданов А. А. – [3-е изд.]. Ч. I-III. – М.-Л., 1925-1929. – 289 с.

9. Боулдинг К. Общая теория систем – скелет науки / Боулдинг К. // Исследования по общей теории систем. – М., 1969.

10. McGregor. The Human Side of Enterprise / McGregor. – N.Y. : McGraw-Hill Book Company, 1960.

11. Mayo Elton The Human Problems of an Industrial Civilization / Mayo Elton. – N.Y. : The Macmillan Company, 1933.

12. Митчелл Волдрон. Сложность: жизнь на грани хаоса / Митчелл Волдрон. – М. : ЮНИТИ, 1992. – 196 с.

13. Мізюк Б. М. Історична ретроспектива становлення завдань управління / Мізюк Б. М. // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : Коопосвіта, 1998. – С. 46-98.

14. Мссарович М. Теория иерархических многоуровневых систем / Мссарович М., Такахора Я. – М. : Мир, 1973. – 257 с.

15. Гараедиги Дж. Системное мышление: Как управлять хаосом и сложными процессами: платформа для моделирования архитектуры бизнеса / Гараедиги Дж. – Минск : Гревцов Паблицер, 2007. – 408 с.

#### REFERENCES

1. Akoff R. (1969), *Sistemy, organizacii i mezhdisciplinarnye issledovaniya, Issledovaniya po obshhej teorii sistem*, Progress, M., 356 s.

2. Akoff R. (1966), *Obshhaja teorija sistem i issledovanie sistem kak protivopolozhnye koncepcii nauki o sistemah, Obshhaja teorija sistem*, Mir, M., 196 s.

3. Ackoff, R. L. (1999), *Ackoff's Best: his Classic writing on Management*, John Wiley E Sons, New York.

4. Afanas'ev, V. G. (1981), *Obshhestvo: sistemnost', poznanie i upravlenie*, Politizdat, M., 341 s.

5. Bertalanfi L. (1969), *Obshhaja teorija sistem: obzor problem i rezul'tatov, Sistemnye issledovaniya*, Mir, M., 386 s.

6. Blauberg, I. V. and Judin, Je. G. (1973), *Stanovlenie i sushhnost' sistemnogo podhoda*, Mysl', M., 283 s.

7. Blaug M. (1994), *Jekonomicheskaja mysl' v retrospektive*, Delo LTD, M., 688 s.

8. Bogdanov, A. A. (1925-1929), *Vseobshhaja organizacionnaja nauka (tektologija)*, [3 rd ed.], Ch. I-III, M.-L., 289 s.

9. Boulding K. (1969), *Obshhaja teorija sistem – skelot nauki, Issledovaniya po obshhej teorii sistem*, M.

10. McGregor (1960), *The Human Side of Enterprise*, McGraw-Hill Book Company, N.Y.

11. Mayo Elton (1933), *The Human Problems of an Industrial Civilization*, The Macmillan Company, N.Y.

12. Mitchell Voldron (1992), *Slozhnost': zhizn' na grani haosa*, JuNITI, M., 196 s.

13. Miziuk, B. M. (1998), *Istorychna retrospektyva stanovlennia zavdan' upravlinnia, Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo*, Kooposvita, L'viv, s. 46-98.

14. Mssarovich M. and Takahora Ja. (1973), *Teorija ierarhicheskikh mnogourovnevnyh sistem*, Mir, M., 257 s.

15. Garaedigi Dzh. (2007), *Sistemnoe myshlenie: Kak upravljat' haosom i slozhnymi processami: platforma dlja modelirovaniya arhitektury biznesa*, Grevcov Pablisier, Minsk, 408 s.

Колянюк О. В.,

к.е.н., доц. кафедри менеджменту, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ ПРАТ “МОРШИНСЬКИЙ ЗАВОД МІНЕРАЛЬНИХ ВОД “ОСКАР”

**Анотація.** В статті проаналізовано складові логістичного обслуговування та їх вплив на його якість. Відповідно до мети дослідження проведено практичні дослідження в галузі управління якістю з метою виявлення проблем, що виникають при організації логістичної діяльності на підприємстві. У статті здійснено теоретичний пошук наукових підходів до розробки ефективних економічних, організаційних та управлінських рекомендацій, які сприятимуть вирішенню даної проблеми. Надано рекомендації зі створення та вдосконалення систем логістичного обслуговування клієнтів, які адекватно реагують на швидкі зміни ринкового середовища.

**Ключові слова:** елементи логістичного обслуговування, показники логістичного обслуговування, стандарти логістичного обслуговування, якість логістичного обслуговування, концепція логістики на підприємстві.

Kolyanko O. V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## RESEARCH OF LOGISTICS SERVICES FOR PJSC “MORSHINSKY MINERAL WATER PLANT “OSCAR” CUSTOMERS

**Abstract.** The article analyzes the components of logistics services and their impact on quality of that services. According to the purpose of the study, conducted practical research in the field of quality management in order to identify problems in the organization of the logistics of an enterprise. This article provides the theoretical search for scientific approaches to develop effective economic, organizational and management recommendations that will contribute to solving this problem. The recommendations for the creation and improvement of logistics customer service that adequately respond to rapid changes in the market environment are submitted.

**Keywords:** elements of logistics service, performance of logistics service, logistics service standards, quality of logistics services, logistics concept for the enterprise.

**Постановка проблеми.** Перехід економіки України на сучасні ринкові засади спонукає до формування принципово нових підходів у діяльності підприємств, оскільки традиційні системи управління процесами постачання, виробництва та збуту не забезпечують адекватного реагування на швидкі зміни ринкового середовища. Тому в умовах ринкової економіки особливого значення набуває поліпшення використання матеріальних ресурсів. На даному етапі розвитку науково-технічного прогресу умовно існує технологічна межа резервів виробництва, а водночас межі резервів господарсько-організаційних, тим більше в умовах ринку, немає. В останні роки прерогативою є управління матеріальними потоками, управління сервісними потоками, предметом якого є певний комплекс відповідних послуг, що приносить користь споживачу. Послуга як продукт праці має споживчу вартість, і це визначає її товарний характер, котрий виражається в здатності бути реалізованою споживачами як своєрідний товар. Дана риса споріднює послуги з матеріальним товаром. При цьому вартість сервісних послуг іноді мо-

же перевищувати витрати безпосередньо на виробництво продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз наукових досліджень і публікацій свідчить, що у науковій та практичній економічній літературі питання обслуговування споживача відображено у працях таких зарубіжних вчених, як Ф. Котлер, М. Кристофер, Е. Кемпні, В. Ларсон, В. Щепанкевич, а також у роботах вітчизняних вчених Є. Крикавського, О. Кузьміна, В. Ніколайчука, М. Окландера, Й. Петровича, Ж. Поплавської, Н. Чухрай та ін., які розглядають обслуговування споживача з позицій маркетингу, технічного обслуговування, логістики, консультування тощо. Водночас у працях згаданих науковців не повною мірою розкрито питання формування ефективної системи обслуговування, зокрема логістичного. Натомість на практиці виникає потреба у створенні та вдосконаленні систем логістичного обслуговування клієнтів, які адекватно реагують на швидкі зміни ринкового середовища.



**Постановка завдання.** Метою статті є проведення практичних досліджень в галузі управління якістю у виявленні проблем, що виникають при організації логістичної діяльності, а також виявленні наукових підходів та розробці економічних, організаційних та управлінських рекомендацій для вирішення даної проблеми.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Встановлення основних елементів обслуговування та їхніх значень для конкретизації рівня обслуговування є підґрунтям до прийняття власних зобов'язань, яких фірма повинна дотримуватися в контактах із клієнтами (рис. 1). Перша частина цих зобов'язань має характер внутрішніх рекомендацій, скерованих до власного персоналу. Тут йдеться насамперед про показники логістичного обслуговування.



**Рис. 1. Взаємозв'язок між елементами, показниками та стандартами логістичного обслуговування [29, с. 35]**

Другу частину зобов'язань подають у вигляді стандартів логістичного обслуговування, які декларуються та гарантуються клієнтам. Зобов'язання стосовно клієнта мають бути однозначними та легкими у розумінні, а, отже, містити інформацію, яку має отримати клієнт впродовж першого періоду контактів із фірмою. З одного боку, це елемент приваблення клієнта, з іншого, – декларуючи стандарти обслуговування, можна уникнути нереалістичних очікувань з боку споживача.

Прийняття зобов'язань необхідно скоординувати з переглядом організаційної структури і підготовкою персоналу до їхнього виконання. На цьому етапі аналізують критичні пункти перебігу процесу під час закладання некорисного формування окремих його параметрів. Після такого аналізу можна рекомендувати зміни, необхідні для здійснення як в організаційній структурі, кадровому забезпеченні посад, так і технічному обладнанні, щоб процес логістичного обслуговування міг проходити послідовно й ергономічно, із взаємним задоволенням сторін.

Це обумовлює необхідність вдосконалення систем внутрішньої комунікації, а також такої комунікації з клієнтами, щоб бюрократичні й адміністративні процедури становили мінімально можливі вузькі місця в процесі обслуговування.

У межах підготовки до процесу обслуговування необхідно визначити політику утримування запасів товару і внутрішню систему комунікації, за якою можна оперувати інформацією про дійсний стан запасу, а також можливості його поповнення. Параметри управління запасами необхідно повністю скоординувати з діапазоном зобов'язань.

Важливим елементом обслуговування стає транспортування у межах поставок. У разі володіння власними транспортними засобами це є питання швидкої підготовки інформації про обов'язкові терміни поставок. Коли необхідно користуватися транспортними послугами, це є проблема отримання гарантій того, що наші перевізні доручення реалізують згідно з прийнятими зобов'язаннями.

Разом із ринковими змінами особливо важливіми стають зобов'язання у сфері послуг, які супроводжують закупівлю: клієнти звертають увагу на можливості рекламаций і повернення втраченої вартості, якщо товар недоброякісний. Якщо йдеться про технічні товари, окрім гарантійних і транспортних зобов'язань, необхідно передбачити готовність до монтажу і допомоги впродовж першого періоду використання, періодичного контролю, заміни на час ремонту і покращань, обміну на новий, модернізований товар. Окрім того, новою категорією є зобов'язання, які стосуються утилізації упаковок і товарів після закінчення терміну експлуатації.

Власні зобов'язання мають становити елемент мотиваційної політики стосовно працівників. Формально готовність підприємства забезпечити відповідний рівень обслуговування стосується кожного потенційного і реального клієнта. У типових варіантах якість логістичного обслуговування може характеризуватися такими показниками:

- надійність поставки;
- можливість вибору способу доставки;
- еластичність величини поставки;
- час на виконання замовлення;
- комунікації.

Однією зі складових логістичного обслуговування є реалізація замовлень. Для терміну реалізації замовлення вирішальними є методи трансмісії (складання) замовлень, рівень утримуваних запасів, процедури перетворення (оброблення) замовлень, комплектації замовлених позицій на складах, способи перевезення, а також такі чинники, як: величина поставки, спеціальні вимоги, пов'язані зі станом вантажу, що пересилається, а також здатність до консолідації замовлень.

Для продавця важливим є цикл замовлення – тобто час від моменту прийняття замовлення від клієнта до моменту, коли вантаж надійде до місця

прийому, визначеного клієнтом. З точки зору клієнта (покупця) час поставки в циклі замовлення відраховується від моменту висилання замовлення

4) пересилання замовлення до відділу запасів або іншого підрозділу, який займається запасами, і якщо запас є, чітке визначення складу, з якого

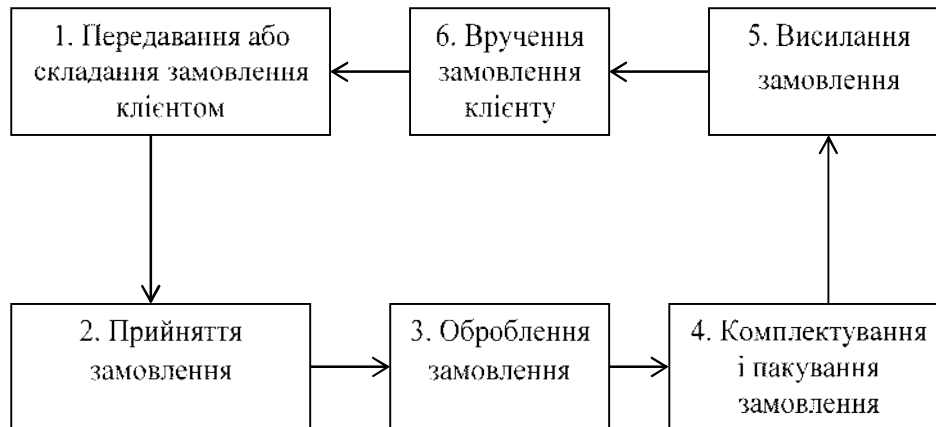


Рис. 2. Етапи циклу замовлення з позиції клієнта [29, с. 38]

до моменту, коли він отримає вантаж (рис. 2).

Час, призначений на передавання (складання) замовлення, є серією подій, які розпочинаються від моменту складання клієнтом замовлення особисто до моменту отримання (прийняття) замовлення продавцем. Багато покупців марно сподіваються, що їхнє замовлення потрапить до продавця практично відразу після висилання, але поштою це замовлення йде від двох до п'яти днів. Тому часто клієнти роблять замовлення за допомогою телефону або комп'ютера. Телефонне замовлення зробити нескладно, але важко отримати "hard copy", тобто документ, який підтверджує це, або письмову інформацію, яка захищає сторони трансакції від можливих помилок або неможливості реалізації замовлення.

Підтвердження замовлень, складене в електронній формі, є менш обтяжливим. Перевіривши, чи замовлений продукт є доступним у запасах, оператор вписує у формуляр на екрані всю отриману інформацію й очікує підтвердження від клієнта. Клієнт може внести ще зміни до замовлення. Це дуже зручно, тому комп'ютерна система стає все поширенішою. Враховують насамперед швидкість передавання замовлень, докладність даних і меншу працемісткість їхнього оброблення. За допомогою стандартизації програмного забезпечення можна здійснювати автоматичне пересилання замовлення й безпосередню комунікацію між постачальником і споживачем.

Між часом прийняття замовлень і часом, коли склад комплектує замовлення й отримує доручення щодо видавання, є час, призначений на оброблення (перетворення) замовлень. Цей час призначений на:

- 1) перевірку того, чи вся інформація в замовленнях є комплектною і докладною;
- 2) перевірку кредиту певного клієнта через фінансові відділи;
- 3) облік трансакції у відділі бухгалтерії (реєстрацію продажу);

реалізовуватиметься замовлення (селекцію і комплектування замовлення);

- 5) поточний контроль запасів;
- 6) підготовку документів й організацію транспортування продуктів зі складу.

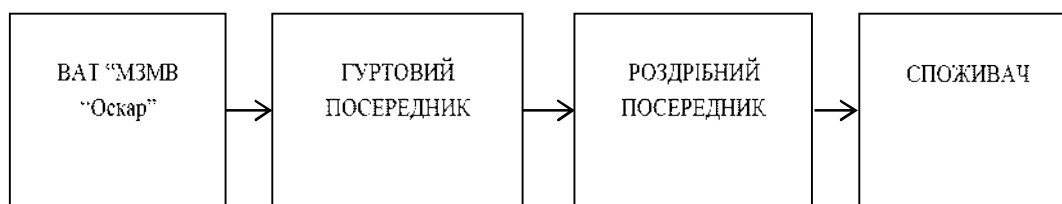
Іншими словами, від моменту, коли виробник (постачальник) отримує замовлення і до того, як він введе його до своєї системи перетворення, має відбуватися кілька процедур перевірки і контролю для з'ясування: 1) чи товар є доступним у запасах у бажаній кількості; 2) чи кредит клієнта є достатнім, щоб прийняти замовлення; 3) чи враховано у графіку виробництва випуск товару, якщо його немає на складі. Порівнянням зі станом запасів визначають протермінування поставки, а також необхідний обсяг виробництва товару. В процесі перетворення замовлення відділ бухгалтерії отримує дозвіл виставити фактуру, а також забезпечується необхідною інформацією й інструкціями щодо підготовки замовлення на складі (вибір позицій, пакування) разом із відповідною документацією. Потім підготовлене замовлення передають для висилання. Зі складу інформація надходить до фінансового відділу, що готує фактуру, якою підтверджують передавання замовлення до транспортування (рис. 3).

Наявність логістичного сервісу, який втілюється у стандарти обслуговування, є одним із конкурентоформуючих факторів на ринку. Проте слід пам'ятати, що високий рівень обслуговування неминує приведе до збільшення витрат, починаючи з 70 %, затрати на сервіс зростають експоненціально залежно від рівня обслуговування, при 90 % і більше сервіс стає економічно не вигідним. Так, підвищення рівня обслуговування від 95 до 97 % викличе зростання економічного ефекту лише на 2 % при зростанні витрат на 14 %. З іншого боку, зниження рівня витрат призводить до негативних економічних наслідків, оскільки це спричиняє збільшення витрат у зв'язку з погіршенням якості сервісу.

За допомогою опрацьованого матеріалу можна проводити аналіз логістичної діяльності на будь-якому підприємстві чи надати рекомендації тим підприємствам, на яких така відсутня.

ПРАТ “Моршинський завод мінеральних вод “Оскар” є ліцензіатом по видобутку мінеральної води і реалізує продукцію тільки через IDS Group, адже ринок мінеральної води розкидано географічно і прямі контакти зі споживачами нерентабельні. Дистрибуційним підприємством є Дистрибуційна структура IDS Group, яка є однією з найбільших і найрозвиненіших в Україні. Унікальною у своєму роді є й відлагоджена система логістики IDS Group, що здатна забезпечити швидкі й безперебійні постачання продукції у будь-який куточок держави. Завдяки такій мобільності кожен реалізатор, у якому би регіоні він не вів свій бізнес, знаходиться “на відстані простягнутої руки” від кращих мінеральних джерел України. Сотні торгових компаній співпрацюють із IDS Group, бачачи в ній надійного й перспективного партнера, з яким вигідно укласти довгострокові контракти на постачання якісної води, що користується незмінно високим попитом.

Отже, на підприємстві існує дворівневий канал розподілу продукції:



**Рис. 3. Канал розподілу продукції ПРАТ “Моршинський завод мінеральних вод “Оскар”**

Вибір типу дистрибуційного каналу, з однієї сторони, і вдосконалення логістичної системи, з іншої сторони, дозволяють побудувати оптимальну конфігурацію проходження матеріальних, інформаційних і фінансових потоків між виробником і споживачем.

Обслуговування споживача є ключовим поняттям у сучасній логістиці. Логістичне обслуговування доцільно розглядати як важливу складову обслуговування споживача, що дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб клієнтів при можливих найнижчих сукупних витратах. Логістичне обслуговування відповідає за

гарантоване отримання клієнтом відповідного товару, відповідної кількості та асортименту, у визначеному місці, у визначений час і за визначеною ціною.

Високі стандарти обслуговування дають змогу виробникам успішно конкурувати через створення вхідних бар’єрів, які перешкоджають входу нових конкурентів на ринок. ПРАТ “Моршинський завод мінеральних вод “Оскар” планує збільшити частку ринку за рахунок створення вищих стандартів обслуговування, тому потрібно скоротити час виконання замовлення. Елементи обслуговування споживача обумовлені різними потребами клієнтів, і тому вони змінюються в залежності від сегмента ринку, виду товару, масштабу та системи організації поставок, від інтенсивності конкуренції. Стандарти обслуговування ПРАТ “Моршинський завод мінеральних вод “Оскар” наведені в табл. 1.

Цикл обслуговування споживачів на ПРАТ “Моршинський завод мінеральних вод “Оскар” становить 14 год., підприємство працює зі своїми постійними клієнтами на партнерських засадах, щомісяця узгоджується обсяг продукції, який буде необхідний тому чи іншому клієнту, і, відповідно, узгоджуються умови доставки. Зазвичай доставка здійснюється транспортом корпорації IDS Group,

проте можлива доставка на власному транспорті.

ПРАТ “Моршинський завод мінеральних вод “Оскар” забезпечує комплектацію замовлення та завантаження на транспортний засіб та вчасність доставки.

1. Допродажне обслуговування:

- у випадку співпраці з новим посередником – повне інформаційне забезпечення про діяльність підприємства, опис асортименту, ціни, можливі переваги від співпраці (знижки при закупівлі великих партій товару), можливі умови доставки тощо;
- у випадку налагоджених відносин із посеред-

*Таблиця 1*

**Елементи та стандарти обслуговування споживачів на ПРАТ “Моршинський завод мінеральних вод “Оскар”**

№ з/п	Елементи обслуговування	Стандарти обслуговування
1	Наявність товару	85 %
2	Час виконання замовлення: - час опрацювання замовлення - час приготування замовлення - час доставки Разом	1 год. 2 год. 12 год. 14 год.
Ці стандарти об’єднуються в один стандарт: 85% замовлень доставляється протягом 14 год.		
3	Комплектність поставки	95 %
4	Надійність поставок	98 %
5	Швидкість реакції на рекламачії	2 дні

ником – надання інформації про можливі зміни умов доставки тощо.

2. Підчаспродажне обслуговування:

– комплектація замовлення відповідно до вимог клієнта;

– завантаження на транспортний засіб.

3. Післяпродажне обслуговування – підприємство поділяє ризики за пошкодження товару в дорозі, несвоєчасність поставки тощо.

Процес обробки замовлення матеріалів та комплектуючих на ПРАТ “Моршинський завод мінеральних вод “Оскар” складається з наступних етапів:

1. При виникненні потреби в певному ресурсі технолог повідомляє про це відділ постачання, який відповідає за матеріально-технічне забезпечення.

2. Відділ постачання заносить інформацію в базу даних згідно з бланком “Замовлення на поставку товару”.

3. Коли товар прибуває на склад, здійснюється оцінка товару за параметрами:

- вчасність доставки;
- кількість;
- якість;
- відповідність оформлення документації.

4. Завідувач складу оцінює всі параметри під час прибуття товару і, якщо товар їм відповідає, повідомляє відділ постачання про приймання товару. Якщо є відхилення, то теж повідомляє відділ постачання, який, у свою чергу, повідомляє про них постачальника і вживає заходи для їх усунення.

Беручи до уваги істотність витрат запасів у структурі логістичних витрат організації, наявність різноманітних залежностей “trade off” між складовими цих витрат, що мотивовані чи демотивовані чинниками збільшення чи зменшення запасів, доходимо до висновку про доцільність управління запасами.

Для забезпечення споживачів якісною оригінальною продукцією на підприємстві запроваджено тотальну систему контролю якості, яка охоплює всі ланки – від джерела до споживача. Все починається з моніторингу якості води в джерелі, поточного контролю на виробництві. Потім відбувається внутрішня та державна сертифікація готової продукції, логістичне забезпечення по філіях України, що включає складську систему управління якістю, а також постійний контроль продукції на полицях торгових точок для уникнення можливої появи підробок. Найсучасніша виробничо-аналітична лабораторія здійснює постійний контроль над фізико-хімічними та мікробіологічними показниками води. Новітні технології, що використовує МЗМВ “Оскар”, дозволяють, не руйнуючи унікального складу, розливати воду в пляшки і доносити корисні властивості моршинських джерел до споживачів нашої держави і не тільки.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Володіння власними складами забезпечує високий ступінь контролю збуту товарів, реальні умови зберігання товарів, можли-

вість вносити конструктивні зміни в інфраструктуру складу, в пакет пропонованих клієнтам послуг тощо.

Впровадження концепції логістики на підприємстві дає такі реальні результати:

- скорочення кількості продажу, “втраченого” за відсутності запасів необхідної продукції, завдяки більш точному розміщенню запасів і контролю за ними. Тим самим досягається подвійна мета: збільшується обсяг продажу і забезпечується більш високий рівень обслуговування споживача;

- логістична система, яка здатна швидко реагувати на ринкові зміни, може забезпечити скорочення “циклу обслуговування споживачів” і, відповідно, скорочення запасів у них. Це дає підприємству переваги перед конкурентами в боротьбі за свою частку ринку;

- вдало спроектована логістична система сприяє зміцненню зв'язків постачальника зі споживачем. Це досягається шляхом інтеграції засобів доставки продукції постачальника і засобів одержання її споживачем;

- ефективні методи “фізичного розподілу” дають істотну економію витрат, що можна поширити і на споживача у формі зниження оплати за доставку продукції і т. д.;

- впровадження ефективної логістичної системи дає можливість підприємству успішно конкурувати на ринку.

Отже, логістику на сучасному етапі варто розглядати як ключовий елемент конкурентної ринкової стратегії підприємства, як ключову первинну діяльність із забезпечення конкурентних переваг.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Таньков К. М. Виробнича логістика : навчальний посібник / К. М. Таньков, О. М. Тридид, Т. О. Колодізева. – Х. : “ІНЖЕК”, 2004. – 352 с.
2. Чухрай Н. Логістичне обслуговування : підручник / Н. Чухрай. – Львів : Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2006. – 292 с.
3. Качуровський В. С. Управління запасами в системі логістичного менеджменту підприємства (на прикладі ВАТ “Вінницький олійножировий комбінат”) / В. С. Качуровський, В. П. Чайковська // Вісник НУ “Львівська політехніка”. – Львів, 2007. – № 580. – С. 251-256.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://center.lviv.ua>. – Львівський форум.

## REFERENCES

1. Tan'kov, K. M. Trydyd, O. M. and Kolodizieva, T. O. (2004), *Vyrobnycha lohistyka*, “ІNZhEK”, Kh., 352 s.
2. Chukhraj N. (2006), *Lohistychnе obsluhovuvannia*, Vyd-vo NU “L'vivs'ka politekhnika”, L'viv, 292 s.
3. Kachurovs'kyj, V. Ye. and Chajkovs'ka, V. P. (2007), *Upravlinnia zapasamy v systemi lohistychnoho menedzhmentu pidpriemstva (na prykladi VAT “Vinnyts'kyj olijno-zhyrovij kombinat”)*, *Visnyk NU “L'vivs'ka politekhnika”*, L'viv, № 580, s. 251-256.

4. Available at: <http://center.lviv.ua>. – L'vivs'kyj forum.

Фединець Н. І.,

к.е.н., доц. кафедри менеджменту, Львівська комерційна академія, м. Львів

## ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ КРИЗИ

***Анотація.** Обґрунтовано важливість розвитку туристичного сектору для економіки України. Охарактеризовано умови функціонування вітчизняних підприємств туризму. Наведено інформацію щодо туристичних потоків в Україні за останнє десятиріччя та зроблено аналіз їх динаміки. Подано дані щодо показників діяльності суб'єктів туризму в Україні, їх чисельності. Визначено функціональну спрямованість вітчизняних туроператорів та турагентів. Акцентовано увагу на необхідності забезпечення ефективного обслуговування клієнтів суб'єктами туризму. Визначено ряд передумов у цьому напрямі. Названо основні проблеми розвитку галузі туризму, в тому числі зазначені в державній цільовій програмі розвитку туризму на 2013-2022 рр. Виділено ключові напрями подальшого розвитку туристичної сфери в Україні.*

**Ключові слова:** туризм, туристичні потоки, туроператор, турагент, турист, туристичне підприємство, клієнти, персонал.

Fedynets N. I.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## ORGANIZATIONAL ASPECTS OF OPERATION OF DOMESTIC TOURISM ENTERPRISES IN CONDITIONS OF CRISIS

***Abstract.** Importance of the tourism sector development for the economy of Ukraine has been described. The conditions of operation of national tourism firms have been characterized. Information about tourist flows in Ukraine over the last decade has been provided and their dynamics have been analyzed. Information about the parameters of performance of travel agencies in Ukraine and their number has been disclosed. The functional direction of national travel agencies and travel agents has been determined. Attention has been paid to the need for efficient services to be provided to clients by travel agencies. Several preconditions in this area have been revealed. The main problems of the tourism sector development have been mentioned, including those mentioned in the state target tourism development program for 2013-2022. The key areas of further tourism development in Ukraine have been defined.*

**Keywords:** tourism, tourist flows, travel operator, travel agent, tourist, tourism enterprise, clients, personnel.

**Постановка проблеми.** Однією з прибуткових галузей світової економіки в нинішній час є туризм, частка якого становить близько 10% світового валового національного продукту, 7% загального обсягу інвестицій. В Україні розвитку туризму приділяється все більше уваги. У 2015 р. Україну відвідали 12428,3 тис. іноземних громадян, для 93% з них мета поїздки – приватна, для 6% – культурний та спортивний обмін, релігія. У 2006 р. кількість іноземних громадян, що в'їжджали в Україну, становила 18935,8 тис. осіб. У 2015 р. 23141,6 тис. наших громадян виїжджали за межі країни. Кількість громадян, для яких організований туризм – мета поїздки, становила 206,6 тис. осіб. Зазначені показники вказують на необхідність аналізу проблем, особливостей організації діяльності вітчизняних підприємств туризму та пошуку шляхів підвищення їх конкурентоспроможності попри кризові умови розвитку економіки України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання щодо організації діяльності вітчизняних під-

приємств туризму досліджували ряд авторів: І. Галяця, А. Гембець, Є. Драгомірова, О. Євтушенко, М. Зінченко, В. Костючко, Т. Кукліна, Н. Мартинова, І. Мельник, С. Мельниченко, Т. Проскуріна, Г. Фесенко, О. Шевцова, К. Шилкіна. Однак множинність наведених думок щодо зазначеної проблематики свідчить про її актуальність та необхідність подальших досліджень.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення організаційних аспектів діяльності вітчизняних туристичних підприємств в умовах кризи.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Загальний обсяг потоку туристів та окремих його складових за типами туризму (в'їзний, виїзний, внутрішній) за останні роки змінювався неоднаковими темпами. Переважаючий характер мав виїзний туризм (рис. 1). У 2013 р. кількість виїжджаючих туристів різко зросла. Така ж ситуація спостерігалася ще у 2007 р. і зберігалася останніх десять років. Через зниження купівельної спроможності населення та початку військових дій на Сході України

зменшилася кількість внутрішніх та іноземних туристів.

й енергії, запасних частин і будматеріалів).  
Функціональна спрямованість туристичного під-

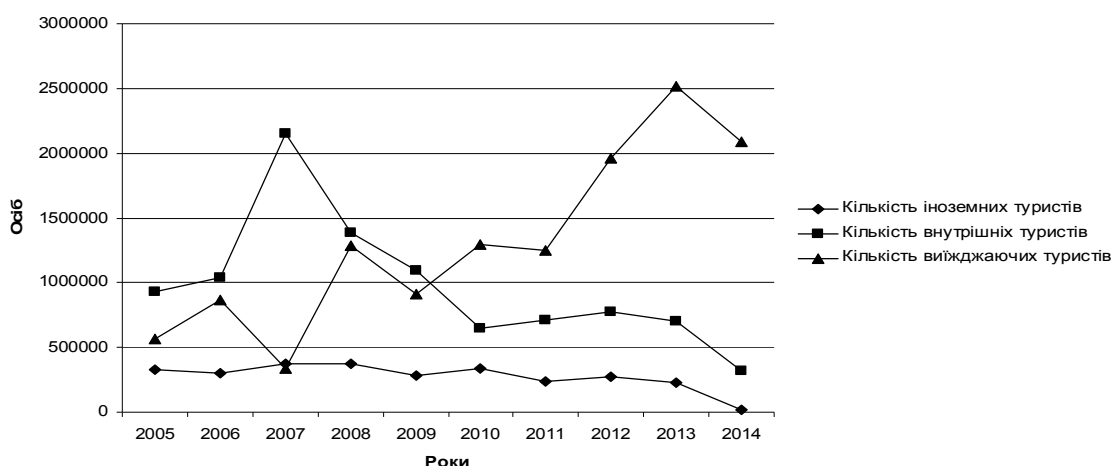


Рис. 1. Туристичні потоки України у 2005-2014 рр. [побудовано за даними джерела 10]

Незважаючи на зростання значення туризму, кількість його суб'єктів в Україні зменшилася, зокрема через їх укрупнення (табл. 1).

Кількість суб'єктів туристичної діяльності – юридичних осіб зменшилася у 2014 р. порівняно з минулим роком на 15%, фізичних осіб – на 32,1%. Особливістю галузі туризму є те, що серед працівників за статтю переважають жінки (71,9% у 2014 р.).

Останні роки функціонування підприємств туризму характеризується зростанням матеріальних витрат (вартості куплених туристичних послуг та інших комплектуючих турпродукту виробів, палива

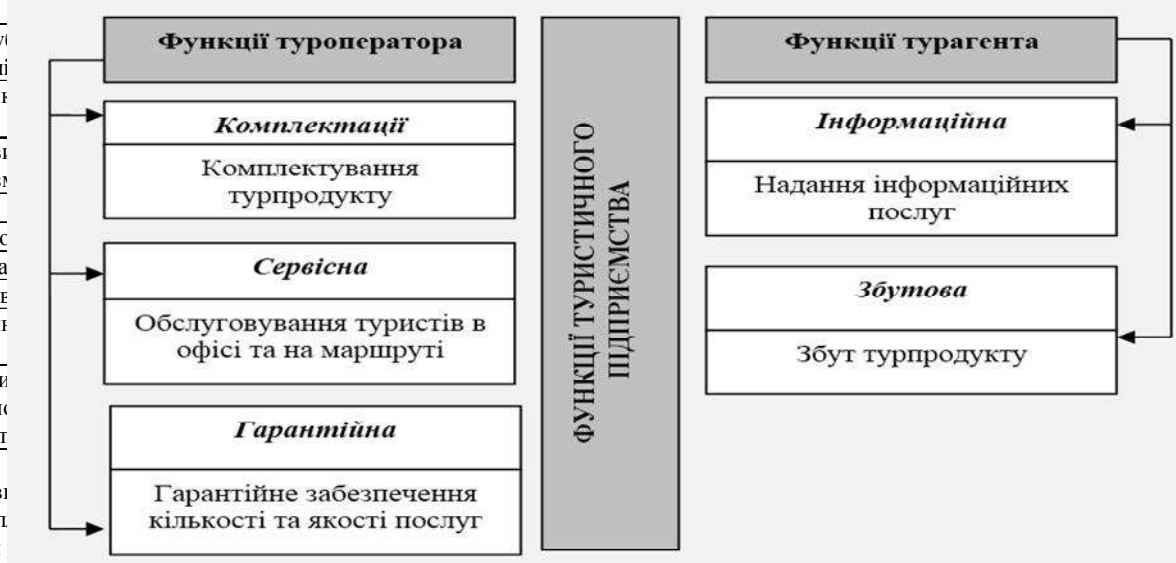
приємства залежить від того, чи воно є туроператором, чи турагентом (рис. 2). Туроператор забезпечує створення турпродукту, просування, організацію обслуговування туристів, контроль і оперативний супровід турпродукту.

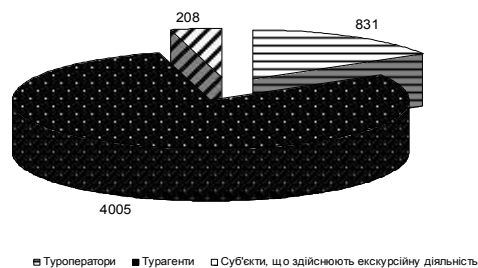
Основні функції вітчизняних туроператорів – комплектації, сервісна, гарантійна, що полягають у формуванні маршрутів та програм обслуговування туристів, організації взаємодії з постачальниками послуг, розрахунку вартості турпродукту та визначення ціни, його реалізації та методичному забезпеченні турпродукту. Серед ключових завдань туроператорів – також забезпечення туристів необхід-

Таблиця 1

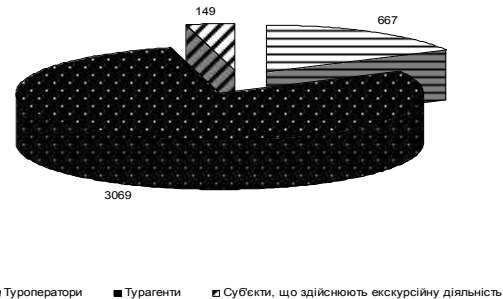
Суб'єкти туристичної діяльності України у 2013-2014 рр. [10]

Показники	2013 р.	2014 р.	Відхилення	
<b>Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од. (юридичні особи)</b>	2483	2087	-396	-15,9%
Середньооблікових, осіб	2333	1679	-654	-28,0%
З них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	1175	771	-404	-34,4%
Жінки	1911	1498	-413	-21,6%
особи до 30 років	1175	771	-404	-34,4%
Доход від надання туристичних послуг – усього, тис. грн.	213875,5	133971,1	-79904,4	-37,4%
У тому числі: Матеріальні витрати на операційні витрати – усього, тис. грн.	2563402,7	2622917,1	+59514,4	+2,3%
У тому числі: Інші операційні витрати	213875,5	133971,1	-79904,4	-37,4%
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од. (фізичні особи)	2483	2087	-396	-15,9%
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	2333	1679	-654	-28,0%
З них мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	1175	771	-404	-34,4%
Жінки	1911	1498	-413	-21,6%
особи до 30 років	1175	771	-404	-34,4%
Доход від надання туристичних послуг, тис. грн.	213875,5	133971,1	-79904,4	-37,4%





а) суб'єкти туристичної діяльності у 2013 р.



б) суб'єкти туристичної діяльності у 2014 р.

**Рис. 3. Кількість тураператорів та турагентів в Україні у 2013-2014 рр.**

ним та спеціальним знаряддям, сувенірами та рекламно-інформаційною продукцією, підготовка, підбір і призначення спеціалістів на маршрутах подорожей, контроль за якістю, надійністю та безпекою туробслуговування.

Як посередники між тураператором і туристом на ринку туристичних послуг виступають турагенти. Вони складають значну частку всіх турпідприємств. Взаємодія між турагентом і тураператором охоплює публічну оферту тураператора, підписання між ними договору, розсилку пропозицій, замовлення турагентства на бронювання турпродукту та його підтвердження, оплату розрахунку турагентом і передачу тураператору документів туристів.

Співвідношення кількості тураператорів, турагентів та суб'єктів, що здійснювали екскурсійну діяльність в Україні у 2013-2014 рр., наведено на рис. 3. Понад 79% від усієї чисельності суб'єктів туристичної діяльності становили турагенти.

Вирішальне значення у діяльності туристичного підприємства має обслуговування клієнтів, що не повинне обмежуватися елементами продажу (прийом клієнта і встановлення контакту з ним, мотивація вибору турпродукту, пропозиція турів, оформлення правовідносин і розрахунок із клієнтом, інформаційне забезпечення покупця). На наш погляд, забезпечення ефективного обслуговування клієнтів має ряд передумов:

1. Підтримка спілкування з клієнтом і після продажу турпродукту (напередодні та після подорожі).

2. Наявність комфортного офісу і засобів для якісного обслуговування (меблі, оргтехніка).

3. Кваліфікація та особисте зацікавлення продавця турпослуги.

4. Можливості формування туристичних послуг за бажанням клієнта.

5. Етика спілкування персоналу тураператора або турагента з клієнтом.

6. Продаж туристичних послуг через Інтернет.

7. Документальне оформлення взаємин із клієнтами.

8. Застосування технології Customer Experience Management (управління враженнями клієнта) [2].

9. Застосування ввідної послуги як інструменту створення потоку клієнтів [6] (ряд безкоштовних послуг перед пропонуванням основних турів або пропозицій).

10. Використання загальних та спеціалізованих програмних продуктів ("Tour Anketa", "Tour Pilot",

"TurWin", "MultiProp", "Мастер-Тур", "Само-Тур", "Само-Турагент").

Вітчизняні туристичні підприємства, намагаючись адаптуватися до умов функціонування бізнесу, враховують світові тенденції його розвитку. На загальнодержавному рівні прийнята цільова програма розвитку туризму та курортів на 2013-2022 рр. Програмою визначено сукупність причин, що зумовлюють проблеми розвитку цієї сфери в Україні:

- відсутність скоординованих дій та єдиного підходу до розроблення та виконання державної, регіональних і місцевих програм розвитку туризму;

- недосконалість системи ведення статистичного обліку в сфері туризму та курортів, а також здійснення заходів, спрямованих на комплексне освоєння та розвиток туристичних ресурсів;

- низький рівень безпеки на туристичних об'єктах і маршрутах, несвоєчасне надання невідкладної допомоги туристам, які постраждали під час подорожі;

- недосконалість технічного регулювання та стандартизації;

- відсутність механізму акредитації та сертифікації об'єктів туристичної інфраструктури;

- відсутність планів комплексного розвитку природних курортних територій та системи їх обліку й охорони;

- недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури та обслуговування в окремих курортних закладах [3];

- зростання обсягів неорганізованого туризму (туристи відпочивають самі або за допомогою неліцензованих фірм).

Разом з тим, на наш погляд, існує низка проблем щодо кадрового забезпечення туристичних підприємств, пов'язаних із нестачею висококваліфікованих менеджерів у сфері туризму та їх підготовкою. Зокрема, щодо останньої, то тут властиві:

- зміщення акценту на теоретичну складову підготовки;

- недостатня кількість часу на відпрацювання практичних навичок студентами під час проходження практики;

- недостатній рівень усвідомленості про існуючі професійні проблеми, що потребують практичних рішень;

- складнощі при пошуку "виробничого майданчика" для відпрацювання набутих студентами навичок та їх адаптації до професійної діяльності;

- недостатній рівень зв'язків із підприємствами;



- труднощі в забезпеченні підвищення кваліфікації викладачів спеціальних дисциплін.

Одним із шляхів подолання зазначених недоліків є впровадження в навчальний процес тренінгових технологій. Зокрема, Н. Мартинова запропоновано у підготовці фахівців із туризму використовувати тренінг “Навчання в діяльності”, що передбачає “входження” в практичну діяльність та може здійснюватися як у навчальному закладі, так і безпосередньо на підприємстві. За умови останнього, як зазначає Н. Мартинова, здійснюється тристороння взаємодія викладача, співробітників та студентів. Такий тренінг передбачає обговорення проблеми та завдань галузі [8].

Для працівників туризму властивою є ситуація значного навантаження за окремими турами. Тому в нагоді можуть бути різні моделі проектування робочих місць та ролей менеджерів. Як зазначає Г. Фесенко, при такому проектуванні вибір моделі організації робочих місць менеджерів має бути спрямований на забезпечення турпідприємства організаційними заходами, необхідними для надання висококваліфікованих послуг [11].

З урахуванням існуючих проблем розвитку туризму в Україні, зокрема визначених державною цільовою програмою, основними напрямками подальшого розвитку туристичної сфери в Україні можуть бути:

- 1) підвищення якості та конкурентоспроможності туристичних послуг;
- 2) впровадження гнучкої візової політики;
- 3) реконструкція та модернізація туристичної інфраструктури;
- 4) активізація розвитку пріоритетних видів внутрішнього туризму;
- 5) розширення реклами туристських послуг України за кордоном і підвищення її ефективності;
- 6) підвищення рівня безпеки туристів;
- 7) удосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів сфери туризму;
- 8) створення умов для залучення інвестицій;
- 9) поширення інформації щодо туристичного потенціалу України на міжнародному туристичному ринку, здійснення заходів для формування позитивного іміджу держави на міжнародному туристичному ринку;
- 10) розроблення та впровадження стандартів у сфері туризму, їх гармонізації з міжнародними та європейськими стандартами, здійснення контролю за їх дотриманням;
- 11) забезпечення інфраструктурного облаштування та інформаційного забезпечення найбільш привабливих для відвідування туристами об'єктів культурної спадщини та природно-заповідного фонду;
- 12) удосконалення системи статистичної звітності у сфері туризму та курортів;
- 13) створення підприємницьких мереж у туристичній індустрії, що забезпечить додаткові конкурентні переваги турфірмам у галузі використання новітніх інформаційних технологій, розробки та впровадження інновацій, дослідження туристичного ринку, використання висококласних юридичних послуг, використання

загальнокорпоративної системи підвищення і перекваліфікації кадрів [1, с. 160].

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином, ефективність функціонування туристичного підприємства, його рівень конкурентоспроможності на вітчизняному та міжнародному ринку в умовах глобалізаційних процесів та деяких кризових моментів у розвитку економіки визначається рядом чинників. У діяльності турбізнесу є багато неорганізованих моментів, що потребують ряду різноспрямованих заходів, пов'язаних із формуванням кадрового потенціалу турпідприємства, удосконаленням послуг, впровадженням інновацій, що є основою подальших наукових досліджень.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Галиця І. О. Нові аспекти управління в туристичній індустрії / І. О. Галиця, І. Л. Мельник // Регіональна економіка. – 2012. – № 2. – С. 155-161.
2. Гембець А. Технологія CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT як сучасний маркетинговий підхід підприємств туристичного бізнесу / Гембець А., Сологуб Ю. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://enuftir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/18813/1/296.pdf>.
3. Державна цільова програма розвитку туризму на 2013-2020 рр. Розпорядження КМУ від 1 серпня 2013 р. № 638-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/638-2013>.
4. Драгомірова Є. С. Особливості управління туристичними потоками / Є. С. Драгомірова, О. О. Шевцова // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 2 (10). – С. 121-127.
5. Євтушенко О. В. Застосування комплексу маркетингу в сфері туризму / О. В. Євтушенко // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – 2014. – № 144. – С. 166-170.
6. Костючко В. М. Ввідна послуга як один з ефективних інструментів створення потоку клієнтів в турфірму / В. М. Костючко // Управління інноваційним процесом в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [bitstream/ntb/14804/1/91\\_148-149\\_120506\\_maket\\_ena\\_ntb.pdf](http://bitstream/ntb/14804/1/91_148-149_120506_maket_ena_ntb.pdf).
7. Кукліна Т. С. Управління комплексом маркетингу в забезпеченні розвитку туристичних підприємств : автореф. дис. к.е.н. / Т. С. Кукліна. – Херсон: ХНТУ, 2011. – 23 с.
8. Мартинова Н. С. Роль тренінгових технологій в професійній підготовці майбутніх менеджерів туризму / Н. С. Мартинова, І. М. Носаченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [irbis-nbuv.gov.ua](http://irbis-nbuv.gov.ua).
9. Мельниченко С. Інформаційні технології у управлінні суб'єктами туристичної діяльності / С. Мельниченко // Вісник КНЕУ. – 2010. – №2. – С. 131-143.
10. Туристична діяльність в Україні у 2014 році: Статистичний бюлетень / [відповідальний за випуск О. О. Кармазіна]; Державна служба статистики України, 2015. – 76 с.
11. Фесенко Г. Проектування робочих місць та ролей менеджерів: пошук адекватних моделей /

Г. Фесенко, М. Зінченко, Т. Проскуріна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [irbis-nbuv.gov.ua. http://eprints.kname.edu.ua/31757/1/100.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/http://eprints.kname.edu.ua/31757/1/100.pdf).

12. Шилкіна К. О. Управління підприємствами туристичного бізнесу на принципах кластеризації : автореф. дис. к.е.н. / К. О. Шилкіна. – Херсон: ХНТУ, 2015. – 23 с.

## REFERENCES

1. Halytsia, I. O. and Mel'nyk I. L. (2012), *Novi aspekty upravlinnia v turystychnij industrii* [New aspects of the tourism industry], *Rehional'na ekonomika*, №2, pp. 155-161.

2. Hembets' A. and Solohub Yu. *Tekhnolohiia CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT iak suchasnyj marketynhovyj pidkhid pidpriemstv turystychnoho biznesu* [CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT technology as a modern marketing approach of tourism enterprises], [Online], available at: <http://enuftir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/296.pdf>.

3. Derzhavna tsil'ova prohrama rozvytku turyzmu na 2013-2020 rr. [State Program on Tourism Development 2013-2020 biennium]. *Rozporiadzhennia KМУ vid 1 serpnia 2013 r. № 638-r*, [Online], available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/638-2013>.

4. Drahomirova, Ye. S. and Shevtsova, O. O. (2013), *Osoblyvosti upravlinnia turystychnymy potokamy* [Features of tourist flows], *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii*, №2 (10), pp. 121-127.

5. Yevtushenko, O. V. (2014), *Zastosuvannia kompleksu marketynhu v sferi turyzmu* [The use of the marketing mix in tourism], *Visnyk KhNU im. V.N. Karazina*, №144, pp. 166-170.

6. Kostiuchko, V. M. *Vvidna posluha iak ody z efektyvnykh instrumentiv stvorennia potoku kliientiv v turfirmu* [Background service as one of the most effective tools for creating flow of customers in the travel agency], [Online], available at: [bitstream/ntb/14804/1/91\\_148-149\\_120506\\_maket\\_ena\\_ntb.pdf](http://bitstream/ntb/14804/1/91_148-149_120506_maket_ena_ntb.pdf).

7. Kuklina, T. S. (2011), *Upravlinnia kompleksom marketynhu v zabezpechenni rozvytku turystychnykh pidpriemstv* [Managing the marketing mix to ensure the development of tourism enterprises], KhNTU. Kherson, 23 p.

8. Martynova, N. S. and Nosachenko, I. M. *Rol' treninhovykh tekhnolohij v profesijnij pidhotovtsi majbutnikh menedzheriv turyzmu* [The role of training technologies in the training of future managers of tourism], [Online], available at: [irbis-nbuv.gov.ua](http://irbis-nbuv.gov.ua).

9. Mel'nychenko, C. (2010), *Informatsijni tekhnolohii u upravlinni sub'iektamy turystychnoi diial'nosti* [Information technology in management of tourism entities], *Visnyk KNEU*, №2, pp. 131-143.

10. *Turystychna diial'nist' v Ukraini u 2014 rotsi: Statystychnyj biuletyn'*. (2015), *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*, 76 p.

11. Fesenko, H., Zinchenko, M. and Proskurina, T. *Proektuvannia robochykh mist' ta rolej menedzheriv: poshuk adekvatnykh modelej* [Designing jobs and roles of managers: the search for adequate models], [Online], available at: [irbis-nbuv.gov.ua.http://eprints.kname.edu.ua/31757/1.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/http://eprints.kname.edu.ua/31757/1.pdf).

12. Shylkina, K. O. (2015), *Upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoho biznesu na pryntsyapkakh klasteryzatsii* : avtoreferat dysertatsii [Management of tourism enterprises on the basis of clustering], KhNTU, Kherson, 23 p.

Новостаська О. І.,  
к.філол.н., доц. кафедри менеджменту та комерційної діяльності, Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів

## ТРУДОВИЙ РОЗПОРЯДОК В ОРГАНІЗАЦІЇ ЯК ОБ'ЄКТ ВНУТРІШНЬООРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

**Анотація.** В статті розглянуто проблеми забезпечення трудового розпорядку та належного морально-психологічного клімату між роботодавцями і працівниками. Відповідно до мети дослідження здійснено теоретичний та науковий пошук ефективного нормативного забезпечення внутрішнього трудового розпорядку в організації; розглянуто правове регулювання системи суспільних відносин щодо організації управління персоналом; дано характеристику методів внутрішньоорганізаційного менеджменту; проаналізовано етапи встановлення трудового розпорядку в організації. У статті здійснено науково-теоретичне дослідження сутності та змісту категорії “трудовий розпорядок” та охарактеризовано інструменти, якими забезпечується трудовий розпорядок в організації.

**Ключові слова:** трудовий розпорядок, методи забезпечення трудового розпорядку, предмет внутрішньоорганізаційного менеджменту, система внутрішньоорганізаційного управління, методи внутрішньоорганізаційного менеджменту.

Novostaska O. I.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Commercial Activity, Lviv Institute of Economics and Tourism, Lviv

## LABOUR ROUTINE IN THE ORGANIZATION AS AN OBJECT OF INNER-ORGANIZATIONAL MANAGEMENT

**Abstract.** The article considers the problems of ensuring labor regulations and the proper moral and psychological climate between employers and employees. According to the objectives of the study, carried out theoretical research and the search for effective regulatory support of the internal labour schedule in the organization; the characteristic of the methods of inner-organizational management; analyzed the stages of establishing labour order in the organization. In the article the scientific and theoretical study of the nature and content of the category of labor schedule and is characterized by the tools provided by the work schedule in the organization.

**Keywords:** the work schedule, methods of ensuring labor regulations, the subject of internal organizational management, the system of internal organizational management, methods of inner-organizational management.

**Постановка проблеми.** Проблемам забезпечення трудового розпорядку та належного морально-психологічного клімату між роботодавцями і працівниками приділялася велика увага у зарубіжній та вітчизняній юридичній і соціологічній літературі. Однак на сучасному етапі практично відсутній науковий пошук ефективного нормативного забезпечення внутрішнього трудового розпорядку в організації, який би, з одного боку, задовольняв вимоги розвитку суспільства, а з іншого, – не створював колізійних моментів регулювання процесів управління персоналом усередині організації будь-якої форми власності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз наукових досліджень і публікацій свідчить, що в юридичній літературі аналізу законодавчої бази нормативного забезпечення внутрішнього

трудового розпорядку приділяється значно менше уваги, ніж аналізу трудових прав, гарантій та трудових обов'язків працівників. Останнім питанням особлива увага відведена в працях видатних учених-юристів М. Александрова, А. Пашерстніка, А. Абрамової, А. Пашковата, Б. Хрустальова, А. Мацюка, М. Данченка, О. Орловського, Г. Яковлевої та ін. Такий факт призвів до відсутності прийнятних для реалій суспільства доктрин взаємодії працівників і роботодавців.

**Постановка завдання.** Основною метою цієї статті є розробка сучасних доктрин взаємодії працівників і роботодавців, дослідження методів внутрішньоорганізаційного менеджменту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Загалом розрізняють правові, адміністративні, економічні, соціально-психологічні методи внутрішньоорганізаційного менеджменту.

Трудовий розпорядок є правовою категорією, однак його розробка та прийняття у кожній конкретній організації носить адміністративний характер та обов'язково спирається на економічні та соціально-психологічні методи управління.

Отже, *методи забезпечення трудового розпорядку* – це передбачені законодавством способи його забезпечення, тобто виконання сторонами трудового договору своїх обов'язків. Традиційно вважалося, що існують два методи забезпечення трудової дисципліни та трудового розпорядку, зокрема: заохочення і примус. Однак в умовах ринкових відносин особливого значення набувають *економічні та організаційні методи забезпечення трудового розпорядку*.

Суть економічних методів, зокрема методів та інструментів внутрішньоорганізаційного менеджменту, полягає у всебічній активізації працівників за допомогою залучення останніх до розробки тих вимог, за якими вони будуть здійснювати свою професійну діяльність. Звичайно, така участь хоч і законодавчо закріплена, однак не передбачає повне й абсолютне лобювання своїх інтересів працівниками. Основою регулювання трудового розпорядку в організації є широкий спектр нормативно-правових актів різної юридичної дії. Однак слід зазначити: організаційні методи управління дисципліною праці в Україні у сучасний період все більше характеризуються науковим підходом до організації виробництва загалом. Як відомо, однією із засад розвитку виробництва виступає цілеспрямоване вдосконалення його організації. Широковідомі наукові теорії управління Ф. Тейлора, Г. Файоля, Е. Маслоу, Т. Бернса та багатьох інших вчених та практиків, що обґрунтували менеджмент як науку про керівництво (управління) людьми – окремими працівниками, робочою групою, трудовим колективом. У правовому аспекті предметом внутрішньоорганізаційного менеджменту є правове регулювання системи суспільних відносин щодо організації управління персоналом. Відносини щодо забезпечення дисципліни праці є складовою частиною цієї системи.

Система внутрішньоорганізаційного управління включає три підсистеми:

- Генеральний менеджмент – охоплює керівництво, що відповідає за розробку стратегії державної установи, реалізацію функцій планування, організації, мотивації діяльності організації. Стратегія є детальним всестороннім комплексним планом, призначеним для забезпечення здійснення місії організації та досягнення цілей.

- Менеджмент господарської діяльності – забезпечує постановку завдань організації, формування організаційної структури, розподіл функціональних обов'язків, виконання плану, врегулювання трудових конфліктів, стимулювання якісної роботи персоналу, координує управління процесу в межах організації в цілому та за підрозділами зокрема, забезпечує ефективні комунікації.

- Менеджмент персоналу – процес вирішення завдань організації шляхом прийому, збереження,

звільнення, вдосконалення, належного використання людських ресурсів. Ця підсистема зосереджує зусилля персоналу на виконання цілей, які впливають із стратегії державної установи, забезпечують належне використання інтелектуального потенціалу персоналу, використовує методи матеріального і морального стимулювання у ході виконання поставлених завдань [3]. Основною метою менеджменту персоналу є оптимальне поєднання ефективного навчання персоналу, підвищення кваліфікації, трудової мотивації для розвитку здібностей працівників і стимулювання їх до виконання робіт більш високого рівня. У цьому аспекті трудовий розпорядок є інструментом здійснення ефективного менеджменту персоналу.

При запровадженні умов трудового розпорядку в організації керуються такими *адміністративними методами внутрішньоорганізаційного менеджменту*:

- розробка регламентуючої документації;
- встановлення адміністративних санкцій та заохочень;
- інструктаж кадрів щодо умов трудового розпорядку тощо.

До *економічних методів управління трудовим розпорядком* належать:

- економічне стимулювання;
- мотивація трудової діяльності;
- умови оплати праці тощо.

До *соціально-психологічних методів управління трудовим розпорядком* відносять:

- встановлення соціальних норм поведінки;
- участь працівників у розробці умов трудового розпорядку;
- створення нормального психологічного клімату в організації тощо.

При встановленні трудового розпорядку в організації керуються не лише правовими методами, для цього у практиці широко використовується *метод аналогій, порівнянь* (порівняння умов запровадження трудового розпорядку в інших організаціях), *нормативний* (враховуються вимоги законодавства при запровадженні певних умов праці), *моделювання ситуації*. Звичайно, що встановлення трудового розпорядку в організації передбачає використання сукупності методів його розробки. Вміння управляти полягає в оволодінні цими методами, у правильному їх виборі, вмінні використовувати на практиці. Загалом у внутрішньоорганізаційному менеджменті державної установи виокремлюють наступні методи впливу на трудовий розпорядок (табл. 1).

Методи внутрішньоорганізаційного менеджменту мають визначальний вплив на специфіку управлінської діяльності, а також на рівень ефективності управління. Їх слід систематично вдосконалювати та відбирати найраціональніші.

Відповідно до загальноприйнятих підходів внутрішньоорганізаційного менеджменту встановлення трудового розпорядку в організації передбачає проведено певних етапів прийняття:

- *підготовчий етап* – вивчається нормативно-правова база формування трудового розпорядку, а також відомчі акти регулювання;

- *інформаційний етап* – проводиться ознайомлення колективу організації з обов'язковими та рекомендаційними вимогами щодо встановлення трудового розпорядку. Йому може передувати творчий етап розробки, коли на зборах трудового колективу пропонуються ідеї та способи виконання функцій працівників;

- *аналітичний етап* – здійснюється формулювання, класифікація прав та обов'язків працівників, враховуючи результати інформаційного та підготовчого етапів;

- *дослідницький етап* – відбувається паралельно з аналітичним і полягає в описі кожного відібраного з варіантів, їх порівнянні, організаційно-економічній та правовій оцінці та виборі найбільш раціонального для реалізації;

- *погоджувальний етап* – полягає у затвердженні проектів документів у вищестоящих органах (при відомчому підпорядкуванні) та всередині кожного колективу;

- *етап впровадження* – полягає в ознайомленні працівників із остаточними документами регламентації трудового розпорядку.

порушенні працівником трудової дисципліни [3, с. 68].

Сучасний правовий інститут трудового розпорядку за змістом складається з правової регламентації прав та обов'язків учасників трудового процесу, стимулювання сумлінної праці. У науковій літературі *поняття трудового розпорядку* як правової категорії розглядається в чотирьох аспектах: як виконання основних принципів трудового права; як елемент трудового правовідношення; як елемент трудового права; як форма фактичної поведінки, тобто рівень дотримання всіма працюючими на виробництві дисципліни праці.

Як інститут трудового права *трудоий розпорядок* можна зрозуміти як сукупність правових норм, які регулюють внутрішній трудовий розпорядок, встановлюють трудові обов'язки працівників і власника або уповноваженого ним органу, визначають заходи заохочення за успіхи у праці. Що ж стосується відповідальності за умисне невиконання трудових обов'язків, то норми, що передбачають дисциплінарну відповідальність працівника, утворюють окремий правовий інститут у трудовому праві.

Передумовою визнання учасниками суспільних

Таблиця 1

Характеристика методів внутрішньоорганізаційного менеджменту  
(складено самостійно)

Методи	Зміст методу	Прояв методу
<b>Економічні методи</b>	Комплекс способів і прийомів управління, що базуються на використанні економічних законів, норм і нормативів	Створюються умови, що зацікавлюють трудові колективи та окремих працівників у високопродуктивній праці та забезпеченні ефективності здійснюваної діяльності
<b>Організаційно-розпорядчі методи</b>	Сукупність засобів правового та адміністративного впливу на відносини людей в організації. Включають у себе організаційні та розпорядчі дії в процесі управління	Організаційні дії виявляються у чіткому розподілі функцій управління, встановленні прав і обов'язків працівників. Розпорядчі дії відтворюють динаміку управління та здійснюються у процесі організації системи, якою є державна установа
<b>Соціально-психологічні методи</b>	Сукупність способів і прийомів впливу на соціальні та психологічні процеси, притаманні групам чи окремим особам колективу	Проектування наукових досліджень психології загалом та соціальної психології зокрема

У сучасних умовах монополізації економіки механізм дії трудового розпорядку повинен бути підкріплений соціально-психологічним забезпеченням, що дозволяє очікувати відповідної поведінки працівника, всупереч протидіючим індивідуальним мотивам. На нашу думку, лише правове обмеження втручання держави в економіку, розширення договірних засад у регулюванні оплати роботи працівників на підприємствах різних форм власності передбачає вдосконалення окремих норм трудового законодавства. Перш за все це стосується питань гарантії мінімального розміру оплати праці на основі величини прожиткового мінімуму та встановлення необхідних правових обмежень у разі застосування санкцій матеріального характеру при

відносин трудового розпорядку є наявність трудової правосуб'єктності. У той самий час трудова правосуб'єктність з моменту набуття особою статусу суб'єкта трудового права трансформується у його основну правову властивість, яка дозволяє брати участь у трудових та тісно пов'язаних із ними суспільних відносинах.

Отже, правовою основою трудового розпорядку є конституційне право особи на працю, що є одним із визначальних соціально-економічних прав особи, забезпечує особі можливість заробляти собі на життя працюю, яку вона вільно обирає або на яку погоджується [3, с. 225-226].

Науково-теоретичне дослідження трудового розпорядку свідчить, що сучасна доктрина трудового

права не має однозначних підходів щодо встановлення сутності та змісту цієї важливої правової категорії. Н. Болотіна, Г. Чанишева та інші вчені розглядають трудовий розпорядок через призму правового статусу суб'єктів трудового права, зокрема вчені зазначають, що до елементів правового статусу суб'єктів трудового права можна віднести трудову правосуб'єктність, основні статутні трудові права та обов'язки, юридичні гарантії цих прав та обов'язків, відповідальність за порушення трудових обов'язків [4, с. 94]. Розглядаючи елементи трудової правосуб'єктності, вчені роблять висновок, що три елементи (права, обов'язки, відповідальність) виникають одночасно, взаємозумовлені та сконцентровані в єдиному терміні "трудова праводієздатність" і реально втілюються у трудовому розпорядку певної організації [5, с. 40].

*Трудовий розпорядок.* Учені зазначають, що специфіка змісту правового статусу суб'єктів трудового права характеризується такими чинниками:

- наявністю трудової праводієздатності;
- законодавчим закріпленням суб'єктивних прав і обов'язків;
- встановленням гарантій забезпечення прав і обов'язків;
- визначенням відповідальності в разі невиконання трудових обов'язків [6, с. 81].

Безперечно, що кожна із зазначених позицій є досить важливою у контексті дослідження нормативного забезпечення внутрішнього трудового розпорядку. Ми вважаємо: *трудовий розпорядок* є системою взаємозумовлених елементів, що відображають особливості правового становища суб'єктів трудового права в системі суб'єктів права.

Отже, трудовий розпорядок для конкретного працівника має в основі трудову правоздатність, що розглядається як здатність мати права та обов'язки [7, с. 68], тобто йдеться про конкретні трудові права та обов'язки. Це передумова участі особи своєю найманою працею у суспільному виробництві, набуття статусу учасника трудових правовідносин. Трудовий розпорядок для конкретного індивіда передбачає:

- здатність мати трудові права;
- здатність мати трудові обов'язки.

Сучасна правова категорія трудового розпорядку за своїм складом визначається наявністю трьох видів норм, що:

- 1) здійснюють правову регламентацію прав та обов'язків учасників трудового процесу;
- 2) встановлюють стимулювання сумлінної праці;
- 3) регламентують відповідальність на невиконання чи неналежне виконання трудових обов'язків.

Права та обов'язки, що складають зміст трудових правовідносин, є предметом централізованого, локального правового регулювання. У цьому аспекті централізоване регулювання здійснюють нормативно-правові акти, а локальне – правила внутрішнього трудового розпорядку та умови

трудового договору. Однак, враховуючи економічні об'єктивні передумови, перевищення пропозиції над попитом на ринку праці в сучасній Україні зумовило проблему неповної зайнятості. Це зумовлює ігнорування деякими приватними роботодавцями принципів встановлення трудового розпорядку на основі чинних нормативно-правових актів та методів внутрішньоорганізаційного менеджменту щодо управління персоналом. Проблема посилюється і тим, що у законодавстві чітко не виписана відповідальність роботодавців за закріплення неправомірних правил трудового розпорядку в організації. З іншого боку, фактор безробіття є своєрідним стимулюючим фактором забезпечення трудової дисципліни, розпорядку в організаціях, оскільки конкуренція між працівниками за одержання та утримання робочого місця вимагає належного виконання працівниками своїх обов'язків.

Організаційні методи забезпечення трудового розпорядку здійснюються самим роботодавцем. Він зокрема відповідає за надання безпечних, належних умов праці. Непрямим, але важливим з точки зору принципів внутрішньоорганізаційного менеджменту є впровадження досягнень наукової організації праці з метою встановлення оптимального трудового розпорядку.

З точки зору документообігу трудовий розпорядок в організації забезпечується за допомогою таких правових інструментів:

- нормативно-правові документи – закони, укази, постанови;
- розпорядчі документи – накази, розпорядження, ухвали, рішення;
- організаційні документи – положення, статут, правила;
- документи колегіальних органів – рішення, повідомлення, протоколи;
- довідково-інформаційні документи – довідки, анкети, огляди;
- кадрова документація – штатний розпис, накази, особова справа, трудова книжка.

Зазначені вище документи є елементами процесу організації розпорядчої діяльності в організації. Організація розпорядчої діяльності відіграє провідну роль і в управлінській діяльності. Ця система призначена для оформлення процесів організації управління, правового закріплення розпорядчовиконавських дій даної державної установи на основі єдиноначальності з елементами колегіальності. Всі документи, що входять до системи організації розпорядчої діяльності та прямо чи опосередковано регулюють трудовий розпорядок, можна умовно поділити на п'ять груп:

- організаційні (положення, інструкції, правила);
- розпорядчі (вказівки, накази, розпорядження);
- довідково-інформаційні (плани робіт, протоколи);
- з кадрових питань (трудова книжка, особові картки);
- особисті офіційні документи (пропозиції, доручення) [8, с. 16].

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Основні елементи правового регулювання внутрішнього трудового розпорядку в організації закріплені у нормативно-правових актах, що регулюють умови дисципліни праці. Особливістю правового регулювання трудових відносин є те, що вони регламентуються розгалуженою системою нормативних актів, прийнятих органами різних рівнів, у тому числі за участю трудових колективів та профспілок. Найбільш соціально важлива частина трудових відносин, яка охоплюється конституційним поняттям “засади регулювання праці і зайнятості”, визначається лише законом, решта – законами, постановами Верховної Ради України, актами Президента України та Кабінету Міністрів України, актами центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, генеральними, галузевими, регіональними, тарифними та іншими угодами, які укладаються на дво-, тристоронній основі між представниками працівників та роботодавців і компетентним державним органом, а також актами (договорами), прийнятими на підприємстві, в установі, організації власником або уповноваженим ним органом самостійно, разом чи за погодженням із трудовим колективом або профспілковим комітетом.

Усі обов’язки визначаються і залежать від тих специфічних умов, в яких здійснюється процес праці: галузь народного господарства, розмір підприємства, рівень організації праці, технічне оснащення. Внутрішній трудовий розпорядок на всіх підприємствах незалежно від організаційно-правової форми та форми власності визначений “Типовими правилами внутрішнього трудового розпорядку для робітників і службовців підприємств, установ, організацій”. Цей нормативно-правовий акт загальної дії визначає зміст локальних правил внутрішнього трудового розпорядку.

Конкретизація основних обов’язків, розрахованих на типову виробничу ситуацію, виражається через внутрішній трудовий розпорядок та закріплюється у колективному договорі, правилах внутрішнього трудового розпорядку, посадових інструкціях, інших розпорядчих документах. Тільки конкретне визначення основних обов’язків забезпечує ефективний трудовий розпорядок. Для його розробки необхідне вміле застосування методів та прийомів внутрішньоорганізаційного менеджменту, а саме: інструментів управління персоналом.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Конституція України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 1 вересня 2013 р. (офіц. текст). – К. : ВД “ПАЛІВОДА А. В.”, 2013. – 64 с. – (Законода України).
2. Кодекс законів про працю України // ВВР України. – 1971. (із змінами, внесеними Законом України № 3248-IV від 20.12.2005 р.).

3. Трудове право України: Академічний курс : [підручник для студ. юрид. спец. вищ. навч. закл.] / [П. Д. Пилипенко, В. Я. Бурак, З. Я. Козак та ін.; за ред. П. Д. Пилипенко]. – К. : Концерн “Видавничий Дім “Ін Юре”, 2004. – 536 с.

4. Коцелко С. Особливості становлення соціально-трудових відносин в Україні в умовах ринкової економіки / С. Коцелко // Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил України : збірник наукових праць. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – С. 221-223.

5. Хохлов Е. Б. О механизме правового регулирования труда в условиях многоукладной экономики / Е. Б. Хохлов // Правоведение. – 1994. – № 1. – С. 39-48.

6. Андриановская И. И. Сфера действия норм трудового права и система правоотношений в сфере регулирования труда / И. И. Андриановская // Правоведение. – 2000. – № 5. – С. 78-82.

7. Орловський О. Я. Особливості реалізації трудових прав та обов’язків працюючими співвласниками в акціонерному товаристві / О. Я. Орловський // Актуальні проблеми науки трудового права в сучасних умовах ринкової економіки. – Харків, 2003.

8. Палеха Ю. І. Документаційне забезпечення управління : підручник / Ю. І. Палеха. – К. : МАУП, 1997. – 344 с.

## REFERENCES

1. Konstytutsiia Ukrainy: chynne zakonodavstvo zi zminamy ta dopovnenniamy stanom na 1 veresnia 2013 r. (ofits. tekst). (2013), VD “PALYVODA A. V.”, K., 64 s. – (Zakony Ukrainy).
2. Kodeks zakoniv pro pratsiu Ukrainy (1971), VVR Ukrainy (iz zminamy, vnesenymy Zakonom Ukrainy № 3248-IV vid 20.12.2005 r.).
3. *Trudove pravo Ukrainy: Akademichnyj kurs* / [P. D. Pylypenko, V. Ya. Burak, Z. Ya. Kozak ta in.] (2004), Kontsern “Vydavnychyj Dim “In Yure”, K., 536 s.
4. Kotselko S. (2005), Osoblyvosti stanovlennia sotsial'no-trudovykh vidnosyn v Ukraini v umovakh rynkovoї ekonomiky, *Rehional'ni aspekty rozvytku i rozmischennia produktyvnykh syl Ukrainy* : zbirnyk naukovykh prats', Ekonomichna dumka, Ternopil', s. 221-223.
5. Hohlov, E. B. (1994), O mehanizme pravovogo regulirovanija truda v uslovijah mnogoukladnoj jekonomiki, *Pravovedenie*, № 1, s. 39-48.
6. Andrianovskaja, I. I. (2000), Sfera dejstvija norm trudovogo prava i sistema pravootnoshenij v sfere regulirovanija truda, *Pravovedenie*, № 5, s. 78-82.
7. Orlovs'kyj, O. Ya. (2003), Osoblyvosti realizatsii trudovykh prav ta obov'iazkiv pratsiuiuchymy spivvlasnykamy v aktsionernomu tovarystvi, *Aktual'ni problemy nauky trudovoho prava v suchasnykh umovakh rynkovoї ekonomiky*, Harkiv.
8. Palekha, Yu. I. (1997), *Dokumentatsijne zabezpechennia upravlinnia*, MAUP, K., 344 s.





Жихарцева О. О.,  
здобувач, Львівська комерційна академія, м. Львів

## УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВО-ФІНАНСОВИХ ГРУП ТА НАПРЯМИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ

*Анотація.* У статті розглянуто методи управління ефективністю діяльності промислово-фінансових груп (ПФГ) та напрями їх вдосконалення. Враховуючи мету дослідження, для вдосконалення методики та напрямів управління ефективністю діяльності ПФГ запропоновано розв'язати задачі, запровадження яких може справити позитивний вплив на ефективність діяльності промислово-фінансових груп. Вивчено показники, за якими прийнято оцінювати економічну ефективність промислово-фінансових груп: продуктивність праці, фондovіддача, обсяг виготовлення продукції, рентабельність та інші. Розглянуто методичні принципи ефективності функціонування ПФГ. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розробку методів управління ефективністю діяльності промислово-фінансових груп, що забезпечують ефективне їх використання в Україні.

**Ключові слова:** капітал, промислово-фінансова група, продуктивність праці, фондovіддача, обсяг виготовлення продукції, рентабельність, інтегрована структура.

Zhikhartseva O. O.,  
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## PERFORMANCE MANAGEMENT OF INDUSTRIAL AND FINANCIAL GROUPS ACTIVITY AND AREAS OF ITS IMPROVEMENT

*Abstract.* In the article the methods of performance management of industrial and financial groups (IFG) and areas of their improvement are considered. Taking into consideration the purpose of the research, for the improvement of methods and areas of performance management of IFG it is proposed to solve the problems the implementation of which may have a positive impact on the performance of IFG. Studied indicators which usually used to assess the cost-effectiveness of IFG: labor productivity, capital productivity, production volume, profitability and others. Methodical principles of efficiency of functioning of IFG are considered. Further research should focus on developing methods for performance management of IFG, that ensure their efficient use in Ukraine.

**Keywords:** capital, industrial and financial group, labour productivity, capital productivity, production volume, profitability, integrated structure.

**Постановка проблеми.** За рахунок взаємопроникнення та об'єднання капіталів різних сфер діяльності суттєво зростає ефективність діяльності підприємницьких структур. Це значною мірою обумовлюється як гнучкістю у прийнятті управлінських рішень і координації спільних зусиль із урахуванням сталого та довгострокового характеру зв'язків, так і у створенні загальної інфраструктури, що дозволяє організовувати і координувати виробничо-господарську діяльність для спільного виконання науково-технічних та інвестиційних програм.

У результаті даних процесів утворюються різного роду інтегровані структури бізнесу, в тому числі фінансово-промислові групи (ФПГ), які забезпечують оптимальне поєднання ринкових механізмів, оскільки самі є їх результатом із певними адміністративними важелями впливу та діють у межах конкретних національних економік.

Інтегровані структури бізнесу (в тому числі і фінансово-промислові групи) виникають як результат дії об'єктивних законів розвитку ринкової економіки й активно розвиваються та забезпечують як власний успішний розвиток, так і розвиток економічної системи у цілому.

Тому питання, які стосуються управління ефективністю діяльності промислово-фінансових груп та напрямів їх удосконалення, на сучасному етапі набувають особливої актуальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання, які стосуються управління ефективністю діяльності промислово-фінансових груп та окреслення напрямів їх удосконалення, на сучасному етапі досліджували такі вчені як: Н. А. Адаєва [1], Т. В. Андреева [2], К. С. Брутян [3], М. Кастельс [4], С. М. Попова [5], О. Сафронова [6], О. М.

Урікова [8], О. В. Шаповалов [9], Т. В. Челомбійко [10] та ін.

**Постановка завдання.** Метою даного дослідження є аналіз методів управління ефективністю діяльності промислово-фінансових груп та окреслення напрямів їх удосконалення на сучасному етапі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Процес управління тісно пов'язаний із структурою самої організації: більш складна структура вимагає застосування і більш складних методів управління. А зростання рівня знань у галузі управління розвиває і робить більш складними самі організації [7].

Максимальний економічний ефект від діяльності фінансово-промислової групи (ФПГ) може бути досягнутий лише за умови впровадження раціональної системи управління сукупним капіталом групи, розробки і впровадження критеріїв та системи показників його оцінки. Використання цих правил в управлінні капіталом

так і фінансового складу, які потребують індивідуалізації управління [5].

В сучасній практиці прогнозування грошових потоків промислово-фінансових груп, які найбільш ефективні та адаптовані до умов ринку України, можна виділити чотири методи:

- прогнозування бюджету надходжень і видатків грошових коштів;
- прогнозування балансу грошових потоків;
- прогнозування доходів;
- метод екстраполяції оборотного капіталу.

Зазначені методи мають певні переваги, хоча, на думку К. С. Брутян [3], носять ідеалістичний характер і, як наслідок, практично не застосовуються в управлінні підприємством.

Економічну ефективність промислово-фінансових груп прийнято оцінювати за такими показниками, як продуктивність праці, фондвіддача, обсяг виготовлення продукції, рентабельність та інші (табл. 1).

На нашу думку, при оцінці результатів діяльно-

Таблиця 1

Методологія управління ефективністю діяльністю промислово-фінансових груп

Методи прогнозування грошових потоків ПФГ	Методи аналізу економічної діяльності ПФГ	Методи оцінки ефективності діяльності ПФГ
Прогнозування бюджету надходжень	Індексний метод	Продуктивність праці
Прогнозування видатків грошових коштів	Метод калькуляції	Фондовіддача
Прогнозування балансу грошових потоків	Метод нарахування амортизації	Обсяг виготовлення продукції
Прогнозування доходів	Метод оцінки факторів внутрішнього та зовнішнього середовища	Рентабельність
Метод екстраполяції оборотного капіталу	Метод середньої ціни	Прибутковість
	Метод сировинних балансів	
	Метод структуризації цілей	
	Метод участі в капіталі	
	Методи визначення продуктивності праці	
	Методи вимірювання якості продукції	

Джерело: [3]

повинно мати єдиний критерій, який дозволить однозначно оцінити діяльність ФПГ.

Таким критерієм, на нашу думку, може бути результат діяльності інтегрованого об'єднання як у цілому, так і окремих його членів. А одним із варіантів оптимізації використання фінансового капіталу ФПГ є управління за результатами. При оцінці ефективності управління ФПГ також використовують показник оборотності капіталу, який характеризується певними показниками, що рекомендовані Міністерством економіки України та Держкомстатом України.

Система управління оборотним капіталом є важливою частиною забезпечення ефективної діяльності підприємства. Це пояснюється тим, що оборотний капітал охоплює велику кількість елементів як внутрішнього матеріально-речового,

сті ФПГ найбільш обґрунтованим буде використання групи результатів, які стосуються використання капіталу, зниження витрат та підвищення рентабельності.

Особливу роль як в економічній системі держави, так і в діяльності окремих підприємств відіграє прибуток. Важливе значення має прибуток і для діяльності ФПГ. Прибуток традиційно відносять до критеріїв оптимальності використання ресурсів ФПГ, як кінцеву мету будь-якої комерційної організації, приріст капіталу (майна) ФПГ, покращення фінансового стану ФПГ у цілому і його окремих учасників, збільшення об'єму випуску продукції промисловою підсистемою ФПГ, мінімізацію використання окремих видів ресурсів (зовнішні кредитні ресурси і так далі).

Важливе значення у сфері управління ресурсами ФПГ, на думку Н. А. Адаєвої [1], має і управління інформаційними ресурсами.

Відзначимо, що серед сукупності завдань управління ресурсами ФПГ, управління інформаційними ресурсами (ІР) відповідають наступні:

- управління витратами на експлуатаційне забезпечення інформаційної підсистеми ФПГ;
- управління витратами на її інформаційне забезпечення (всі види інформації, пов'язаної з діяльністю ФПГ).

Загалом можна стверджувати, що консолідована звітність та ефективна система управління ІР є оптимальними інструментами в системі ресурсного управління на рівні ФПГ. Інформаційні ресурси безпосередньо інтегруються до складу управлінського інструментарію, для прикладу – в багаторівневій системі бюджетування та складання консолідованої звітності ФПГ. Тобто саме цей вид ресурсів складає сучасну технологічну основу ефективного менеджменту бізнесу [2].

Отже, ефективна система управління інформаційними ресурсами є важливим інструментом у системі ресурсного управління на рівні ФПГ.

Також інформаційні ресурси ключову роль відіграють і в інвестиційній, маркетинговій та організаційній діяльності сучасних ФПГ, тому питання, які стосуються оптимізації розвитку управління інформаційними ресурсами ФПГ, є актуальними на сучасному етапі. Вирішення зазначених нами питань дозволить забезпечити компроміс між бажанням отримати максимальний приріст капіталу та прибуток і мінімізацією витрат на розвиток ІР.

Значний вплив на економічний розвиток фінансово-промислових груп (ФПГ) мають інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), інформація, знання, процеси інформатизації. В процесі їх розвитку відбувається модернізація старих форм бізнесу та з'являються його нові форми, нові методи, інструменти і стратегії управління.

М. Кастельє [4] слушно зазначає: інформація в сукупності з ІКТ і знаннями стає одним із найважливіших чинників успішного функціонування будь-якої економічної системи бізнесу та виробництва.

Використання ІКТ у бізнесі ФПГ підвищуватиме ефективність як внутрішніх, так і зовнішніх операцій компаній. Також при використанні ІКТ буде забезпечено більш оперативну взаємодію постачальників і клієнтів, а також буде оптимізовано синтез попиту та пропозиції.

Що стосується підвищення результативності фінансово-промислової групи, то на увагу заслуговує модель мінімізації витрат, яка розроблена О. В. Шаповаловим [9]. Її зміст полягає в ефективній координації транснаціональною фінансово-промисловою групою діяльності логістичного утворення, що поєднує виробничі та комерційні підприємства.

Результатом використання моделі даної моделі [9] має стати максимізація прибутку для

транснаціональних фінансово-промислових груп, а для держави – рівноправне включення в інтернаціоналізаційні процеси через створення передумов співробітництва на міждержавному рівні.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** У підсумку зазначимо, що методичні принципи ефективності функціонування ФПГ стосуються наступних аспектів:

- оперативної адаптації до змін оточуючого середовища;
- підвищення продуктивності праці;
- розробки стратегії випуску продукції та підвищення якості продукції;
- збільшення доходів і покращення фінансового стану ФПГ;
- прийняття управлінських рішень, із урахуванням можливостей підприємства використання трудових, матеріальних, фінансових ресурсів, технології продукції, що випускається;
- пошуку шляхів удосконалення діючого виробництва, наявних технологій та продукції, що випускається;
- розподілу ризику шляхом зосередження дій підприємства на декількох продуктах і на декількох ринках як умова його виживання.

Що стосується вдосконалення методики та напрямів управління ефективністю діяльності ФПГ, то доцільно розв'язати наступні задачі:

- залучати в інтересах групи нові види ресурсів з метою забезпечення впровадження виробництва конкурентоспроможної продукції;
- включати до складу ФПГ не тільки великі, але і середні та дрібні підприємства;
- урізноманітнити види і форми діяльності фінансових організацій у межах груп, включаючи в їхній склад не тільки універсальні, але і спеціалізовані банки, інвестиційні фонди і фінансові компанії. Це дозволить більш гнучко залучати та використовувати тимчасово вільні фінансові ресурси зі зменшенням ризику їхніх втрат;
- проводити дослідження кон'юнктури ринку з метою виходу на нові сегменти ринку;
- розширити механізм створення в межах ФПГ дочірніх, залежних компаній і спільних підприємств, у тому числі із залученням закордонного капіталу;
- здійснювати оптимізацію структури основного капіталу з метою покращення його стану, збільшення завантаження, оновлення та підвищення ефективності його використання.

Отже, оскільки головною метою створення ФПГ є отримання більш високих фінансових результатів від спільної діяльності її членів порівняно з результатами їх діяльності за рамками інтегрованого об'єднання, а основним фінансовим результатом їх діяльності є прибуток, то питанням, які стосуються управління ефективності діяльності промислово-фінансових груп, та напрямам їх удосконалення слід приділяти більше уваги та постійно працювати над їх удосконаленням.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Адаева Н. А. Повышение эффективности использования информационного ресурса в управлении промышленности : дисс. канд. эконом. наук: спец. 08.00.05 “Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка” / Н. А. Адаева. – М., 2003. – 173 с.
2. Андреева Т. В. Развитие инновационной деятельности в современной экономической системе : дисс. канд. эконом. наук: спец. 08.00.05 “Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка” / Т. В. Андреева. – Казань, 2005. – 185 с.
3. Бругян К. С. Удосконалення методики управління ефективністю діяльності промислово-фінансових груп / К. С. Бругян // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Х., 2012. – № 1. – С. 25-28.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс // ЦЕУ. – М., 2000. – № 4. – С. 115.
5. Попова С. М. Диверсифікація діяльності промислових підприємств як елемент антикризового управління / С. М. Попова // Економіка розвитку : наук. журнал. – № 4(24). – Х. : ХДЕУ, 2010. – С. 30-32.
6. Сафронова О. Механізми державного сприяння розвитку інтегрованих корпоративних структур у промисловості України [Електронний ресурс] / О. Сафронова. – 2014. – № 2 // Вісник Національної академії державного управління. – Режим доступу: [http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/1\\_47/47.pdf](http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/1_47/47.pdf).
7. Управление по результатам / [общ. ред. и предисл. Я. А. Лентанна пер. с финск.]. – М. : Издательская группа “Прогресс”, 1993. – 320 с.
8. Урікова О. М. Структура і система функціонування інформаційних ресурсів корпоративних підприємств / О. М. Урікова // Збірник наукових праць. Логістика. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. – Львів, 2012. – № 735. – С. 229-235.
9. Шаповалов О. В. Інтернаціоналізація світової економіки через створення транснаціональних фінансово-промислових груп : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.02 “Світове господарство і міжнародні економічні відносини” / О. В. Шаповалов ; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2008. – С. 14.
10. Челомбітько Т. В. Розвиток фінансово-про-

мислових груп у національній економіці / Т. В. Челомбітько // Проблеми економіки. – К., 2012. – № 4. – С. 40-43.

## REFERENCES

1. Adaeva, N. A. (2003), *Povyshenie jeffektivnosti ispol'zovanija informacionnogo resursa v upravlenii promyshlennosti* : diss. kand. jekonom. nauk: spec. 08.00.05 “Rozvitok produktivnih sil i regional'na ekonomika” / N. A. Adaeva. – M., – 173 s.
2. Andreeva, T. V. (2005), *Razvitie innovacionnoj dejatel'nosti v sovremennoj jekonomicheskoj sisteme* : diss. kand. jekonom. nauk: spec. 08.00.05 “Rozvitok produktivnih sil i regional'na ekonomika” / T. V. Andreeva. – Kazan',. – 185 s.
3. Brutian, K. S. (2012), *Udoskonalennia metodyky upravlinnia efektyvnistiu diial'nosti promyslovo-finansovykh hrup*, *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*. *Ekonomichni nauky*, № 1, s. 25-28.
4. Kastel's M. (2000), *Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul'tura*, *CEU*, №4, s. 115.
5. Popova, S. M. (2010), *Diversifikacija dijial'nosti promislovih pidpriemstv jak element antikrizovogo upravlinnja*, *Ekonomika rozvitku*, № 4(24), HDEU, H., s. 30-32.
6. Safronova O. (2014), *Mehanizmi derzhavnogo sprijannja rozvitku integrovanih korporativnih struktur u promislovosti Ukraïni*, № 2, *Visnik Nacional'noi akademii derzhavnogo upravlinnja*, available at: [http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/1\\_47/47.pdf](http://www.ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/1_47/47.pdf).
7. *Upravlenie po rezul'tatam* (1993), obshh. red. i predisl. Ja. A. Lentanna per. s finsk., *Izdatel'skaja gruppa “Progress”*, M., 320 s.
8. Urikova, O. M. (2012), *Struktura i sistema funktsionuvannia informatsijnykh resursiv korporativnykh pidpriemstv*, *Zbirnyk naukovykh prats'. Lo-histyka. Visnyk Natsional'noho universytetu “L'vivs'ka politekhnika”*, № 735, s. 229-235.
9. Shapovalov, O. V. (2008), *Internatsionalizatsiia svitovoi ekonomiky cherez stvorennia transnatsional'nykh finansovo-promyslovykh hrup : avtoref. dys. na zdobuttia stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.02 “Svitove gospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny”*; *Donets. nats. un-t, Donets'k*, s. 14.
10. Chelombit'ko, T. V. (2012), *Rozvytok finansovo-promyslovykh hrup u natsional'nij ekonomitsi*, *Problemy ekonomiky*, № 4, s. 40-43.

Митник С. І.,  
здобувач, Львівська комерційна академія, м. Львів

## КВАЛІФІКАЦІЯ ОБСЛУГОВУЮЧОГО ПЕРСОНАЛУ ЯК ЧИННИК УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ

***Анотація.** Сформульовано авторське визначення поняття “обслуговуючий персонал”. Висвітлено провідні фахові та психологічні критерії підбору, навчання, мотивації та управління персоналом ресторану. Показано зміну вимог до роботи працівників в умовах технологічних нововведень та сучасних тенденцій у ресторанному бізнесі. Проведено аналіз основних напрямків роботи керівника ресторану з працівниками залу ресторану та висвітлено ефективні засоби впливу на покращення результату праці, шляхом навчання, проведення тренінгів, застосування мотиваційних впливів. Підкреслено домінуючу роль особистісних і професійних якостей працівника у процесі обслуговування гостей ресторану як фактор подальшого успішного просування послуг цього закладу на ринку.*

**Ключові слова:** обслуговуючий персонал, менеджер, адміністратор, управління персоналом, мотивація, сфера послуг, тренінг, ресторанний бізнес, етична культура, культура обслуговування, якість послуги.

Mytnyk S. I.,  
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

## QUALIFICATIONS OF STAFF AS A FACTOR OF SUCCESSFUL RESTAURANT ACTIVITY

***Abstract.** Author's definition of “staff” concept is formulated. The leading professional and psychological criteria for selection, training, motivation and management of restaurant staff are highlighted. The changing requirements to employees work in terms of technological innovations and current trends in the restaurant business are showed. The analysis of the main directions of restaurant manager work with restaurant hall staff is done and the effective means of influencing its performance through education, training, motivational influences are highlighted. It is emphasized on the dominant role of personal and professional qualities of the employee providing service for the guests of the restaurant as a factor of further successful promotion of restaurant services in the market.*

**Keywords:** staff, manager, administrator, personnel management, motivation, services, training, restaurant business, ethical culture, culture of service, quality of service.

**Постановка проблеми.** Актуальність даної теми полягає у можливості застосування висвітлених напрямків роботи з обслуговуючим персоналом ресторану на практиці для вирішення проблеми подальшого підвищення результативності надання послуг гостинності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Незважаючи на те, що проблемам організації ефективної діяльності обслуговуючого персоналу ресторанного господарства відведено вагоме місце у наукових працях вітчизняних та закордонних вчених Кабушкина Н. І., Бондаренка Г. А. [5], Колота А. М. [6], Зигеля Л., Зигеля С., Ленгера Х., Ленгера Р., Штиклера Г., Гутмайера В. [4], Уокера Дж. Р. [10], Умбрайт В.Т., існує цілий ряд нерозроблених аспектів цього напрямку. Зокрема: не узгоджено критерії вибору і показники професійної кваліфікації персоналу, форми і методи мотивації, не вивчено проблеми активізації діяльності

персоналу в умовах модернізації ресторанного господарства.

**Постановка завдання.** Однією з актуальних проблем для будь-якого закладу ресторанного господарства є підбір персоналу. Для того, щоб заклад успішно функціонував, потрібно не лише обґрунтувати концепцію, встановити сучасне технічне обладнання та оформити інтер'єр. Центральним і визначним є людський фактор – людина з її фаховими вміннями і професійними навичками, креативністю, емоціями, обізнана у ресторанній сфері – обслуговуючий персонал.

Обслуговуючий персонал – команда спеціалістів обізнаних у сфері гостинності, які виконують різноманітні функції, спрямовані на задоволення потреб гостя шляхом обслуговування, відповідно до встановлених стандартів, норм та правил. У залі ресторану це офіціант, бармен, хостес, сомельє, адміністратор залу.

Крім того, персонал – це ще й інструмент продажу. Обсяг продажу залежить від того, яка робоча атмосфера панує в ресторані і чи задоволені співробітники своєю працею. Звідси необхідність постійного стимулювання працівників [1]. Практична потреба у науковому визначенні взаємозалежностей між цими факторами в діяльності ресторану спонукала нас до вибору даної теми дослідження.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Кожен ресторан – складний об'єкт із поставленим механізмом, який повинен ефективно працювати. Рушійною силою цього механізму є праця людини як ланки обслуговуючого персоналу ресторану, яка виступає не лише його обличчям, але і найбільше відображає душу закладу, передаючи внутрішні настрої усього підприємства гостю.

Ресторанний бізнес у сфері обслуговування посідає особливе місце. Тут дуже важливим є працівник, оскільки для того, щоб обслужити одного гостя, потрібно задіяти близько шести-восьми осіб, і саме працівник цієї сфери дев'яносто відсотків свого робочого часу проводить у спілкуванні.

Дотичними до цієї теми є результати дослідження вчених А. Парасурамана, В. Зейтамля і Л. Беррі, які розробили перелік показників якості послуг, виявивши, що споживачі користуються в основному простими критеріями незалежно від виду послуг. Зокрема, це: доступність: послугу легко отримати в зручному місці, в слухний час, без зайвого очікування її надання; комунікабельність: опис послуги виконаний на мові клієнта і точно; компетентність: обслуговуючий персонал володіє необхідними навиками і знаннями; ввічливість: персонал привітний, поважний і дбайливий; довірливість: на заклад і його службовців можна покластися, оскільки вони дійсно прагнуть задовольнити будь-які запити клієнтів; чуйність: службовці чуйні й творчо підходять до вирішення проблем і задоволення запитів клієнтів; безпека: послуги, що надаються, не несуть з собою ніякої небезпеки або ризиків і не дають приводу для яких-небудь сумнівів; відчутність: такі компоненти послуги правильно відображають її якість; розуміння/знання клієнта: службовці прагнуть якнайкраще зрозуміти потреби клієнта і кожному з них приділяють увагу. Виходячи з вищенаведених критеріїв, видно, що провідне місце займають саме особистісні та професійні якості працівників сфери послуг.

Кожен заклад ресторанного господарства веде боротьбу за кваліфікованого працівника. Попри те, що на ринку праці пропозиція персоналу ресторанної сфери велика, професіоналів тут одиниці. Відповідно, основним завданням менеджера, керівника повинні бути саме навчання та підготовка, а не пошук готових працівників.

При прийомі на роботу менеджер керується досвідом роботи працівника, зазначеному в резюме, кількістю та престижністю закладів, у яких йому доводилося працювати, здобутими там вміннями та навичками.

Проте слід враховувати, що сьогодні роботодавець вже не вважає великий перелік ресторанів у резюме свідченням значного досвіду, а швидше може зробити висновок про недостатню вірність своєму місцю роботи [2]. Це найбільш типовий метод підбору кадрів. Крім того, не варто забувати, що у ресторанній сфері є особлива специфіка роботи, певна категорія гостей, обрана тематика закладу, що впливає на особливості трудового процесу. Отже, визначальну роль займає постійне навчання персоналу.

Щодо специфіки роботи у сфері послуг, то тут слід зауважити: для її працівників вкрай важливі такі якості, як відкритість, комунікабельність, доброзичливість і стресостійкість. Саме їх необхідно виховувати та заохочувати у потенційних та вже працюючих офіціантів, барменів, адміністраторів та інших співробітників. Протягом робочого дня доводиться вирішувати багато поточних питань, долати проблемні ситуації і в той же час залишатися привітним із гостями та колегами. У ресторанах високого класу ретельно підходять до виявлення всіх вищезазначених якостей: при влаштуванні на роботу кандидату пропонують пройти спеціальне тестування, яке наочно демонструє, наскільки людина готова до роботи в цій специфічній індустрії [5, с. 156; 6, с. 150].

Вагомими проблемами при підборі персоналу є те, що конкуренція у даній сфері невпинно зростає, кожного дня відкриваються нові заклади, а серед працівників переважає молодь із постійним бажанням шукати щось краще, низький рівень мотивації працівників деякими роботодавцями, незначна ймовірність кар'єрного росту, не надто високий рівень оплати праці й престижності роботи у порівнянні із закордонними колегами. З іншої сторони, деякі підприємства ресторанного господарства дають людині, яка прийшла працювати в ресторан, можливість просування службовими сходинками, професійне зростання та підвищення кваліфікації і всередині галузі можливість переходити з одного ресторану в інший – заклад більш високого класу в межах однієї мережі або групи ресторанів. Роботу і кар'єру в ресторані сьогодні можна віднести до категорії стабільних [2].

Вдалим, на нашу думку, прикладом роботи з обслуговуючим персоналом є лідер індустрії швидкого харчування “Макдональдс”. Попри численні труднощі, такі як висока плинність кадрів через монотонність роботи, важку фізичну працю, рівень престижності цієї праці у суспільстві, високу розбіжність в оплаті між молодшим обслуговуючим персоналом та вищим управлінським персоналом, – дана мережа послідовно вдосконалює управління персоналом та працює над ліквідацією недоліків.

У сучасних умовах запроваджується новий погляд на персонал, який відображає зростання роль людського фактора в діяльності організації, залежність від якості, мотивації та характеру праці кожного працівника. Інвестиції у розвиток персоналу розглядаються як довгостроковий фактор конкурентоспроможності підприємства. Тому

успішний досвід управління персоналом компанії “Макдональдс” повинен ретельно досліджуватися та впроваджуватися на вітчизняних підприємствах харчової індустрії [9].

“Бізнес роблять люди” – персонал, отже, потрібно цей персонал “зробити”.

Для закладів, які тільки відкриваються підбір персоналу, – великий і складний процес, що складається з послідовності етапів: пошук персоналу – його навчання та підготовка – проведення тренінгів та підвищення рівня кваліфікації – проведення атестації – формування команди. Для закладів, які вже функціонують і мають основу персоналу, підбір нових кадрів матиме дещо іншу послідовність: пошук кадрів – влиття в команду – навчання та підготовка – проведення атестації – проведення тренінгів та курсів підвищення кваліфікації.

В зарубіжній літературі, присвяченій індустрії гостинності, за останні десятиліття було багато написано про процеси, які стосуються людських ресурсів, проблеми, що постають перед людськими ресурсами, їх діяльність, їх права, але мало було сказано про людей, які управляють цими процесами.

В індустрії гостинності підприємства більше націлені на те, щоб кожна їхня дія мала прибутковий характер. Закордонний фахівець готельно-ресторанної справи В.Т. Умбрайт стверджує: “... індустрія гостинності відводила останнє місце управлінню людськими ресурсами, а зусилля індустрії були націлені на отримання негайних вигод і на операційні питання, пов’язані з ринком”. Опитані ним менеджери готельно-ресторанних комплексів відводили невелике значення питанням, пов’язаним із взаємовідносинами з працівниками і поділом обов’язків персоналу. [7]

При цьому природа управління людськими ресурсами визначає ефективність бізнесу і досягнення окремих його членів. Потрібно брати до уваги і невідчутні вигоди, такі як поліпшення моральної атмосфери, задоволення роботою працівників та ін. А отже, керівнику, менеджеру, адміністратору слід постійно займатися підвищенням продуктивності праці свого персоналу. Тому ефективними є проведення курсів із підвищення кваліфікації та тренінгів для працівників. Для цього можна додатково залучати спеціально обізнаних спеціалістів. Оскільки дуже швидко розвиваються технології, розширюється асортимент товару, вдосконалюються і корегуються методи обслуговування та продаж, дуже ефективним є проведення тренінгів по винах, віскі, коньяках, каві, чаю, воді, сигарах, по особливостях обслуговування конфліктних гостей чи гостей різних національностей, по методах ефективних продаж, по вдосконаленню вміння спілкуватися, по етикету, іноземних мовах професійного спрямування, і цей список можна ще довго продовжувати. У сучасному світі особливо важливими вважаються міжкультурні компетенції, здатність працювати з людьми різної

національності, конфесії й культури, підкреслює Г. Ауернхаймер [3]. Так, стандартом ресторанів класу люкс, а особливо при 4- і 5-зіркових готелях є володіння всім персоналом не менш як трьома мовами. Кожен такий тренінг дає працівникові об’єм нової інформації, розширює знання і вміння, дає відповіді на запитання, а отже забезпечує впевненість і позитивно впливає на подальший результат праці.

Мотивація – ще один ключ до формування “правильного” персоналу. Лише вмотивована людина зможе віддавати роботі більше і краще. Це ще одне завдання для керівника – знайти, що стане мотивацією для його конкретного підлеглого. Це може бути і грошова винагорода, і підвищення у посаді, проста похвала чи безперервний контроль з боку керівництва. Неодмінно вагомою мотивацією є розуміння працівником того, що йому подобається робота і що тут він на своєму особливому місці.

Також важливою вимогою до обслуговуючого персоналу ресторану є висока етична культура. Це значимий критерій при підборі й розстановці кадрів, особливо на посади офіціантів, барменів, метрдотелів, які є центральними фігурами в залі ресторану. Основне правило обслуговування – до всіх без виключення гостей персонал повинен бути бездоганно ввічливий, уважний і тактовний.

Етична культура праці визначається в першу чергу рівнем кваліфікації та професійної майстерності кадрів, їх загальноосвітньою підготовкою і передбачає достатній рівень їх особистої загальної й професійної культури, етикету, етики та естетики праці. Від працівників ресторану вимагається наявність абсолютної дисципліни у виконанні професійних обов’язків, високого загальнокультурного рівня, дотримання правил службового та професійного етикету. Для етики службових відносин важливими є такі якості, як взаємоповага і взаємодопомога, виконавча дисципліна та творчий підхід до справи, сумлінність та відповідальність, уміння працювати у команді.

Професійна етика покладається в основу взаємовідносин із клієнтами і вимагає від працівника ввічливості та коректності, тактовності, доброзичливості, чуйного ставлення до гостя. На жаль, багатьма працівниками сфери обслуговування не враховується: саме слово “обслуговування” походить від слова “служити” гостю, що неможливо без щирого бажання прислужитися йому, бути йому корисним. У паризькому готелі “Цезар Рітц” зберігається історія про офіціанта, який, працюючи в ресторані готелю більше 25 років, завжди вмів догодити клієнтам. Причому весь цей час ніхто з них не здогадувався, що той був глухим і бездоганним виконанням замовлень гостей був зобов’язаний умінню їх вгадувати і передбачати. Тобто висока майстерність гостинності передбачає вміння вгадати бажання гостя, випередити його очікування. Естетична культура праці базується на дотриманні законів естетики – науки про красу. Вона полягає не тільки у створенні естетичного середовища, в якому

відбувається процес обслуговування = гарний інтер'єр, відсутність подразників, що заважають емоційному комфорту, але й включає естетику зовнішнього вигляду працівника, особисту гігієну, формений одяг, наявність смаку у використанні косметики, прикрас та аксесуарів, естетику поведінки (гарні манери, жести, культура мовлення, привітний вираз обличчя, посмішка). Це дозволяє створити обстановку максимальної сприятливості, емоційної рівноваги, комфорту. Підвищення рівня культури праці передбачає правильний підбір кадрів, наявність постійної системи навчання та підвищення їх кваліфікації, рівня загальної культури та зацікавленості у спільних результатах діяльності через ефективну мотивацію.

Безперечно, вагомим критерієм завжди залишається дух команди, коли кожен знає та виконує свою лінію роботи, коли діє ієрархія в системі керівництва, коли в певній ситуації кожен готовий підстрахувати чи виручити свого колегу, а основне, коли кожен робить усе для гостя. Бо основним об'єктом праці обслуговуючого персоналу ресторану є гість, його потреби, бажання та особливості, його комфортний відпочинок та гастрономічне задоволення.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Дослідивши ряд вагомих факторів, які впливають на роботу обслуговуючого персоналу ресторану, можна дійти висновку, що вирішальними у роботі з гостем є не лише рівень підготовки та кваліфікації, але і особистісна сутність працівника, відображена у його етичній культурі, вмінні спілкуватися з різними категоріями гостей та прагненні максимально якісно надати послугу.

Актуальним надалі є більш глибоке дослідження різних мотиваційних впливів на результат роботи, а також особливостей психологічної підготовки працівника ресторанної сфери.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гостеприимный маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://guest-marketing.com>.
2. Обслуживающий персонал – это лицо ресторана [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cavabara.com/obsluzhivayushhij-personal-eto-lico-restorana/>.

3. Auernheimer G. Interkulturelle Kompetenz und pädagogische Professionalität. – Leske & Budrich. Opladen 2002. – 235 s.

4. Ресторанный сервис. Основы международной практики обслуживания / [Зигель Л., Зигель С., Ленгер Х. и др.]. – М. : Центрполиграф, 2007. – 288 с.

5. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. пособие / Кабушкин Н. И., Бондаренко Г. А. – [2-е изд.]. – Мн. : Новое знание, 2001. – 216 с.

6. Колот А. М. Мотивация персонала : підручник / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2006. – 340 с.

7. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства (отели и рестораны) / Г. А. Папирян. – М. : Экономика, 2000. – 207 с.

8. Питер Ф. Друкер. Эффективный управляющий / Питер Ф. Друкер. – М. : Вильямс, 2007. – 222 с.

9. Рей Крок McDonald's: Как создавалась империя / Рей Крок. – М. : Альпина Паблишер, 2008. – 400 с.

10. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство : учебное пособие / Уокер Дж. Р. – М. : Юнити-Дана, 2012. – 735 с.

## REFERENCES

1. Gostepriimnyj marketing, available at: <http://guest-marketing.com>.
2. Obsluzhivajushhij personal – jeto lico restorana, available at: <http://cavabara.com/obsluzhivayushhij-personal-eto-lico-restorana/>.
3. Auernheimer G. (2002), Interkulturelle Kompetenz und pädagogische Professionalität, Leske & Budrich. Opladen, 235 s.
4. *Restorannyj servis. Osnovy mezhdunarodnoj praktiki obsluzhivaniya*, [Zigel' L., Zigel' S., Lenger H. i dr.] (2007), Centrpoligraf, M., 288 s.
5. Kabushkin, N. I. and Bondarenko, G. A. (2001), *Menedzhment gostinic i restoranov*, 2 nd ed, Novoe znanie, Mn., 216 s.
6. Kolot, A. M. (2006), *Motyvatsiia personalu*, KNEU, K., 340 s.
7. Papirjan, G. A. (2000), *Menedzhment v industrii gostepriimstva (oteli i restorany)*, Jekonomika, M., 207 s.
8. Piter F. Druker (2007), *Jeffektivnyj upravljajushhij*, Vil'jams, M., 222 s.
9. Rej Krok (2008), *McDonald's: Kak sozdavalas' imperija*, Al'pina Pablisher, M., 400 s.
10. Uoker Dzh. R. (2012), *Vvedenie v gostepriimstvo*, Juniti-Dana, M., 735 s.



НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК  
ЛЬВІВСЬКОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ АКАДЕМІЇ

Збірник наукових праць

**СЕРІЯ ЕКОНОМІЧНА**

Випуск 50

Літературний редактор – Муравицька Н. О.  
Коректор – Кашуба М. І.

Комп'ютерний макет видавництва  
Львівської комерційної академії

Підписано до друку 25.03.2016 р.  
Формат 60x84/8. Папір офсетний.  
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.  
25 др. арк. 23,36 ум. др. арк. 19,23 облік. видавн. арк.  
Тираж 300 прим. Зам. 34.

---

Віддруковано в друк. видавництва Львівської комерційної академії  
79011, м. Львів, вул. У. Самчука, 6. Тел. 276-07-75. e-mail drook@iac.lviv.ua  
Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України  
серія ДК № 246 від 16.11.2000 р.