

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ВИПУСК 53

ЛЬВІВ
ВИДАВНИЦТВО ЛЬВІВСЬКОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
2017

Вісник Львівського торговельно-економічного університету / [ред. кол.: Куцик П. О., Барна М. Ю., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2017. – Вип. 53. – 184 с. – (Економічні науки).

Збірник наукових праць
Випуск 53

Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна перейменовано у Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки.

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 Львівського торговельно-економічного університету. Протокол засідання Ради № 3 від 10 листопада 2017 року.

Редакційна колегія:

Куцик Петро Олексійович, к.е.н., проф. (головний редактор);
Барна Марта Юріївна, д.е.н., проф. (заступник головного редактора);
Семак Богдан Богданович, д.е.н., проф. (заступник головного редактора);
Перепьолкіна Олена Олександрівна, к.е.н., доц. (відповідальний секретар);
Апопій Віктор Володимирович, д.е.н., проф.;
Ааронсон Е. Вільям, Ph.D, As.Pr. (США);
Башнянин Григорій Іванович, д.е.н., проф.;
Васильців Тарас Григорович, д.е.н., проф.;
Виноградова Олена Володимирівна, д.е.н., проф.;
Господаровіч Анджей, Dr.hab., As.Pr. (Республіка Польща);
Дайновський Юрій Анатолійович, д.е.н., проф.;
Слейко Василь Іванович, д.е.н., проф.;
Ковалик Наталія Василівна, к.філол.н., доц.;
Лебедева Світлана Миколаївна, д.е.н., проф. (Республіка Білорусь);
Мерський Януш, Ph.D, Pr. (Республіка Польща);
Мізюк Богдан Михайлович, д.е.н., проф.;
Міценко Наталія Григорівна, д.е.н., проф.;
Міщук Ігор Пилипович, д.е.н., проф.;
Редченко Костянтин Іванович, д.е.н., проф.;
Сафонов Юрій Миколайович, д.е.н., проф.;
Флейчук Марія Ігорівна, д.е.н., проф.;
Черкасова Світлана Василівна, д.е.н., проф.;
Шавга Лариса Афанасьівна, д.е.н., проф. (Республіка Молдова);
Шевчук Віктор Олексійович, д.е.н., проф.;
Шимановська-Діанич Людмила Михайлівна, д.е.н., проф.

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

ISSN 2522-1205 (Print)

ISSN 2522-1213 (Online)

Електронна версія : <http://www.lute.lviv.ua/education/nauk-vydan/visnyk-ekon/>

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Варналій З. С., Лунак Р. Л., Рудик С. А.

ЗАСОБИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ
ТЕРИТОРІЯХ У СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ПОДОЛАННЯ ДИСПРОПОРЦІЙ
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ.....5

Васильців Т. Г., Флейчук М. І., Лунак Р. Л.

ПРІОРИТЕТИ І ЗАСОБИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ
БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ В УКРАЇНІ.....10

Куцик В. І., Жихарцева О. О.

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМ...20

Лейбович А. В., Череп А. В.

КОНЦЕПЦІЯ ПОБУДОВИ РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ РЕГІОНУ НА БАЗІ ВИКОРИСТАННЯ
ТЕОРІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ТА КОМПЕТЕНТИСНОГО ПІДХОДУ.....27

Підхомний О. М., Журба О. Ю.

ТЕНДЕНЦІЇ БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
РОЗВИТКУ ЛЬВОВА.....33

Батьковець Н. О., Батьковець Г. А.

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ УКРАЇНИ НА РИНКУ
МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....37

Слейко В. І., Демчишин М. Я., Кожан Д. В.

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ДИНАМІКИ.....42

Чех М. М.

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УМОВАХ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ
ЗАМІЩЕННЯ ІМПОРТУ: ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ.....49

Яциук В. І.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМ В ІНДУСТРІЇ
ТУРИЗМУ.....56

Лихолат С. М.

КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОСМИСЛЕННЯ БАЗОВИХ КАТЕГОРІЙ “МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО”
ТА “МАЛИЙ БІЗНЕС”.....61

Гудзовата О. О.

КРИПТОВАЛЮТИ У ГРОШОВО-КРЕДИТНІЙ СФЕРІ: ТЕХНОЛОГІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА
БЕЗПЕКА.....66

Колянко О. В.

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
УКРАЇНИ.....71

Вірт М. Я., Клепанчук О. Ю.

ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ.....76

Озимок Г. В.

МОНІТОРИНГ ЯКОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ТУРИСТСЬКОЇ ОСВІТИ.....82

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Гончар О. І.

ЕКОНОМІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ОПТИМІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ.....86

<i>Миценко Н. Г., Різник Д. В.</i>	
ЕФЕКТИВНА МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	90
<i>Федулова І. В.</i>	
СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ РИЗИК-АПЕТИТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	96
<i>Мищук І. П., Гадада В. Г., Марій О. Т.</i>	
ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	102
<i>Заярна Н. М., Цицяла Н. С.</i>	
АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ ТА АЛГОРИТМ ЇЇ ОЦІНКИ.....	109
<i>Бабенко О. М.</i>	
ХАРАКТЕРИСТИКИ СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЛІДЕРСТВА В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	116
<i>Кліпкова О. І.</i>	
ОПТИМІЗАЦІЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ.....	122
<i>Грищенко І. В., Білецька Н. В., Клівіденко Л. М.</i>	
ФАКТОРИ І ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА...	128
<i>Медвідь Л. Г., Левкович А. В.</i>	
ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ВИТРАТ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	132
<i>Олексин І. І.</i>	
ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	138
<i>Гуштан Т. В.</i>	
СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ.....	146
<i>Скупейко В. В.</i>	
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ЩОДО ЕТАПІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	151
<i>Тучковська І. І., Полотай Б. Я.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ФРАНЦІЇ.....	156
<i>Сментина Н. В.</i>	
УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	160
<i>Куцик В. І., Хомицький А. І., Кук М. І.</i>	
СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	166
<i>Дейнека Т. А.</i>	
ПОЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНА КОНЦЕПЦІЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	172
<i>Дубина М. В.</i>	
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ПІЗНАННЯ СУТНОСТІ МЕТОДОЛОГІЇ ЯК НАУКИ.....	178

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

УДК. 332.02 (477)

Варналій З. С.,

д.е.н., проф., професор кафедри фінансів, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

Лупак Р. Л.,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Рудик С. А.,

аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЗАСОБИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ У СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ПОДОЛАННЯ ДИСПРОПОРЦІЙ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

***Анотація.** Обґрунтовано актуальність державної політики стимулювання розвитку малого підприємництва в контексті забезпечення соціально-економічного розвитку віддалених, периферійних та сільських територій держави, становлення ефективного внутрішнього ринку та зміцнення конкурентоспроможності представників вітчизняного бізнесу в цілях їх протидії імпортозалежності. Ідентифіковано головні недоліки функціонування та розвитку суб'єктів малого бізнесу на сільських територіях України. Визначено причини, а також головні чинники, які визначають недоліки розвитку сектора малого бізнесу на сільських територіях України. Обґрунтовано пріоритетні напрями та засоби державної політики стимулювання розвитку представників малого підприємництва на сільських територіях України. Запропоновано засоби, які узгоджують розвиток малого підприємництва та забезпечують вирівнювання диспропорцій економічної безпеки територій держави.*

Ключові слова: розвиток малого підприємництва, економічна безпека держави, розвиток внутрішнього ринку, імпортозаміщення, розвиток сільських територій.

Varnaliy Z. S.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finance, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

Lupak R. L.,

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

Rudyk S. A.,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

INCENTIVES OF THE DEVELOPMENT OF SMALL ENTREPRENEURSHIP IN RURAL AREAS IN THE SYSTEM OF THE STATE POLICY OF OVERCOMING IMBALANCES OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

Abstract. *The urgency of the state policy of stimulating the development of small business in the context of ensuring the socioeconomic development of remote, peripheral and rural areas of the state, establishment of an effective internal market and strengthening of the competitiveness of domestic business representatives for the*

purpose of counteracting import dependence is substantiated. The main shortcomings of the functioning and development of small businesses in the rural areas of Ukraine have been identified. The reasons, as well as the main factors, determining the shortcomings of the development of the small business sector in the rural areas of Ukraine, are determined. The priority directions and means of the state policy of stimulating the development of small business in rural areas of Ukraine are grounded. Proposed means, which coordinate the development of small business and ensure equalization of disproportions of economic security of the state.

Keywords: development of small business, economic security of the state, development of the domestic market, import substitution, development of rural areas.

Постановка проблеми. Загальною тенденцією сучасного розвитку національної економіки є критичний спад соціально-економічного розвитку сільських територій України. Фактично ці тенденції є одним з вагомих чинників загального зниження економічної безпеки України, адже призводять до низької ділової активності та погіршення рівня якості життя сільського населення.

Як показує світовий досвід, власне розвиток малого підприємництва є одним з найбільш дієвих інструментів, по-перше, створення нових підприємств і забезпечення зайнятості на віддалених сільських територіях держави, по-друге, створення внутрішнього продукту, по-третє, отримання населенням доходів, по-четверте, становлення внутрішнього ринку на субрегіональному рівні, по-п'яте, протидії імпортозалежності, по-шосте, вирівнювання критичного відставання параметрів економічної безпеки сільських територій у порівнянні з обласним центром та економічно більш розвиненими територіями.

Таким чином, актуальними є питання визначення передумов та напрямів реалізації державної політики стимулювання розвитку малого підприємництва на сільських територіях у системі державної політики подолання диспропорцій економічної безпеки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичні засади державної політики розвитку малого підприємництва на сільських територіях широко дослідженні у працях таких вітчизняних науковців як В. Бойко, В. Борщевський, О. Булавка, Т. Васильців, В. Геєць, Е. Лібанова, О. Онищенко, М. Сахацький, Л. Шепотько, В. Юрчишин та ін.

Водночас у цих дослідженнях рекомендації відносно стимулювання розвитку малого підприємництва на сільських територіях України в недостатній мірі узгоджені з сучасними найбільш критичними перешкодами функціонування і розвитку цього сектора національної економіки.

Крім того, сільські території характеризуються нижчим рівнем соціально-економічного розвитку порівняно з районними та обласними центрами, містами обласного значення. Це ускладнює реалізацію ефективної регіональної політики, в т. ч. у сфері розвитку підприємництва, якості життя населення, налагодження міжрегіональних зв'язків, стримує культурний розвиток. Таким чином, актуалізується проблема розробки і реалізації дієвих засобів стимулювання розвитку малого підприємництва на сільських територіях України.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування засобів стимулювання розвитку малого підприємництва на сільських територіях у системі державної політики подолання диспропорцій економічної безпеки України.

Вклад основного матеріалу дослідження. За результатами аналізу є підстави стверджувати, що на сьогодні розвиток малого підприємництва на сільських територіях України характеризується такими негативними аспектами:

1. Низька ділова активність і мала кількість суб'єктів малого бізнесу в розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення, обмеженість підприємницьких ініціатив серед сільських жителів. Низька ділова активність населення на сільських територіях є одним із чинників, що стримують розвиток малого підприємництва держави загалом. Спеціалізація малого підприємництва на сільських територіях залишається переважно торговельно-посередницькою. За видами економічної діяльності у 2016 р. найбільшою була частка суб'єктів малого підприємництва, які діяли у сфері торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку – понад 55 %. При цьому частка суб'єктів малого підприємництва у промисловості становила лише близько 13 %, сфері операцій із нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємцям – 9 %, будівництві – 8 %, діяльності транспорту і зв'язку – 5 %. Це свідчить про недосконалість галузевої структури та низький розвиток сектора малого підприємництва в інноваційних та галузях економіки із значною доданою вартістю.

2. Малі обсяги та невисока ефективність фінансово-господарської діяльності представників малого підприємництва, обмеженість їх інтелектуально-кадрового, матеріально-технічного та ресурсного забезпечення.

Так, фінансовий результат до оподаткування малих підприємств на сільських територіях України характеризувався низькими або від'ємними значеннями. Негативними тенденціями характеризуються й показники зайнятості на малих підприємствах. Кадрове забезпечення суб'єктів малого підприємництва на сільських територіях характеризується відпливом економічно найбільш активної частки населення у великі міста та за кордон, а також інерційністю розвитку системи підготовки, перепідготовки та перекваліфікації.

3. Обмежена кількість практик формування інтегрованих торговельно-виробничих систем та

коопераційних відносин за участі малих підприємств.

Ресурсна обмеженість суб'єктів малого підприємства, що здійснюють діяльність на сільських територіях України, та складність доступу до матеріально-технічного забезпечення є одними з головних перешкод збільшення обсягів виробничо-господарської діяльності. Тому для представників малого бізнесу важливим напрямом подальшого розвитку та задоволення ділових інтересів є формування та розширення коопераційних відносин, перевагами яких є формування спільної бази матеріально-технічного та інформаційно-аналітичного забезпечення, консолідація ресурсів та зусиль для виробництва і збуту продукції, зниження рівня виробничих і трансакційних витрат, покращення доступності фінансування, підвищення інвестиційної привабливості.

Пріоритетним видом економічної діяльності для розвитку кооперації на сільських територіях є сільське господарство. Актуалізація ролі кооперативного руху посилюється в умовах необхідності трансформації окремих особистих селянських господарств (далі ОСГ) у товарні форми господарювання, адже згідно з досягненням відповідності вітчизняних умов прийому та заготівлі сільськогосподарської сировини вимогам членства України в СОТ у 2016 р. буде заборонено приймати сільськогосподарську продукцію, вироблену в ОСГ.

Відтак, існує значний потенціал розвитку локальних інтегрованих систем у АПК сільських територій України за участі суб'єктів малого підприємства та започаткування практик перетворення ОСГ у малі та середні підприємства. До прикладу, у Львівській області розроблено близько 60 бізнес-проектів для запровадження малого аграрного підприємства на селі, напрацьовано програму розвитку сільських територій до 2015 р., розроблено аграрний паспорт області, а також видано науково-практичний посібник зі створення сільськогосподарських кооперативів. На базі Львівського національного аграрного університету створено Міжрегіональний навчально-консультаційний центр з розвитку сільських територій, особлива увага в якому приділяється активізації кооперативного руху серед суб'єктів малого підприємства на сільських територіях. За попередніми підрахунками для створення оптимальної кількості кооперативів потрібно приблизно 400 млн грн.

Для сільських територій розвиток кооперації забезпечить активізацію підприємницьких ініціатив, розвиток виробничої інфраструктури, організацію нових ринків.

4. Низький рівень розвитку та ефективності функціонування суб'єктів інституційного забезпечення, відсутність належного дорожньо-транспортного сполучення, достатньої кількості об'єктів ринкової, фінансової, соціальної та інформаційної інфраструктури.

Рівень розвитку інституційного середовища на сільських територіях України не відповідає сучасним вимогам та об'єктивним потребам суб'єктів

господарювання. Якісні послуги щодо підтримки та обслуговування бізнесу, покращення доступу до ресурсів та ринків представники бізнесу можуть отримати лише в обласному та районних центрах, великих містах. На сільських територіях відсутні бізнес-інкубатори, центри підтримки бізнесу, недостатньо використовується такий інституційний інструмент сприяння розвитку малого підприємства, як агенції регіонального чи місцевого розвитку.

Наприклад, у Львівській області функціонують 11 агенцій місцевого розвитку. Проте їхня діяльність здебільшого обмежується організацією та проведенням семінарів-тренінгів, нарад, комунікативних заходів, виготовленням та розповсюдженням тематичних буклетів, розробкою програмних документів. Окремі агенції створювалися виключно під отримання грантів, після виконання яких припиняли активну діяльність. Недостатньою є діяльність агенцій регіонального розвитку стосовно надання інформаційної підтримки, у т. ч. щодо усунення перешкод ведення бізнесу. Мережа агенцій регіонального розвитку є недостатньо розгалуженою, у більшості районів відсутні їх представництва та філії, на низькому рівні залишається поінформованість суб'єктів малого підприємства стосовно діяльності агенцій регіонального розвитку, їх проектів та можливості отримання переваг від налагодження співпраці.

5. Проблеми формування, розвитку та відтворення людського капіталу.

Погіршення соціально-економічного розвитку сільських територій стимулює сільське населення, передусім молодь, до міграції у міста, де більш нащедний ринок праці, розвинена інфраструктура і кращі умови для проживання. Це ускладнює формування та ефективне використання інтелектуально-кадрового потенціалу малого підприємства.

Внаслідок зменшення кількості молодих людей актуалізується проблема "старіння" та "вимирання" сіл, що негативно впливає на самоорганізацію населення та реалізацію підприємницьких проектів і громадських ініціатив, які мають на меті вирішення актуальних господарських, побутових та культурних проблем сільських територій.

Причинами вказаних проблем є:

1. Низький рівень дієвості та ефективності регіональних і місцевих стратегій та програм підтримки малого підприємства, їх орієнтованість на реалізацію невеликої кількості заходів обслуговуючого, а не інвестиційного характеру, причому переважно в обласному центрі.

Відсутність цілеспрямованої інформаційної політики популяризації програмних документів, недостатньо розвинена інформаційна інфраструктура на сільських територіях, відсутність єдиної поетапної реалізованої стратегії розвитку малого підприємства, непродумана політика інформування громадян знижують ефективність державних, регіональних та місцевих програм розвитку малого бізнесу на сільських територіях.

Водночас низький рівень дієвості програм підтримки малого підприємництва зумовлений їх здебільшого декларативним характером, відсутністю конкретних заходів щодо створення нових підприємств чи збільшення обсягів діяльності діючих, започаткування нових видів економічної діяльності, а також неврахуванням специфіки розвитку конкретної території.

2. Неприятливість економіко-правового середовища комерційної господарської діяльності на сільських територіях (обмеженість попиту, ресурсів, інвестицій, занедбаність інфраструктури, недостатність соціально-побутових умов) та несформованість дієвих економічних стимулів до формування і розвитку інвестиційної діяльності малих підприємств, залучення на інвестиційні цілі коштів населення та зовнішніх трудових мігрантів.

На сільських територіях України практично не ведеться діяльність із формування і фінансування інвестиційних, інноваційних та інших фондів розвитку малого підприємництва, підтримки функціонування і розбудови інституційної підприємницької інфраструктури.

За даними результатів опитування керівників 137 вітчизняних підприємств, які здійснювали діяльність у районах Львівської області та освоювали капітальні інвестиції, 17,2 % респондентів негативно оцінюють умови реалізації інвестиційної діяльності на території області. Обмежувальним чинником інвестиційної діяльності є нестача власних коштів для 63,5 % малих підприємств; нестабільна економічна ситуація в країні – для 50,4 %; високі податкові ставки за кредитами – для 47,4 %; існуюча система оподаткування – для 34,3 %; недосконала нормативно-правова база – для 24,1 %; зменшення попиту на товар і послуги – для 19,0 %; вплив контролюючих органів – для 18,2 %; труднощі з отриманням довгострокових кредитів – для 16,8 %. Лише 2,2 % опитаних підприємців вважають, що обмежень для проведення інвестиційної діяльності в районах області не існує.

Недостатніми є економічні та психологічні стимули та механізми залучення грошових коштів трудових мігрантів на сільських територіях України у розвиток малого бізнесу. Попри істотні обсяги переказів, що перевищують обсяги інвестицій, які надходять у економіку сільських територій України, вітчизняні заробітчани в основному витрачають зароблені кошти на споживання (купівля нерухомості, автомобілів, предметів довготривалого вжитку) та оплату навчання дітей. Натомість відсутні дієві механізми до започаткування заробітчанами власної справи, що здебільшого зумовлене низьким рівнем довіри до державних та приватних інституцій, недостатнім рівнем захисту прав інвесторів, високими ризиками ведення бізнесу, високими трансакційними витратами.

3. Відсутність ефективних інституцій та механізмів фінансово-кредитного, інвестиційного та інформаційного забезпечення становлення та розвитку кооперативних відносин між суб'єктами малого бізнесу.

Перешкоди на шляху розвитку кооперативних відносин суб'єктів малого підприємництва зумовлені як об'єктивними (наявність інституційних бар'єрів, недостатність фінансово-кредитного та інвестиційного забезпечення), так і суб'єктивними (нерозуміння керівниками малих підприємств доцільності та економічної необхідності здійснення кооперації, недостатність психологічних стимулів до співпраці) чинниками. Стримує розвиток кооперації і недостатня інформаційна підтримка розвитку та популяризації її переваг, небажання підприємців брати на себе додаткові ризики, втрачати частину контролю над бізнес-процесами та необхідність узгоджувати прийняття управлінських рішень.

Розроблена Кабінетом Міністрів України Стратегія соціально-економічного розвитку сільських територій "Рідне село" значною мірою зорієнтована саме на створення сільськогосподарських кооперативів та підтримку державою дрібних і середніх товаровиробників. Кооперативний рух серед дрібних і середніх виробників є одним із дієвих європейських інструментів сталого розвитку. Через систему кооперації дрібний виробник зможе отримати державну підтримку, донорську допомогу та доступ до кредитних ресурсів. Планується, що Україна запозичуватиме досвід створення кооперативів у США, Канаді, Китаї, Кореї та країнах ЄС. Зокрема, це стосується процесу залучення сільськогосподарської продукції дрібних виробників в економічний обіг.

Видається доцільним запровадження подібної ініціативи в межах стратегії соціально-економічного розвитку регіонів нашої держави, а також у регіональних та місцевих програмах підтримки малого і середнього підприємництва.

4. Недостатня участь місцевих адміністрацій та органів місцевого самоврядування у формуванні сприятливого економіко-правового середовища комерційної господарської діяльності на сільських територіях.

Недостатня ефективність політики регіональних та місцевих органів державної влади і місцевого самоврядування щодо розвитку малого бізнесу значною мірою зумовлена низьким рівнем залучення його представників до вирішення проблем розвитку сільських територій. Недосконалими залишаються існуючі механізми виділення бюджетних коштів і контролю за їх використанням, а високий рівень бюрократизації призводить до втрат часу і зростання трансакційних витрат суб'єктів малого бізнесу.

Недостатнім є рівень залучення коштів програм міжнародної технічної допомоги з метою розвитку малого підприємництва на сільських територіях. На сьогодні місцеві державні адміністрації та органи місцевого самоврядування не забезпечують системне стимулювання діяльності в цьому напрямі і тому реалізація розрізаних проектів та заходів у межах регіональних програм підтримки підприємництва за край незначні кошти неспроможна якісно покращити ситуацію стосовно розвитку малого підприємства.

5. Погіршення людського капіталу, брак навичок, необхідних для започаткування і здійснення підприємницької діяльності, низький рівень престижності праці на селі, обмеженість доходів сільського населення, високий рівень безробіття.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. З огляду на визначені проблеми та перешкоди цільовими орієнтирами державної політики розвитку малого підприємництва на сільських територіях України повинні стати збільшення кількості діючих суб'єктів малого підприємництва, підвищення рівня ділової активності, стимулювання розвитку та поширення місцевих підприємницьких ініціатив серед сільських жителів; покращення ресурсного та матеріально-технічного забезпечення суб'єктів малого підприємництва та підвищення рівня ефективності їх фінансово-господарської діяльності; активізація практик організації інтеграційних та кооперативних процесів між суб'єктами малого підприємництва та іншими секторами економіки; розвиток інституційного забезпечення суб'єктів малого підприємництва, підвищення рівня інвестиційної привабливості сільських територій, розбудова соціально-економічної інфраструктури сільських територій; формування та розвиток лідерських ініціатив серед сільського населення, організаційно-професійних навичок щодо ведення комерційної господарської діяльності.

Перспективними слід вважати напрями наукових досліджень стосовно джерел формування та засобів залучення ресурсного забезпечення державної політики розвитку малого підприємництва на сільських територіях України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойко В. В. Сільські території у формуванні економічної безпеки держави: теоретичний аспект / В. В. Бойко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету : збірник наукових праць. Серія: Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. 11. – С. 64-68.

2. Борщевський В. В. Економічна безпека регіону з урахуванням соціально-економічного потенціалу розвитку сільських територій / В. В. Борщевський // Інноваційна економіка : науковий журнал. – 2014. – № 1. – С. 21-25.

3. Васильців Т. Г. Інструменти господарського механізму розвитку сільських територій як передумова вирівнювання просторово-територіальних диспропорцій соціально-економічної безпеки України / Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак // Бізнес Інформ : науковий журнал. – 2016. – № 11. – С. 167-171.

4. Ксьонжик І. В. Удосконалення організаційно-економічного механізму інфраструктурного забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій України / І. В. Ксьонжик // Вісник Сумського національного аграрного університету : збірник наукових праць. Серія: Економіка і менеджмент. – 2014. – Вип. 12 (62). – С. 208-213.

5. Напрями та засоби розвитку сільських територій в контексті зміцнення соціально-економічної безпеки України : монографія / [за ред. Т. Г. Васильціва, В. В. Бойка]. – Львів : Ліга-Прес, 2016. – 262 с.

6. Організаційно-економічні механізми та засоби нарощування і ефективного використання потенціалу розвитку прикордонних територій західних регіонів України : аналітична доповідь / [за заг. ред. Т. Г. Васильціва]. – Львів : Ліга-Прес, 2014. – 118 с.

7. Плеханов Д. О. Напрями державної політики розвитку сільських територій в Україні / Д. О. Плеханов // Інвестиції: практика та досвід : науковий журнал. – 2014. – № 19. – С. 167-169.

8. Стратегічні пріоритети та механізми інноваційного розвитку сільських територій західного регіону України : монографія / [за ред. Борщевського В. В., Васильціва Т. Г.]. – Львів : Аверс, 2014. – 176 с.

REFERENCES

1. Boyko, V. V. (2015), *Sil's'ki terytoriyi u formuvanni ekonomichnoyi bezpeky derzhavy: teoretychnyy aspekt*, *Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment* : zbirnyk naukovykh prats', 11, 64-68.

2. Borshchevs'kyu, V. V. (2014), *Ekonomichna bezpeka rehionu z urakhuvanniam sotsial'no-ekonomichnoho potentsialu rozvytku sil's'kykh terytoriy*, *Innovatsiyna ekonomika* : nauk. zhurnal, 1, 21-25.

3. Vasyl'tsiv, T. H. and Lupak, R. L. (2016), *Instrumenty hospodars'koho mekhanizmu rozvytku sil's'kykh terytoriy yak peredumova vyrivnyuvannya prostorovo-terytorial'nykh dysproportsiy sotsial'no-ekonomichnoyi bezpeky Ukrainy*, *Biznes Inform* : nauk. zhurnal, 11, 167-171.

4. Ks'onzhik, I. V. (2014), *Udoskonalennya orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu infrastruktturnoho zabezpechennya sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku sil's'kykh terytoriy Ukrainy*, *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment* : zbirnyk naukovykh prats', 12 (62), 208-213.

5. Vasyl'tsiv, T. H. and Boyko, V. V. (2016), *Napryamy ta zasoby rozvytku sil's'kykh terytoriy v konteksti zmitsnennya sotsial'no-ekonomichnoyi bezpeky Ukrainy*, Liha-Pres.

6. Vasyl'tsiv, T. H. (2014), *Orhanizatsiyno-ekonomichni mekhanizmy ta zasoby naroshchuvannya i efektyvnoho vykorystannya potentsialu rozvytku prykorodnykh terytoriy zakhidnykh rehioniv Ukrainy* : analitychna dopovid', Liha Pres.

7. Plekhanov, D. O. (2014), *Napryamy derzhavnoyi polityky rozvytku sil's'kykh terytoriy v Ukraini*, *Investytsiyi: praktyka ta dosvid* : naukovyy zhurnal, 19, 167-169.

8. Borshchevs'kyu, V. V. and Vasyl'tsiv, T. H. (2014), *Stratehichni priorytety ta mekhanizmy innovatsiynoho rozvytku sil's'kykh terytoriy zakhidnoho rehionu Ukrainy*, Avers.

УДК 339.13.024:351.862.4+339.562(477)

Васильців Т. Г.,

д.е.н., проф., професор кафедри фінансів, кредиту та страхування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Флейчук М. І.,

д.е.н., проф., професор кафедри міжнародних економічних відносин, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Лунак Р. Л.,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ПРІОРИТЕТИ І ЗАСОБИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

***Анотація.** Визначено комплекс проблем, що перешкоджають розвитку внутрішнього ринку України та належному забезпеченню його економічної безпеки (на прикладі роздрібної торгівлі). Аналіз динаміки та структури розвитку роздрібної торгівлі в Україні дозволив визначити сприятливі для цього передумови. За результатами аналізу фінансово-економічної ефективності виявлено її недостатність у сфері роздрібної торгівлі. Узагальнено негативні наслідки недостатньо ефективного регулювання економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі в Україні та їх впливу на розвиток національного господарства. З'ясовано, що однією з загроз економічній безпеці роздрібної торгівлі, а через неї й економічній безпеці держави залишається критично високий рівень імпортозалежності внутрішнього ринку. В цілях здійснення більш глибокого економетричного оцінювання стану економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі України проведено низку логічно послідовних методичних дій і заходів.*

Ключові слова: внутрішній ринок, роздрібна торгівля, економічна безпека, державна політика.

Vasyl'tsiv T. H.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of the Finance, Credit and Insurance, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Fleychuk M. I.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Lupak R. L.,

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

PRIORITIES AND MEANS OF STATE POLICY OF ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF DEVELOPMENT OF THE DOMESTIC MARKET IN UKRAINE

***Abstract.** The complex of problems that hinder the development of the domestic market of Ukraine and the proper ensuring of its economic security (on the example of retail trade) is determined. An analysis of the dynamics and structure of retail trade in Ukraine allowed to determine favorable conditions for this. According to the results of the analysis of financial and economic efficiency, its insufficiency in the sphere of retail trade was revealed. The negative consequences of insufficient regulation of economic security of retail trade development in Ukraine and their impact on the development of the national economy are summarized. It is revealed that one of the threats to*

the economic security of retail trade, and because of it to economic security of the state remains a critically high level of import dependence of the domestic market. In order to carry out a more profound econometric assessment of the state of economic security of retail trade in Ukraine, a number of logically consistent methodical actions and measures were conducted.

Key words: domestic market, retail, economic security, state policy.

Постановка проблеми. Розвиток внутрішнього ринку та забезпечення його економічної безпеки обумовлено значною кількістю факторів, які на рівні державної управлінської системи повинні бути врегульованими, їхня дія спрогнозованою та підлягати постійному моніторингу. Так, одну з важливих ролей у забезпеченні життєдіяльності соціально-економічних систем держави та її регіонів, економічного зростання та підвищення якості життя населення як передумов розвитку внутрішнього ринку відіграє роздрібна торгівля. Водночас ефективність регулювання розвитку роздрібною торгівлі є однією з макроекономічних передумов швидкості та ефективності посткризового відновлення держави. Своєю чергою, збалансований та стабільний розвиток роздрібною торгівлі як виду економічної діяльності потребує свого належного державного планування і регулювання, особливо важливе місце в системі якого посідає забезпечення економічної безпеки галузі.

Проте недостатньо ефективна державна політика планування і регулювання економічної безпеки розвитку роздрібною торгівлі в Україні, підсилена зовнішніми та внутрішніми ризиками і загрозами фінансово-економічної нестабільності, призвела до недостатнього виконання функцій сфери товарного обігу, концентрації торгівлі в мережах і посилення її монополізації, зниження ресурсної забезпеченості та інноваційної активності роздрібних торговельних суб'єктів господарювання, тінізації галузі, диференціації та деформації розвитку торгівлі у міських і сільських поселеннях, за регіонами та між обласними центрами і рештою територій.

Вказані чинники не лише стримують позитивні тенденції в роздрібною торгівлі, але й перешкоджають розвитку національного господарства. Негативні аспекти стану та тенденцій розвитку роздрібною торгівлі призводять до зменшення ВВП, послаблення ролі торгівлі у раціоналізації та підвищенні ефективності господарських зв'язків, економічному відтворенні, скорочення надходжень до бюджетів, зниження зайнятості та доходів населення, погіршення якості життя, погіршення конкурентного середовища, інвестиційної привабливості територій, консервування процесів просторово-структурних диспропорцій розміщення продуктивних сил.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам державного регулювання розвитку внутрішнього ринку приділено значну увагу в працях вітчизняних і зарубіжних науковців: В. Апопія, М. Барни, І. Бланка, З. Варналія, В. Геєця, Д. Гілберта, П. Куцика, А. Мазаракі, Н. Міценко, Р. Пребіша, О. Собкевич, О. Старовойтової, А. Сухорукова,

Дж. Хелінера та ін. Обґрунтування дієвих механізмів, інструментів, заходів та засобів реалізації завдань розвитку вітчизняного внутрішнього ринку в сфері економічної безпеки держави є об'єктом досліджень таких науковців, як Я. Базилюк, Д. Венцьковського, В. Власюка, В. Волошина, В. Горбуліна, С. Давиденка, А. Двігун, Я. Жаліла, Д. Ляпіна, Д. Олійник, А. Павлюк, Д. Покришки, О. Шарова, О. Шевченко, К. Юрченко. Проте особливості сучасного посттрансформаційного і посткризового періоду розвитку національної економіки, недостатні темпи її зростання, кількісні та якісні показники ефективності функціонування роздрібною торгівлі обумовлюють потребу в обґрунтуванні нових пріоритетних напрямів та засобів державної політики активізації і поширення масштабів розвитку внутрішнього ринку в Україні та, при цьому, забезпечення необхідного рівня економічної безпеки.

Постановка завдання. Метою дослідження є наукове обґрунтування пріоритетних напрямів і засобів реалізації державної політики забезпечення економічної безпеки розвитку внутрішнього ринку в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз динаміки та структури розвитку роздрібною торгівлі в Україні дозволив визначити сприятливі передумови. Це збільшення розмірів підприємств, обсягів їх діяльності, розширення торгових площ (торгова площа роздрібною торгівлі в розрахунку на один магазин збільшилася за 2000-2016 рр. майже у 2,5 рази, а забезпеченість торговою площею магазинів у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення – на понад 25 %), збільшення товарних запасів, активів та власного капіталу, збільшення ролі роздрібною торгівлі в забезпеченості зайнятості населення (табл. 1). Натомість за результатами аналізу фінансово-економічної ефективності виявлено її недостатність у сфері роздрібною торгівлі.

Так, низькою (8,7 р. станом на 2016 р.) залишається оборотність товарних запасів, від'ємною – рентабельності операційної діяльності, фінансового результату до оподаткування та чистого прибутку, високою залишається частка збиткових підприємств – 20,8 %, низькими – ліквідність та фінансова стійкість. Ці характеристики засвідчують нестійкий фінансово-економічний стан підприємств, а відтак і галузі (табл. 2).

Таблиця 1

Окремі показники ресурсної забезпеченості роздрібної торгівлі України у 2000, 2005, 2008-2010, 2013-2016 рр. (складено за [2])

Показники	Роки									Темпи зростання, % / абсолютні відхилення, ±	
	2000	2005	2008	2009	2010	2013	2014	2015	2016	2016 до 2000	2016 до 2015
Кількість підприємств, тис. од.	220,1	138,0	120,7	112,1	110,2	110,4	94,0	93,6	82,3	37,4	87,9
Частка в загальній кількості підприємств, %	53,1	43,3	29,7	29,5	28,3	28,1	27,5	27,3	26,9	-26,2	-0,4
Кількість об'єктів торгівлі, тис. од.	103,2	75,2	69,2	65,3	64,8	59,8	49,6	49,6	49,3	47,8	99,4
Забезпеченість об'єктами торгівлі на 10 тис. ос., од.	21	16	15	14	14	13	12	12	12	57,1	-
Забезпеченість торговою площею на 10 тис. ос., м ²	1437	1355	1753	1744	1842	2073	1806	1805	1808	125,8	100,2
Чисельність зайнятого населення у торгівлі, млн ос.	3,12	4,18	4,74	4,73	4,83	4,56	3,97	3,51	3,52	112,8	100,3

Таблиця 2

Окремі показники фінансово-економічної ефективності роздрібної торгівлі України у 2000, 2008-2009, 2013-2016 рр. (складено за [2])

Показники	Роки							Темпи зростання, % / абсолютні відхилення, ±	
	2000	2008	2009	2013	2014	2015	2016	2016 до 2000	2016 до 2015
Роздрібний товарооборот на одну особу населення, грн	585	5338	5015	9520	10194	11380	13029	22,3 р.	114,5
Роздрібний товарооборот на один м ² торгової площі, тис. грн	4,1	30,5	28,8	46,0	56,5	63,2	72,2	17,6 р.	114,2
Роздрібний товарооборот у розрахунку на одного працівника, тис. грн/ос.	10,9	51,5	48,6	92,2	107,8	138,9	158,1	14,5 р.	113,8
Середній коефіцієнт оборотності товарних запасів, рази	...	9,6	8,6	9,1	9,4	9,2	8,7	-	-0,5
Рентабельність операційної діяльності, %	1,0	-0,2	4,5	10,2	-12,8	-0,9	-0,3	-1,3	0,6
Частка збиткових підприємств, %	36,3	36,0	37,7	32,8	33,3	23,9	20,8	-15,5	-3,1

На рис. 1 подані найбільш істотні недоліки стану функціонування роздрібної торгівлі України, які й обумовлюють критично гострі загрози безпеки розвитку цього виду економічної діяльності в Україні.

Це насамперед зменшення торгової площі та кількості зайнятих на ринках, концентрація торгівлі в мережах і витіснення дрібних магазинів, посилення монополізації галузі, істотні диференціації розвитку роздрібної торгівлі у регіональному аспекті, між міськими та сільськими поселеннями (2,3 р. за обсягами

роздрібного товарообороту на одну особу, 3,1 р. за торговою площею, 1,5 р. за забезпеченістю населення об'єктами торгівлі, 2,0 р. аптеками та аптечними пунктами), невисока ресурсна забезпеченість роздрібних торговельних суб'єктів господарювання, низька інноваційна активність, невисокий рівень розвитку інтернет-торгівлі та мала частка безготівкової форми розрахунку, наявність істотного тіньового та необлікованого секторів [1, с. 256-260; 7, с. 201-254].



Рис. 1. Узагальнення негативних наслідків недостатньо ефективного регулювання економічної безпеки розвитку роздрібно́ї торгівлі в Україні та їх впливу на розвиток національного господарства (авторська розробка)

Однією з загроз економічній безпеці роздрібно́ї торгівлі, а через неї й економічній безпеці держави залишається критично високий рівень імпортозалежності внутрішнього ринку (рис. 2), що

підтверджується дією таких стимулюючих імпортозалежності чинників, як переважаючі темпи нарощування імпорту над розширенням місткості внутрішнього ринку, невисокі доходи та купівельна

спроможність населення, несформованість виробничо-торгової та дистрибуційної інфраструктури просування товарів, виготовлених на території держави, доступність роздрібних торговельних мереж для проникнення імпорту, а також слабкістю чинників імпортозаміщення, зокрема низького фінансово-економічного стану та можливостей внутрішнього виробництва, зносом його матеріально-технічної бази та низької інноваційної активності [4, с. 20-29; 8, с. 301-322; 9, с. 52-60]. Ситуація особливо критична для виробництва непродовольчих товарів, де частка імпорту збільшилася в масштабах, значно

на 1 об'єкт роздрібною торгівлі; індекси фізичного обсягу роздрібною товарообороту підприємств; тривалість обороту товарних запасів у роздрібній мережі підприємств; продуктивність праці у роздрібній торгівлі; частка прибуткових підприємств роздрібною торгівлі; рентабельність операційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі; кадрової складової: частка зайнятого населення у роздрібній торгівлі; середньомісячна номінальна заробітна плата в роздрібній торгівлі; частка працевлаштованих незайнятих трудовою діяльністю громадян у торгівлі; рівень вакантності робочих місць у

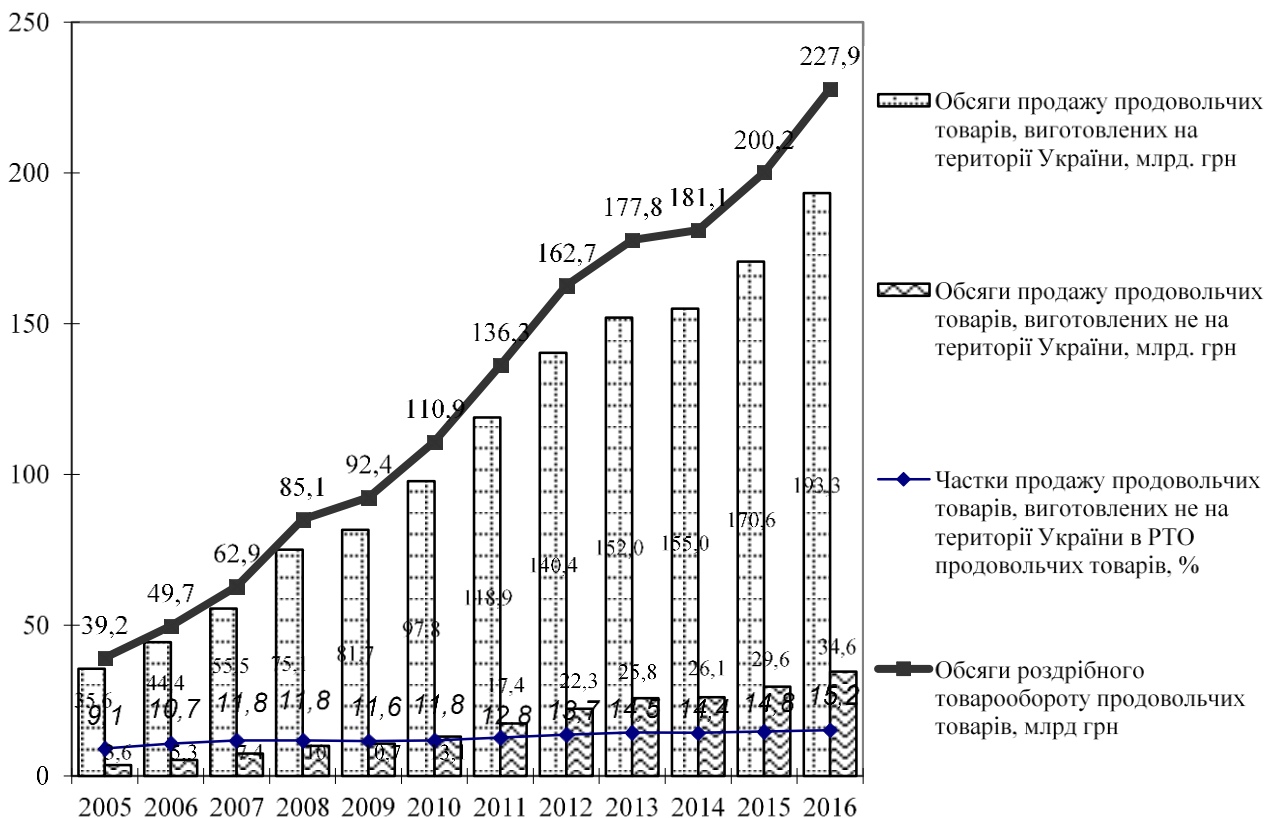


Рис. 2. Тенденції зміни обсягу продажу непродовольчих товарів, частки непродовольчих товарів у структурі роздрібною товарообороту та частки непродовольчих товарів, виготовлених не на території України, у 2005-2016 рр. (складено за [2])

більших за потенціал вітчизняного виробництва.

В цілях здійснення більш глибокого економічного оцінювання стану економічної безпеки розвитку роздрібною торгівлі України проведено низку методичних дій і заходів. Загальну логіку методики аналізу подано на рис. 3. Отримана інформаційна база слугуватиме кращим підґрунтям для прийняття більш виважених та ефективних управлінських рішень профільними органами влади в контексті посилення економічної безпеки роздрібною торгівлі.

Інформаційною основою для проведення аналізу послугували значення індикаторів за складовими економічної безпеки аналізованого виду економічної діяльності. База даних відповідних показників була сформована за регіонами держави за період 2010-2016 рр. Так, у межах фінансової складової аналізувалися показники: роздрібною товарооборот

роздрібною торгівлі; чисельність зайнятих на 1 м² торгової площі; соціальної складової: роздрібною товарооборот на 1 особу; забезпеченість населення мережею роздрібною торгівлі; забезпеченість населення торговою площею у магазинах; коефіцієнт відношення номінальної до мінімальною заробітної плати; інвестиційної складової: частка капітальних інвестицій у роздрібною торгівлі; обсяг інвестицій на 1 м² торгової площі; обсяг інвестицій на 1 зайнятого в роздрібною торгівлі; техніко-технологічної складової: фондоозброєність в роздрібною торгівлі; фондовіддача в роздрібною торгівлі; рівень зносу основних засобів у роздрібною торгівлі [3, с. 21-40; 5, с. 208-231; 6, с. 147-189].

У табл. 3 наведені результати оцінювання складових економічної безпеки аналізованого виду економічної діяльності за регіонами України у 2016 р.



Рис. 3. Послідовність методики оцінювання економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі України (авторська розробка)

Встановлено, що загалом у роздрібній торгівлі держави головні функціональні складові економічної безпеки знаходяться на низькому рівні. Втім, найвищим значенням характеризувалися фінансова (0,39) та соціальна (0,36) складові. Найменш забезпеченими були інвестиційна (0,08) та техніко-технологічна (0,19) складові.

Варто відмітити області, де особливо критично низькими виявилися інтегральні значення функціональних складових безпеки. Так, відносно фінансової складової безпеки це Дніпропетровська, Івано-Франківська та Миколаївська області; кадрової – Кіровоградська область; соціальної – Дніпропетровська, Кіровоградська та Одеська області; техніко-технологічної – Донецька та Кіровоградська області; інвестиційної – Житомирська, Закарпатська та Чернівецька області.

У табл. 4 відображено динаміку інтегральних значень функціональних складових економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі України у 2010-2016 рр.

У контексті формування висновків відносно стану безпеки важливо наголосити на негативних тенденціях. Так, щодо фінансової безпеки, то істотно погіршилися значення для роздрібної торгівлі таких регіонів, як Дніпропетровська, Івано-Франківська та Миколаївська області; відносно кадрової безпеки в найбільшій мірі ускладнилася ситуація для Кіровоградської області; в системі соціальної безпеки погіршилося положення для Дніпропетровської і Кіровоградської областей; у межах інвестиційної компоненти безпеки значно знизилася позиція Закарпатської, Київської і Львівської областей. Відтак, є підстави до висновку, що більшість регіонів з низькими значеннями складових економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі характеризуються ще й тенденціями до погіршення ситуації. Відтак, саме в цих областях доцільно активізувати державну політику зміцнення параметрів економічної безпеки галузі.

Таблиця 3

**Результати оцінювання складових економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі
України у 2016 р.**

Регіони	Складові безпеки				
	фінансова	кадрова	соціальна	техніко-технологічна	інвестиційна
Вінницька	0,54	0,38	0,41	0,19	0,12
Волинська	0,42	0,36	0,53	0,20	0,22
Дніпропетровська	0,08	0,26	0,19	0,19	0,12
Донецька	0,48	0,33	0,21	0,14	0,09
Житомирська	0,29	0,24	0,39	0,18	0,05
Закарпатська	0,32	0,23	0,49	0,18	0,06
Запорізька	0,52	0,35	0,35	0,18	0,39
Івано-Франківська	0,05	0,31	0,60	0,25	0,84
Київська	0,46	0,22	0,42	0,24	0,07
Кіровоградська	0,25	0,07	0,09	0,15	0,03
Луганська	0,46	0,32	0,45	0,22	0,55
Львівська	0,64	0,25	0,48	0,20	0,30
Миколаївська	0,09	0,31	0,54	0,18	0,15
Одеська	0,54	0,24	0,06	0,19	0,08
Полтавська	0,51	0,43	0,38	0,16	0,05
Рівненська	0,54	0,26	0,36	0,21	0,10
Сумська	0,43	0,29	0,28	0,22	0,16
Тернопільська	0,11	0,39	0,48	0,21	0,08
Харківська	0,38	0,24	0,42	0,21	0,07
Херсонська	0,48	0,28	0,39	0,45	0,06
Хмельницька	0,23	0,24	0,35	0,23	0,10
Черкаська	0,12	0,26	0,32	0,20	0,68
Чернівецька	0,48	0,39	0,43	0,20	0,05
Чернігівська	0,39	0,44	0,96	0,27	0,53
м. Київ	0,32	0,27	0,36	0,20	0,14
Україна	0,39	0,24	0,36	0,19	0,08

Таблиця 4

**Абсолютні відхилення значень складових економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі
України у 2016 р. до 2010 р.**

Регіони	Складові безпеки				
	фінансова	кадрова	соціальна	техніко-технологічна	інвестиційна
Вінницька	0,21	0,05	0,17	0,05	0,03
Волинська	0,06	0,06	0,20	0,03	0,03
Дніпропетровська	-0,25	-0,02	-0,13	0,04	0,05
Донецька	0,21	0,03	0,10	0,05	0,05
Житомирська	-0,04	-0,01	0,13	0,05	-0,01
Закарпатська	-0,03	-0,03	0,16	0,06	-0,52
Запорізька	0,21	0,14	0,15	0,03	0,33
Івано-Франківська	-0,26	0,05	0,33	0,05	0,47
Київська	0,32	-0,01	0,13	0,05	-0,23
Кіровоградська	0,04	-0,16	-0,18	0,02	-0,08
Луганська	0,20	-0,01	0,12	0,05	0,02
Львівська	0,39	0,02	0,20	0,06	-0,19
Миколаївська	-0,24	-0,01	0,24	0,07	0,08
Одеська	0,22	-0,01	0,05	0,06	-0,04
Полтавська	0,28	0,08	0,17	0,04	0,02
Рівненська	0,29	0,04	0,11	0,05	0,06
Сумська	0,17	0,04	0,11	0,05	0,11
Тернопільська	-0,19	0,04	0,20	0,05	-0,07
Харківська	0,10	-0,03	0,18	0,06	-0,04
Херсонська	0,20	0,04	0,18	-0,01	0,02
Хмельницька	-0,04	0,06	0,13	0,05	0,01
Черкаська	0,04	-0,01	0,15	0,02	0,04
Чернівецька	0,23	0,06	0,16	0,05	-0,03
Чернігівська	-0,06	0,00	0,28	0,03	0,14
м. Київ	0,04	0,00	0,13	0,05	0,04
Україна	-0,06	0,02	0,13	0,04	0,03

Інтегральні значення економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі України у 2010, 2012, 2014, 2016 рр.

Регіони	Роки				Абсолютні відхилення, ±	
	2010	2012	2014	2016	2016 / 2010	2016 / 2014
Вінницька	0,22	0,19	0,21	0,31	0,09	0,10
Волинська	0,25	0,27	0,21	0,32	0,07	0,11
Дніпропетровська	0,27	0,33	0,17	0,17	-0,10	-0,01
Донецька	0,13	0,17	0,20	0,22	0,09	0,01
Житомирська	0,16	0,18	0,14	0,19	0,02	0,05
Закарпатська	0,27	0,19	0,15	0,21	-0,06	0,06
Запорізька	0,16	0,19	0,25	0,34	0,18	0,09
Івано-Франківська	0,27	0,37	0,23	0,30	0,03	0,07
Київська	0,22	0,26	0,24	0,25	0,02	0,00
Кіровоградська	0,19	0,22	0,08	0,07	-0,12	-0,01
Луганська	0,31	0,31	0,27	0,40	0,09	0,13
Львівська	0,25	0,27	0,29	0,38	0,13	0,08
Миколаївська	0,18	0,21	0,17	0,21	0,03	0,04
Одеська	0,12	0,17	0,13	0,17	0,06	0,04
Полтавська	0,16	0,18	0,17	0,25	0,09	0,08
Рівненська	0,16	0,18	0,18	0,26	0,10	0,08
Сумська	0,16	0,19	0,19	0,26	0,10	0,07
Тернопільська	0,22	0,25	0,18	0,19	-0,03	0,01
Харківська	0,20	0,19	0,16	0,23	0,03	0,08
Херсонська	0,18	0,20	0,20	0,26	0,07	0,06
Хмельницька	0,19	0,23	0,23	0,24	0,05	0,01
Черкаська	0,26	0,28	0,30	0,33	0,07	0,03
Чернівецька	0,20	0,23	0,20	0,25	0,06	0,05
Чернігівська	0,42	0,46	0,34	0,49	0,06	0,14
м. Київ	0,19	0,22	0,20	0,25	0,06	0,05
Україна	0,14	0,15	0,15	0,19	0,05	0,04

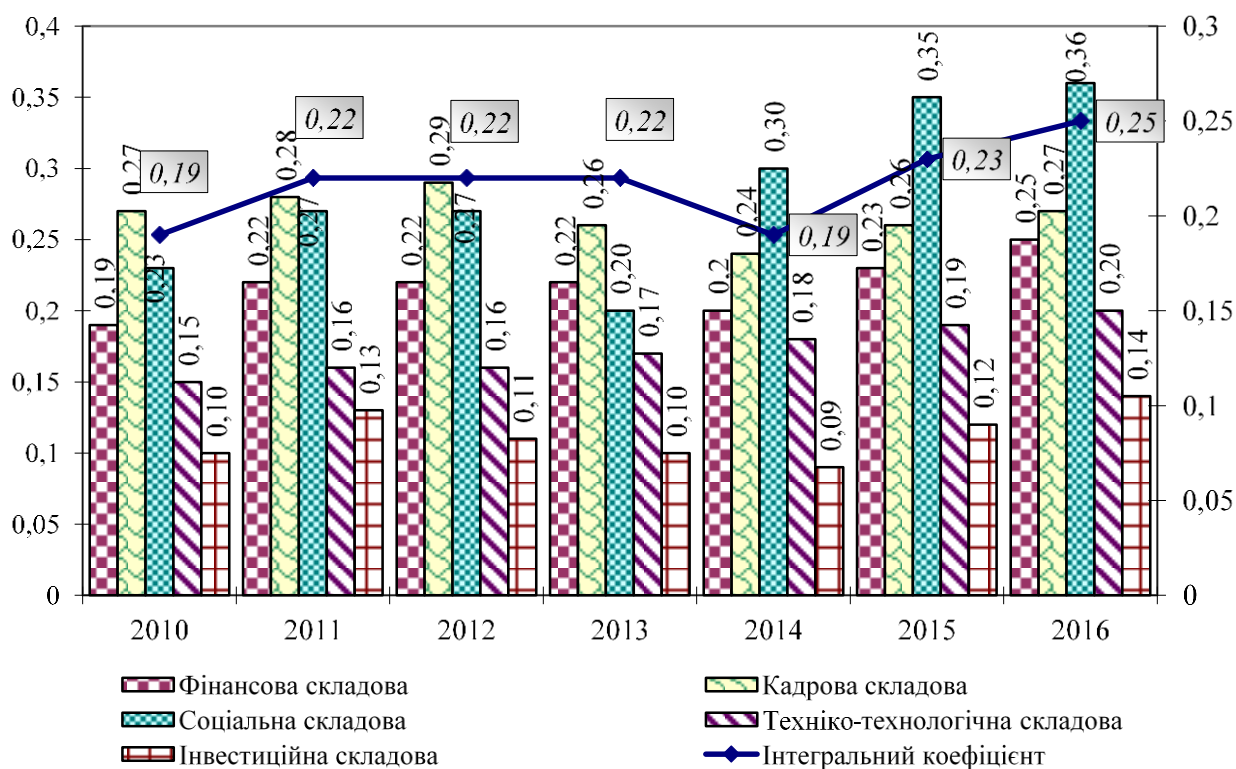


Рис. 4. Інтегральні індекси економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі в Україні у 2010-2016 рр.

У табл. 5 наведені інтегральні значення економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі України у 2010-2016 рр.

Отже, значення стану економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі як для України загалом, так і для кожного з регіонів зокрема є вкрай низькими, що потребує удосконалення державної політики, зорієнтованої на посилення позицій економічної

Як можемо констатувати, за 2010-2016 рр. Інтегральний індекс безпеки розвитку галузі підвищився – з 0,19 у 2010 р. до 0,25 у 2016 р. Звичайно, таку тенденцію варто розцінювати як позитивну, втім, значення безпеки навіть на кінець аналізованого періоду залишається низьким. Звернімо увагу, що за 2010-2016 рр. покращилися значення всіх складових безпеки, окрім кадрової.

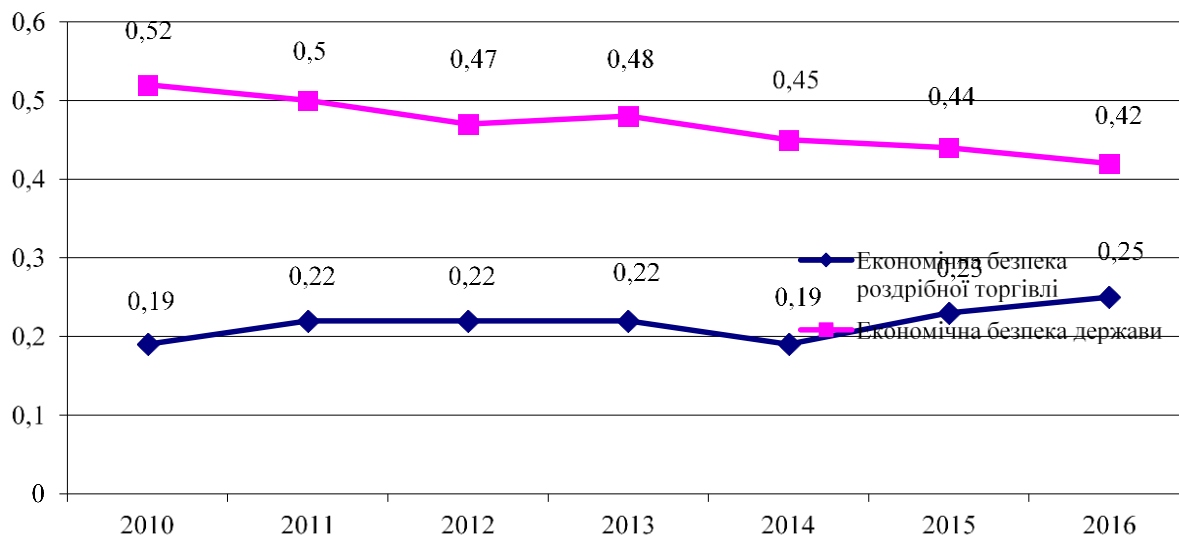


Рис. 5. Інтегральні індекси економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі та економічної безпеки України у 2011-2016 рр.

безпеки аналізованого виду економічної діяльності. При цьому відмітимо погіршення позицій за аналізований період таких областей, як Дніпропетровська, Закарпатська, Кіровоградська та Тернопільська.

На рис. 4 подані інтегральні значення економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі України за 2010-2016 рр. та її функціональних складових.

На рис. 5 відображені результати порівняння стану економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі України та економічної безпеки держави.

Вони підтверджують актуальність удосконалення державної політики, відповідальної за посилення параметрів економічної безпеки аналізованого виду економічної діяльності, адже протягом всього аналізованого періоду рівень економічної

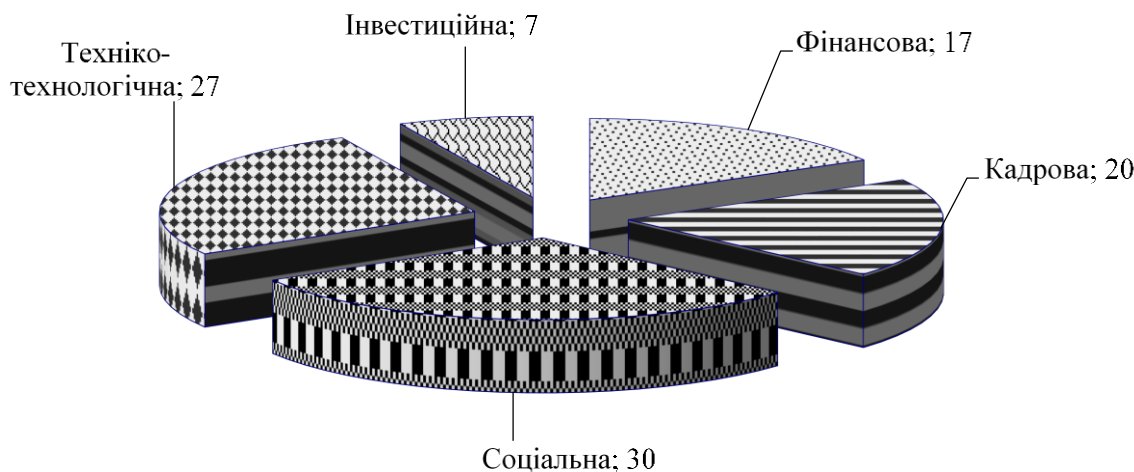


Рис. 6. Структура вагомості складових економічної безпеки розвитку роздрібної торгівлі України за 2010-2016 рр.

безпеки галузі був значно нижчим, ніж рівень економічної безпеки України.

На рис. 6 відображені результати оцінювання вагомості складових економічної безпеки роздрібною торгівлі України, які дозволяють розставити акценти в контексті пріоритетного спрямування зусиль влади. Так, передусім це соціальна та техніко-технологічна складові, які в сукупності визначають 57 % інтегрального стану безпеки. Втім, вважаємо, що предметом державного регулювання мають стати всі складові економічної безпеки галузі.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Забезпечення належної ефективності та керованості процесу державного регулювання економічної безпеки розвитку роздрібною торгівлі потребує поступового удосконалення його інституційно-правового (законодавчого, нормативно-методичного, програмного) та інституційно-організаційного (сукупності інституцій та їх взаємодії) забезпечення.

Діяльність у цьому напрямі має забезпечити удосконалення системи планування і регулювання торговельних відносин між виробниками і споживачами, диверсифікація діяльності роздрібних торговельних підприємств; розширення компетенцій громадських суб'єктів та організацій системи захисту прав споживача; створення стимулів впливу роздрібною торгівлі на формування суспільного продукту і розвиток суспільного виробництва; покращення зайнятості, оплати праці та соціальної безпеки у роздрібній торгівлі; розвиток системи інституційного забезпечення реалізації функцій та підвищення економічної ефективності роздрібною торгівлі; покращення інвестиційно-інноваційного забезпечення розвитку роздрібною торгівлі; удосконалення середовища безпеки та подолання ринкових деформацій; розвиток інституційної інфраструктури роздрібною торгівлі; покращення системи і механізмів управління зовнішньою торгівлею, проведення ефективної зовнішньоекономічної політики.

В умовах системності проблем розвитку роздрібною торгівлі є підстави для реалізації дієвих системно-цільових заходів за всіма напрямками державної економічної політики передусім антициклічної, структурної, бюджетно-податкової, грошово-кредитної, цінової, інвестиційно-інноваційної, регуляторної.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України "Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році". – К. : НІСД, 2016. – 688 с.
2. Державна служба статистики України. Економічна статистика. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Дисбаланси та механізми розвитку внутрішнього ринку України в умовах військових дій на Донбасі : аналітична доповідь [Волошин В. І., Васильців Т. Г., Давиденко С. В. та ін.]. – Львів : В-во ТОВ "Ліга-Прес", 2015. – 84 с.

4. Лупак Р. Л. Державна політика управління безпекою розвитку внутрішнього ринку із застосуванням інструменту імпортозаміщення / Р. Л. Лупак // Економічний форум : науковий журнал. – 2017. – № 4. – С. 20-29.

5. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / [за ред. В. В. Апопія та І. М. Копича]. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.

6. Стратегія та механізми зміцнення просторово-структурної конкурентоспроможності регіону : монографія / [за ред. А. І. Мокія, Т. Г. Васильціва]. – Львів : Ліга-Прес, 2010. – 488 с.

7. Теоретико-методичні засади та прикладні механізми державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі : монографія / [за ред. Куцика П. О., Васильціва Т. Г.]. – Львів : В-во «Растр-7», 2016. – 379 с.

8. Флейчук М. І. Легалізація економіки та протидія корупції у системі економічної безпеки: теоретичні основи та стратегічні пріоритети в умовах глобалізації : монографія / М. І. Флейчук. – Львів : Ахілл, 2008. – 660 с.

9. Vasylytsiv T. H. Justification of strategic priorities of state structural policy of import substitution in Ukraine / T. H. Vasylytsiv, R. L. Lupak // Journal Actual problems of economics. – 2016. – № 1. – P. 52-60.

REFERENCES

1. Analitichna dopovid' do Shchorichnoho Poslannya Prezidenta Ukrayiny do Verkhovnoyi Rady Ukrayiny Pro vnutrishnye ta zovnishnye stanovishche Ukrayiny v 2016 rotsi (2016), NISD, 688 s.
2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny. Ekonomichna statystyka, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Voloshyn, V. I., Vasylytsiv, T. H., and Davydenko, S. V. (2015), Dysbalansy ta mekhanizmy rozvytku vnutrishn'oho rynku Ukrayiny v umovakh viys'kovykh diy na Donbasi, Liha-Pres, 84 s.
4. Lupak, R. L. (2017), Derzhavna polityka upravlinnya bezpekoyu rozvytku vnutrishn'oho rynku iz zastosuvannyam instrumentu importozamishchennya, *Ekonomichnyy forum* : naukovyy zhurnal, № 4, s. 20-29.
5. Apopiya, V. V. and Kopych, I. M. (2012), Sistema rehulyuvannya vnutrishn'oyi torhivli Ukrayiny, Akademvydav, 424 s.
6. Mokiya, A. I. and Vasylytsiv, T. H. (2010), Stratehiya ta mekhanizmy zmitsnennya prostorovo-strukturnoyi konkurentospromozhnosti rehionu, Liha-Pres, 488 s.
7. Kutsyk, P. O. and Vasylytsiv, T. H. (2016), Teoretyko-metodychni zasady ta prykladni mekhanizmy derzhavnogo rehulyuvannya rozvytku vnutrishn'oyi torhivli, LTEU, 379 s.
8. Fleychuk, M. I. (2008), Lehalizatsiya ekonomiky ta protydiya koruptsiyi u systemi ekonomichnoyi bezpeky: teoretychni osnovy ta stratehichni priorytety v umovakh hlobalizatsiyi, Akhill, 660 s.
9. Vasylytsiv, T. H. and Lupak, R. L. (2016), Justification of strategic priorities of state structural policy of import substitution in Ukraine, *Journal Actual problems of economics*, № 1, s. 52-60.

Куцик В. І.,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Жихарцева О. О.,

аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВаниХ КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМ

Анотація. Актуальність статті полягає у необхідності дослідження економічної природи формування інтегрованих корпоративних систем, що сприятимуть зростанню ефективності національної економіки. Метою статті є обґрунтування доцільності створення різнопланових інтегрованих корпоративних систем з метою формування нового вектора розвитку економічних систем. Застосовано аналітичні та експертні методи дослідження, що дозволяють у повній мірі висвітлити шляхи досягнення поставленої мети. В статті зазначено періодизацію виникнення об'єднань підприємств як інтегрованих корпоративних систем, проаналізовано основні передумови, причини та наслідки їх виникнення, відображено основні види інтегрованих корпоративних систем у розрізі визначення та мети створення, зазначено особливості організаційно-економічного механізму управління, ефективність діяльності інтегрованої корпоративної системи. Зосереджено увагу на генезисі понять “економічна інтеграція” та “інтегровані корпоративні утворення”.

Ключові слова: інтеграція, економічна інтеграція, інтегровані корпоративні системи.

Kutsyk V. I.,

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

Zhyhartseva O. O.,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

ECONOMIC NATURE OF FORMATION OF INTEGRATED CORPORATE SYSTEMS

Abstract. The topicality of the article is in the need to study the economic nature of the formation of integrated corporate systems that will enhance the efficiency of the national economy. The purpose of the article is to substantiate the feasibility of creating diverse integrated corporate systems in order to form a new vector for the development of economic systems. Analytical and expert research methods are used to fully reflect the ways of achieving the goal. The article describes the periodization of the emergence of enterprise associations as integrated corporate systems, analyzes the main preconditions, causes and consequences of their emergence, displays the main types of integrated corporate systems in terms of definition and purpose of creation, features of the organizational and economic mechanism for managing the efficiency of the integrated corporate system. Attention is focused on the genesis of concepts of “economic integration” and “integrated corporate education”.

Key words: integration, economic integration, integrated corporate systems.

Постановка проблеми. Активізація інтеграційних процесів супроводжується формуванням різноманітних об'єднань підприємств, і найчастіше це відбувається шляхом створення інтегрованих структур за рахунок злиття та поглинання, що приводить до значного зростання активів новостворених об'єднань, збільшення їх частки на ринку та розширення доступу до передових технологій.

Прогресивна консолідація ринку підприємств полягає у пошуку можливостей, що дозволяють здійснити швидкий розвиток і підвищити їх конкурентоспроможність. Вдало цілеспрямоване злиття або партнерство може створити конкурентну перевагу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дослідження проблематики інтеграції, дослідження природи та особливостей формування корпоративних структур здійснили А. Берлі, Г. Бортіс, О. Вільямсон, А. Гальчинський, В. Геєць, Дж. Гелбрейт, В. Герасименко, Л. Головкова, В. Данніков, Н. Дехтяр, О. Клімова, О. Лібман, А. Мазаракі, А. Маршалл, Т. Мельник, Г. Мінз, Д. Норт, А. Пелипенко, А. Сірко, Л. Федулова, Б. Хейфець, О. Хомяк, Й. Шумпетер, Ю. Червіна, Ю. Якутін.

Постановка завдання. Основним завданням, яке поставлене при написанні статті, є обґрунтування доцільності формування інтегрованих корпоративних систем з метою зростання ефективності національної економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. В буквальному перекладі “інтеграція” - щось ціле, самостійне та окреме. Сучасні підходи, на нашу думку, дещо відійшли від цього трактування, тому варто зазначити, що насамперед “інтеграція” – процес зближення в процесі руху та розвитку відкритих економічних систем для задоволення потреб кожної та генерації нових ефектів об’єднання на макро- та мікрорівні розвитку господарських систем. Характер злиття або поглинання має суттєвий вплив на складність і успіх процесу інтеграції.

Згідно з дослідженнями В. Семенова та В. Герасименко під інтеграцією розуміють “...встановлення таких взаємовідносин між підприємствами, які забезпечують довгострокове зближення генеральних цілей підприємств, що інтегруються, й надають підприємствам такі переваги: зниження рівня невизначеності у постачанні та збуті, обмеження конкуренції, спрощення впровадження технологічних новацій, зниження видатків” [1].

Економічну інтеграцію можна розглядати як процес створення економічних зв’язків, що поєднують економіку. В межах національних економік інтеграція полягає в об’єднанні компаній у великі господарські системи. Вона може бути горизонтальною, якщо інтегрована система складається з компаній, що виробляють однакові або аналогічні продукти, або вертикальною, коли беруть участь різні галузі у різних етапах процесу виробництва кінцевого продукту. Цілі інтеграції підприємств-членів корпоративної системи можуть бути диференційовані (ціноутворення, управління ринком, спільні інвестиції, дослідження поза фінансовими можливостями окремих компаній). Кінцевою метою є завжди досягнення певних фінансових переваг.

У світовій економіці інтеграція передбачає створення зв’язків між державами в певних областях (одна або декілька) економічної діяльності. Ці відносини можуть складатися у формі двосторонніх або багатосторонніх угод, що стосуються конкретних елементів економічної політики (наприклад, мита, виробництва, ціни та реалізації певної сировини, здійснення спільних інвестицій). Вищі форми інтеграції мають форму міжнародних інтеграційних утворень (наприклад, Європейський Союз). Координуючи економічну політику окремих країн, інтеграційні процеси спрямовані на створення умов для вільного руху товарів, капіталу та праці між їх учасниками, сприяння взаємній економічній допомозі, створення нових джерел економічного зростання [2].

Варто відзначити, що процеси утворення перших великих інтегрованих систем промислового і фінансового капіталів, що стали наслідком інтенсивного розвитку виробництва, поглиблення поділу праці й посилення конкурентної боротьби, почалися на межі ХІХ-ХХ ст. Так, англійський економіст

Дж. Гобсон ще в 1902 р. визначив суть імперіалізму як бажання сильних та добре організованих промислових і фінансових груп створювати собі ринки збуту товарів і капіталів [3].

Аналіз періодизації процесів інтеграції та концентрації капіталів різних суб’єктів господарювання дає змогу зазначити, що початок масового утворення інтегрованих коопераційних систем припадає на 30-ті роки ХХ століття. Така тенденція у розвитку національного господарства спричинена кризовими явищами, які поширювалися у всі країни, що провадили зовнішньоторговельну діяльність. Така інтеграція насамперед передбачала горизонтальне та вертикальне кооперування промисловості в галузевому аспекті. У 60-ті в інтеграційні утворення входять фінансові установи, що розширило їх напрями діяльності та забезпечило страхування інвестиційних та фінансових ризиків. У 90-ті роки зросла роль інтернаціоналізації капіталів різних країн та створення транснаціональних інтеграційних систем. В цей період у пострадянському просторі побутувала думка, що апіорі більшість об’єднань підприємств можна назвати корпорацією. Так, один із дослідників корпоративного управління А. Сірко зазначав: корпорація – це особлива форма приватної власності, що здійснює економічно відокремлено, незалежно від інших суб’єктів господарювання функції привласнення й розпорядження обмеженими ресурсами, продуктами та доходами, діалектично знімає суперечності між потребою в нагромадженні капіталу та обмеженістю розмірів індивідуальних капіталів. Таке трактування було узагальненим і, на думку Л. Федулової, відповідає терміну “інтегрована корпоративна система”. Економічною платформою до створення інтегрованих об’єднань була спрямованість світового ринку на глобалізацію, яка, крім негативних наслідків поширення наслідків криз, у більшості країн співпраці забезпечувала мінімізацію витрат та консолідацію капіталів.

У науковій літературі єдиного підходу щодо тлумачення поняття “інтегрована корпоративна система” (ІКС) ще не сформовано, тому ця проблема своєї актуальності не втратила і потребує дослідження та узагальнення. Такий висновок нами зроблено на основі дослідження множини визначень різних науковців цього питання.

На нашу думку, найбільш повне за змістом визначення ІКС дає А. Пилипенко [4], який розуміє під ІКС сукупність неоднорідних за складом економічних агентів, кожен із яких має властиві йому характеристики, між якими існують регулярні істотні взаємозв’язки, що спричиняють взаємообумовлений вплив один на одного. Також автор зазначає: для ІКС характерний взаємозв’язок на основі знань та їх потоків різних юридично самостійних або залежних агентів, які мають спільну мету у вигляді синергійного ефекту.

Ю. Якутін [5], на наш погляд, пропонує найбільш чітке визначення даного поняття, оскільки розглядає ІКС як групу юридично або господарсько самостійних підприємств, що здійснюють спільну діяльність на основі консолідації активів або договірних (контрактних) відносин для досягнення спільних цілей.

Основні форми функціонування інтегрованих корпоративних структур

Назва структури	Мета створення
Холдинг	- розширення торговельних можливостей; - узгодження виробничих та інвестиційних інтересів; - оптимізація оподаткування; - розвиток зовнішньоекономічної діяльності; - оптимізація управління компанією [11]
Фінансово-промислова група	- максимальна концентрація в межах однієї бізнес-структури економічного потенціалу пріоритетних галузей економіки, формування цінової політики;
Південнокорейський чеболь	- встановлення максимального контролю за ринком виробництва і збуту продукції та поширення сфери впливу цієї структури на інші галузі економіки [12]
Мережева компанія	- отримання конкурентних переваг шляхом надання широкої підприємницької свободи підрозділам фірм, націленим на кінцевий результат; - забезпечення адаптації до змінних умов ринкового середовища шляхом орієнтації незалежних підрозділів на окремі, але пов'язані ринки [13]
Японський сюдан	- спеціалізація на операціях з нерухомістю та цінними паперами; - управління універсальними торговельними компаніями
Компанія з дивізійною структурою	- виробництво і збут певної продукції та отримання прибутку, внаслідок чого управлінський персонал верхнього ешелону компанії вивільнюється для вирішення стратегічних завдань [14]
Концерн	- централізація значної частини виробничо-господарських функцій і здійснення всіма учасниками єдиної політики в межах концерну
Конгломерат	- дозволяє учасникам здійснити більший маневр щодо своїх капіталів, можливість інвестування в багатообіцяючий проект без отримання згоди на це інших учасників конгломерату
Консорціум	- здійснення великомасштабних проектів у нових науко- і капіталомістких галузях промисловості чи на стику галузей [15]
Транснаціональна корпорація	- об'єднання різних за розмірами капіталів великої кількості фізичних і юридичних осіб для фінансування сучасних напрямків науково-технічного й організаційного прогресу, нарощування виробничого потенціалу
Стратегічний альянс	- економія на багатьох видах виробничих витрат; - оптимізація НДДКР; - доступ до матеріальних і нематеріальних активів партнерів по стратегічному альянсу [16]
Картель	- координація маркетингової діяльності учасників і окремих елементів бізнес-планування на договірних засадах; - розподіл ринку в частині регулювання цін і умов збуту товарів і послуг [17]

Отже, про складність змісту поняття ІКС свідчить його багатогранність та багатоаспектність, а також і те, що науковці постійно уточнюють та розширюють дану категорію.

Така багатоваріантність у дослідженнях дозволила сформулювати нам власне визначення категорії “інтегровані корпоративні системи” як сукупність суб’єктів господарювання, установ та організацій, що перебувають у русі в напрямі створення договірного чи недоговірної об’єднання, шляхом часткового чи повного поєднання капіталів для отримання синергічного ефекту злиття інтересів.

Основу системи корпоративного законодавства складають Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, закони України “Про господарські товариства” та “Про акціонерні товариства”. Є також інші закони, які складають спеціальне законодавство за сферами діяльності: закони України “Про банки та банківську діяльність”, “Про страхування”, “Про холдингові компанії” [6].

Права та обов’язки кожної зі сторін об’єднання фінансового та промислового капіталу регламентують свої нормативно-правові акти. Так, Закон України “Про холдингові компанії” визначає порядок утворення, діяльності й ліквідації холдингових компаній на основі Цивільного кодексу та інших законодавчих актів, які визначаються особливостями корпоративних підприємств. Господарський кодекс визначає законодавчий базис для об’єднань підприємств, визначає статус підприємства-учасника об’єднання, окреслює майнові відносини. Існує також практика делегування Кабінетом Міністрів України окремим об’єднанням підприємств функцій і повноважень центральних органів виконавчої влади. Зокрема, це здійснено Декретом Кабінету Міністрів України від 19 лютого 1993 р. “Про управління майном, що є у загальнодержавній власності, в будівництві та промисловості будівельних матеріалів”. Цим декретом державним корпораціям, створеним у будівництві та промисловості будівельних

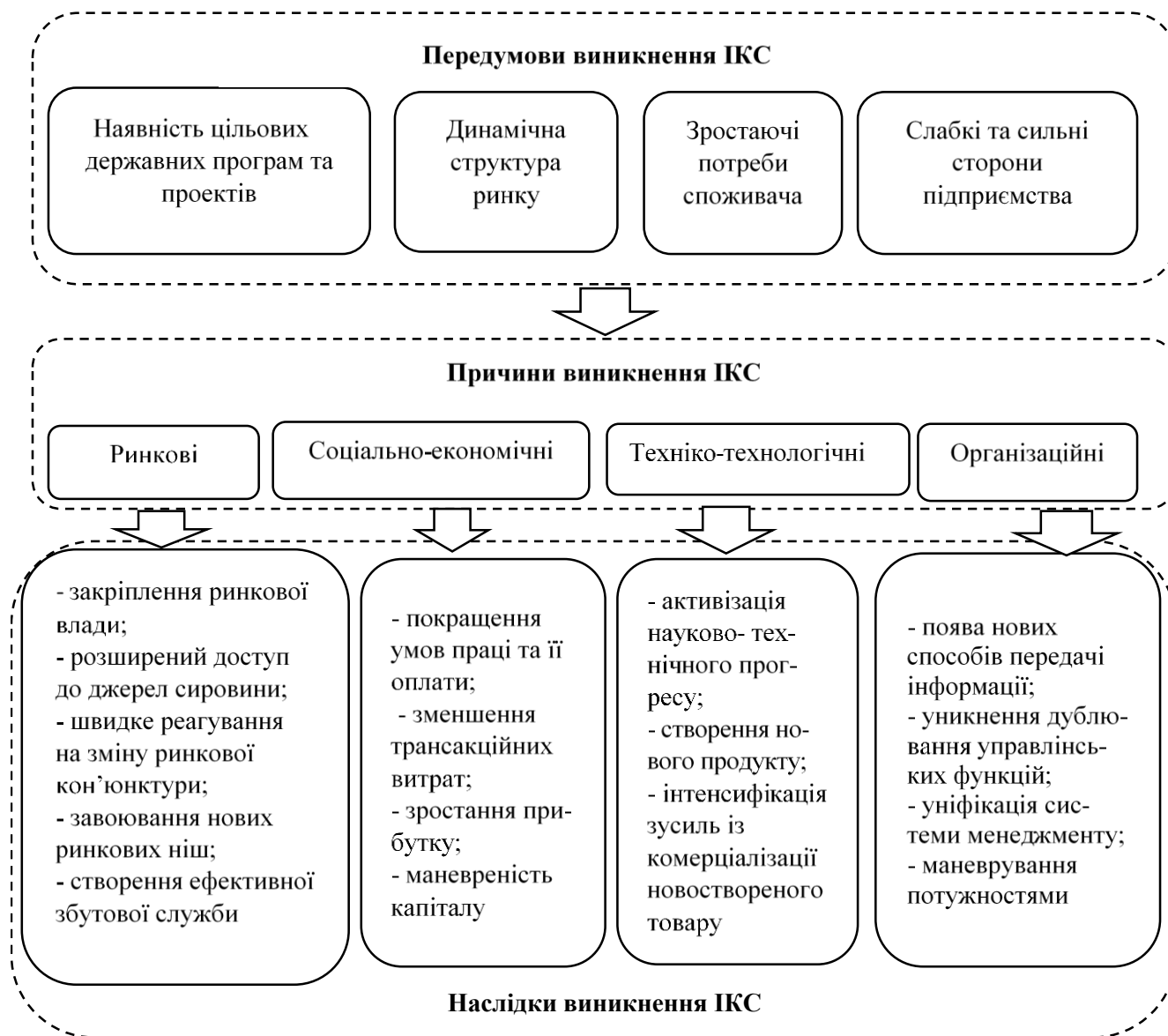


Рис. 1. Передумови, причини та наслідки виникнення ІКС

Джерело: розроблено автором [8]

матеріалів, надано статус центральних органів виконавчої влади, тобто вони є вищестоячими органами щодо підприємств, які входять до об'єднання (господарське право).

У країнах англосаксонської правової системи поняття "корпорація" фактично використовується як синонім юридичної особи.

Якщо інтеграцію сприймати як неминучий процес у будь-якій економічній системі, то варто зауважити, що передумови, які забезпечують його створення, варіюють від прийнятих чи запропонованих державних програм та проектів, можливостей та потреб ринку та слабких та сильних можливостей підприємства. Такі можливості базуються на проблемах зростання масштабів підприємства, нагромадженого капіталу, який варто інвестувати, відсутності можливостей комерціалізувати нові ідеї та ін. Передумови створення ІКС виступають як базис до

виникнення причин змін та трансформацій. Макросередовище створення ІКС складається з переліку економічних, правових, політичних, екологічних, демографічних, соціокультурних та науково-технічних складових, кожна з яких формує базис для виникнення чи згортання інтегрованих корпоративних систем (рис. 1).

Що стосується причин виникнення ІКС, то основними, на думку Н. Болгарової та Т. Паневник, є наступні: організаційні, економічні, технічні, соціальні та інформаційні. Наш поділ причин дещо інший, основна відмінність його полягає в їх укрупненні, що забезпечить ширший спектр наслідків реалізації інтегрованих корпоративних систем [7].

До принципів, що покладаються в основу виникнення ІКС, належать принцип централізації, кооперації та концентрації. Кожен із них відповідає за свій

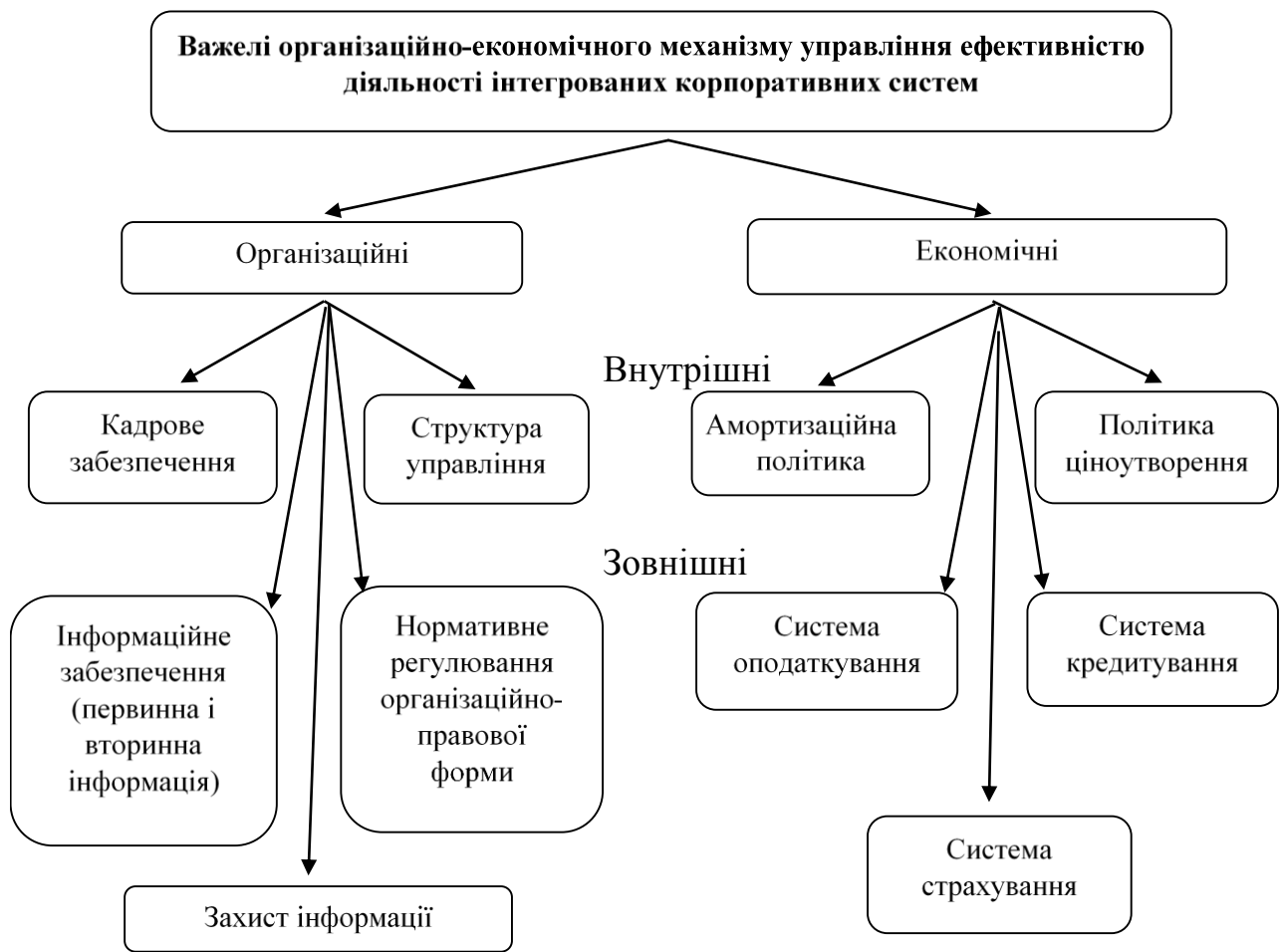


Рис. 2. Важелі організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем

спектр наслідків від інтеграції: від управління ресурсами до страхування виробничих, інвестиційних, технологічних та інших видів ризиків.

Формування ІКС може проходити через три етапи агрегування, що наростаючим підсумком відобразатимуть злиття капіталів:

1. Злиття капіталів окремих підприємств – для зростання потужності кожного окремо через синергійний ефект співпраці.

2. Злиття акціонерних капіталів – для посилення конкурентних позицій, провадження інноваційної діяльності для створення революційних інновацій.

3. Злиття капіталів акціонерних капіталів – для створення транснаціональних корпорацій, завоювання глобальних ринкових позицій, формування нових споживчих тенденцій.

Варто розглянути і основні форми функціонування інтегрованих корпоративних структур. Відповідно до Господарського кодексу України [9] та досліджень Л. Федулової до основних форм функціонування ІКС відносять асоціації, корпорації, консорціуми, холдинги, концерни, фінансово-промислові групи, синдикати, картелі, трести, інші (табл. 1).

Враховуючи масштаби діяльності інтегрованих корпоративних систем та складність їх діяльності, зазначимо, що успішність таких структур залежить від організаційно-економічного механізму управління ефективністю їх діяльності, який охоплює сукупність економічних та організаційних важелів та методів, за допомогою яких здійснюється управління виробничими, фінансово-економічними процесами та відносинами з метою ефективного впливу на кінцеві результати діяльності інтегрованих корпоративних систем.

До важелів організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем належать організаційні, до яких відносять кадрове забезпечення, інформаційне забезпечення, захист інформації, організаційно-правову форму і структуру управління, та економічні: амортизаційна політика, політика ціноутворення, система оподаткування, кредитування та страхування (рис. 2).

Варто зазначити, що поєднання організаційних та економічних важелів дає можливість вибору правильного рішення для оптимізації витрат та

покращення діяльності суб'єкта господарювання та виступає визначальним чинником його ефективної діяльності.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Варто зазначити те, що в сучасних умовах, коли зовнішнє середовище має схильність до змін, інтегровані корпоративні структури повинні постійно трансформуватися та вдосконалюватися і відповідати сучасним вимогам.

Зростання ролі інтегрованих корпоративних систем в економічній системі та орієнтація на економічне зростання стали визначальним чинником високого рівня конкурентоспроможності національної економіки. Тенденції концентрації капіталу, інтеграція підприємств та економік різних держав відображають формування та функціонування інтегрованих корпоративних структур та закономірності розвитку глобального ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Управління регіональним розвитком туризму : навчальний посібник / В. Ф. Семенов, В.Г. Герасименко, Г. П. Горбань, Л. М. Богдєорова. – Одеса, 2011. – 225 с.
2. [tps://zapytaj.onet.pl/encyklopedia/23878,,,,integracja_gospodarcza,haslo.html](https://zapytaj.onet.pl/encyklopedia/23878,,,,integracja_gospodarcza,haslo.html).
3. Дерев'яно Б. В. Економіко-правові питання формування та діяльності промислово-фінансових груп (історичний аспект) / Б. В. Дерев'яно, С. М. Грудницька // Підприємництво, господарство і право. – 2004. – № 6. – С. 3-7.
4. Пилипенко А. А. Конкурентна стратегія й формування системи стратегічного управління розвитком інтегрованої структури бізнесу / А. А. Пилипенко // Науково-технічний збірник комунального господарства міст. – 2005. – № 82. – С. 84-91.
5. Якутин Ю. В. Интегрированные корпоративные структуры: развитие и эффективность / Ю. В. Якутин. – М. : Издат. дом “Экономическая газета”, 1999. – 403 с.
6. Лукач І. Історія становлення корпоративного права в європейських країнах континентальної системи права / І. Лукач // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки. – 2012. – № 91. – С. 42-45.
7. Болгарова Н. К. Транснаціональні корпорації в аспекті розвитку глобалізаційних процесів / Н. К. Болгарова, Т. М. Паневник // Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”. – 2011. – № 1. – С. 56-58.
8. Ганущак-Єфіменко Л. М. Економічна інтеграція як основа розвитку підприємств малого і середнього бізнесу / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 3 (141). – С. 70-46.
9. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
10. Про холдингові компанії в Україні : Закон України від 15.03.2006 р. (із змінами від 13.03.2012)

№ 3538IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua.

11. Лазарева М. Г. Холдинг: його економічна сутність та основи функціонування / М. Г. Лазарева // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер.: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес. – 2013. – № 181 (2). – С. 206-217.

12. Професійна юридична система Мега-Нау [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nau.kiev.ua/>.

13. Корольчук О. П. Франчайзинг як спосіб активізації інтеграції вітчизняного бізнесу в глобальні виробничі та збутові мережі / О. П. Корольчук // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2011. – № 3. – С. 176-185.

14. Юхименко П. І. Міжнародний менеджмент / П. І. Юхименко, Л. П. Гацька, М. В. Півтора. – К. : ЦУЛ, 2011. – 488 с.

15. Скібіцький О. М. Організація бізнесу / О. М. Скібіцький, В. В. Матвєєв, Л. І. Скібіцька : навч. посіб. - К. : Кондор, 2011. - 912 с.

16. Тетюра К. С. Міжнародні стратегічні альянси: причини створення та розпаду [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=8819>.

17. Федулова Л. І. Проблеми формування інноваційних стратегій корпоративних підприємств (за результатами опитування керівників корпоративних підприємств Хмельницької області) / Л. І. Федулова // Український соціум. – 2009. – № 1. – С. 28.

REFERENCES

1. Semenov, V. F. Herasymenko, V. H. Horban, H. P. and Bohadorova, L. M. (2011), *Upravlinnia rehionalnym rozvytkom turyzmu*, Odessa, 225 s.
2. https://zapytaj.onet.pl/encyklopedia/23878,,,,integracja_gospodarcza,haslo.html.
3. Derevianko, B. V. and Hrudnytska, S. M. (2004), *Ekonomiko-pravovi pytannia formuvannia ta diialnosti promyslovo-finansovykh hrup (istorychnyi aspekt), Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo*, № 6, s. 3-7.
4. Pylypenko, A. A. (2005), *Konkurentna stratehiia y formuvannia systemy stratehichnoho upravlinnia rozvytkom intehrovanoi struktury biznesu*, *Naukovotekhnichniy zbirnyk komunalnoho hospodarstva mist*, № 82, s. 84-91.
5. Yakutyn, Yu. V. (1999), *Yntehryrovannye korporatyvnye struktury: razvytye y efektyvnost*, Yzdat. dom “Экономическая газета”, М., 403 s.
6. Lukach, I. (2012), *Istoriia stanovlennia korporativnoho prava v yevropeiskykh krainakh kontynentalnoi systemy prava*, *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Yurydychni nauky*, № 91, s. 42-45.
7. Bolharova, N. K. and Panevnyk, T. M. (2011), *Transnatsionalni korporatsii v aspekti rozvytku hlobalizatsiinykh protsesiv*, *Elektronne naukove fakhove vydannia “Efektyvna ekonomika”*, № 1, s. 56-58.

8. Hanushchak-Yefimenko, L. M. (2013), Ekonomichna intehratsiia yak osnova rozvytku pidpriemstv maloho i serednoho biznesu, *Aktualni problemy ekonomiky*, № 3 (141), s. 70-46.

9. Hospodarskyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. № 436-15, available at : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

10. Pro kholdynhovi kompanii v Ukraini : Zakon Ukrainy vid 15.03.2006 r. (iz zminamy vid 13.03.2012) № 3538IV, available at: www.zakon.rada.gov.ua.

11. Lazarieva, M. H. (2013), *Kholdynh: yoho ekonomichna sutnist ta osnovy funktsionuvannia*, *Naukovyi visnyk Natsionalnoho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy*. Ser.: Ekonomika, ahraryni menedzhment, biznes, №. 181 (2), s. 206-217.

12. Profesiina yurydychna systema Meha-Nau, available at: <http://www.nau.kiev.ua/>.

13. Korolchuk, O. P. (2011), Franchaizynh yak sposib aktyvizatsii intehratsii vitchyznianoho biznesu v hlobalni vyrobnychi ta zbutovi merezhi, *Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu*. Ekonomichni nauky, № 3, s. 176-185.

14. Iukhymenko, P. I. and Pivtora, M. V. (2011), *Mizhnarodnyi menedzhment*, TsUL, K., 488 s.

15. Sybitskyi, O. M. Matvieiev, V. V. and Skibitska, L. I. (2011), *Orhanizatsiia biznesu*, Kondor, K., 912 s.

16. Tetiura, K. S. Mizhnarodni stratehichni alian-sy: prychny stvorennia ta rozpadu, available at: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=8819>.

17. Fedulova, L. I. (2009), Problemy formuvannia innovatsiinykh stratehii korporatyvnykh pidpriemstv (za rezultatamy opytuvannia kerivnykiv korporatyvnykh pidpriemstv Khmelnytskoi oblasti), *Ukrainskyi sotsium*, № 1, s. 28.

УДК: 331.55

Лейбович А. В.,
аспірант, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

Череп А. В.,
д.е.н., проф., декан економічного факультету, Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя

КОНЦЕПЦІЯ ПОБУДОВИ РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ РЕГІОНУ НА БАЗІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ТА КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ

Анотація. У статті запропоновано підхід до оцінки людського капіталу навчального закладу та регіону на основі концепції людського капіталу та компетентісного підходу. Необхідно визнати: рейтинговий підхід до їх оцінки має загальні риси з методами побудови різного роду рейтингових оцінок, які широко застосовуються в різних галузях економіки. Перевагою запропонованого підходу є суттєва обґрунтованість системи показників оцінки, яка базується на усвідомленні істинної ролі та місця людини в сучасній економічній системі суспільства, яке найповніше розкривається в категорії “людський капітал”. Погляд на кадровий склад НЗ чи його підрозділів з точки зору категорії людського капіталу дозволяє оцінити можливості організації вирішувати задачі забезпечення високого рівня вищої освіти та успішного її входження до єдиного європейського освітнього простору.

Ключові слова: людський потенціал, людський капітал, рейтинг, рейтингова оцінка, заклад освіти, приватна школа.

Leibovich A. V.,
Postgraduate, Zaporizhzhya National University, Zaporizhzhya

Cherep A. V.,
Doctor of Economics, Professor, Dean of the Faculty of Economics, Zaporizhzhya National University, Zaporizhzhya

CONCEPT OF RATING ASSESSMENT OF REGION ON THE BASIS OF THE USE OF THE THEORY OF HUMAN CAPITAL AND COMPETENT APPROACH

Abstract. The article proposes an approach to assessing the human capital of an educational institution and the region based on the concept of human capital and a competent approach. It must be acknowledged that the rating approach to their evaluation has common features with the methods of constructing various rating assessments that are widely used in various sectors of the economy. The advantage of the proposed approach is the substantive justification of the system of evaluation indicators based on realization of the true role and place of the person in the modern economic system of society, which is most fully disclosed in the category of human capital. A look at the staffing of the schools or its subdivisions in terms of the category of human capital makes it possible to assess the organization's ability to solve the tasks of ensuring an appropriate level of higher education and its successful entry into a single European educational space.

Keywords: human potential, human capital, rating, rating assessment, institution of education, private school.

Постановка проблеми. Природним способом зниження як складності, так і трудомісткості управління регіону й, зокрема, розроблення для нього стратегічних і тактичних планів розвитку, а отже, і зниження ступеня ризику щодо прийняття некоректних рішень, є факторизація набору

показників, що дозволяє суттєво скоротити їх кількість. Така факторизація може бути здійснена в результаті заміни тієї чи іншої групи показників їх інтегрованою комплексною оцінкою. Основні критерії, що висуваються до кожної такої оцінки, полягають у такому:

Критерій 1: інтегрована комплексна оцінка повинна бути загально визнаною.

Критерій 2: інтегрована комплексна оцінка має бути зрозумілою, тобто повинно бути ясно, які власне характеристики та в яких саме пропорціях зосереджені в ній.

Найповніше відповідає критеріям 1 та 2 така широко використовувана у світовій практиці оцінка стану регіону, як *рейтинг*. Рейтинг являє собою оцінку тих чи інших аспектів діяльності досліджуваного об'єкта за фіксованої шкали. Отже, рейтинг є комплексною інформацією щодо стану регіону, яка подається в максимально згорнутому вигляді.

На жаль, до цього часу використання рейтингу не привело до суттєвої трансформації процедур прийняття рішень користувачами рейтингової інформації (що передусім пов'язано з відірваністю існуючих методик рейтингового оцінювання від реальної схеми прийняття рішень користувачами).

Означення рейтингового управління, наведене

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Теоретико-методологічні й економіко-організаційні аспекти формування та використання людського потенціалу розглянуто у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Зокрема, значний вклад у цьому контексті внесли: Д. Богиня, М. Долішній, М. Вороніна, Т. Заєць, Дж. Кейнс, В. Костаков, Е. Мейо, Л. Мельник, А. Панкратов, В. Приймак, В. Покришук, Г. Сергеева та інші.

Питання державної освітньої політики та управління освітою досліджували: В. Андрущенко, Л. Беззубко, В. Бобров, В. Дзоз, Д. Дзвінчук, О. Жабенко, О. Зайченко, В. Козубняк, В. Кремень, В. Лутай, В. Луговий, В. Майборода, В. Огнев'юк, Н. Островерхова, Н. Протасова, О. Падалка тощо.

Постановка завдання статті полягає у розробці концепції рейтингової оцінки регіону на базі теорії людського капіталу з використанням компетентісного підходу.

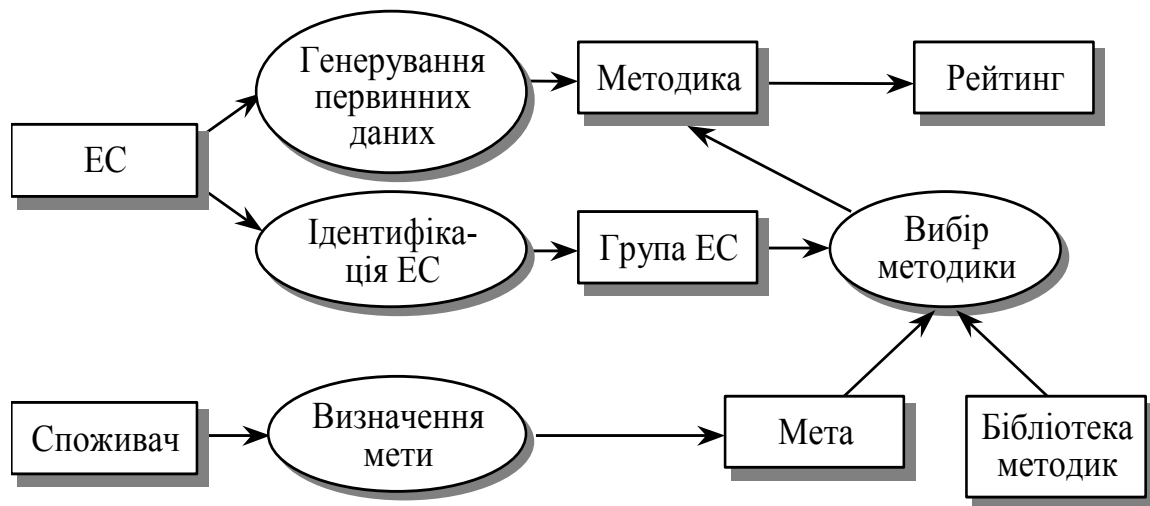


Рис. 1. Структура процесу обчислення рейтингу НЗ

нижче, має на меті змінити ситуацію, що склалася. Під рейтинговим управлінням розуміють концепцію прийняття рішень потенційними користувачами на підставі використання рейтингів у процесі реалізації функцій управління.

З цього означення випливає, що рейтингове управління є процесом, у якому рейтинг використовується для аналізу, контролю, обліку, прогнозування та регулювання діяльності регіону. Тому методику обчислення рейтингу можна інтерпретувати як цільову функцію рейтингового управління, значення якої є індикатором стану.

Суттєвою характеристикою процесу рейтингового управління є те, що рейтингова оцінка одночасно виступає і як інструмент, і як ціль управління. Важливим є те, які складові розглядаються в аспекті рейтингового управління. Наприклад, людський потенціал, що має відображення у навчальних закладах регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. В дослідженні будемо вважати, що процес обчислення рейтингу людського потенціалу є оцінкою масиву даних щодо всебічної оцінки діяльності навчальних закладів (НЗ) за фіксованих шкал відповідно до методики, яка визначається з огляду на мету оцінки. Загальна структура процесу обчислення рейтингу схематично наведена на рис. 1. Суттєвою характеристикою методики як алгоритму є те, що характер обчислень істотно залежить від входу, тобто від вихідної інформації. Розгляньмо процес обчислення рейтингу НЗ.

Загальна схема процесу обчислення рейтингу
Можна виокремити таких п'ять основних етапів:
Етап 1. Підготовка первинних даних.
Етап 2. Опрацювання даних.
Етап 3. Статистичний аналіз.
Етап 4. Трендовий аналіз.
Етап 5. Обчислення рейтингу.

Взаємодія цих етапів схематично подана на рис. 2.

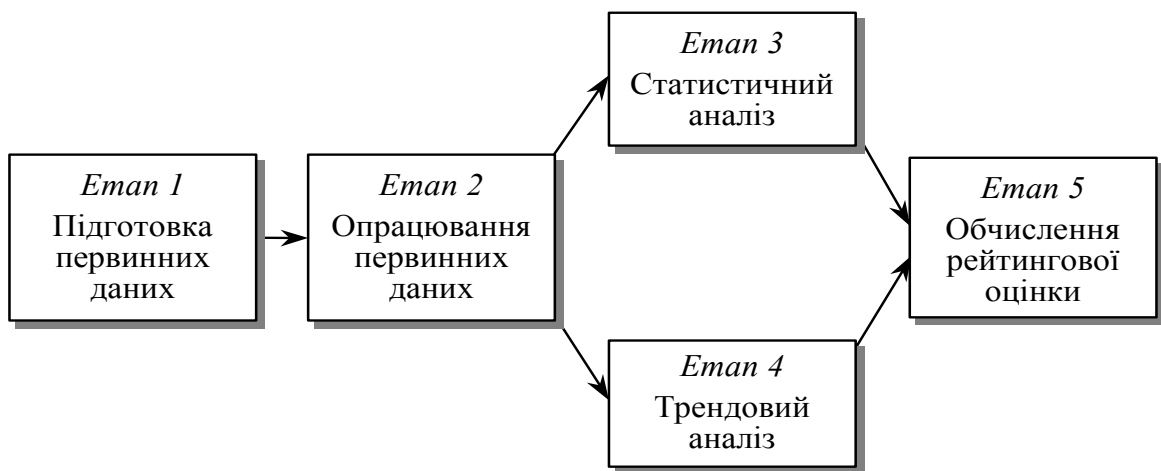


Рис. 2. Узагальнена схема процесу визначення рейтингу НЗ

Виокремлення власне цих етапів зумовлене тим, що кожен із них є завершеним процесом опрацювання даних. Справді, результат етапу 1 — вихідний набір показників. Результат етапу 2 — набір проміжних показників. Результат етапу 3 — набір агрегатів. Результат етапу 4 — прогноз стану НЗ. Результат етапу 5 — рейтинг досліджуваної НЗ.

Етап 1. Підготовка первинних даних

Деталізація цього етапу схематично показана на рис. 3.

чи іншою групою НЗ. Такий набір звітів визначається специфікою діяльності, масштабом НЗ, формою власності тощо. Звіти можуть готуватись як усередині самої НЗ, так і зовні. Специфічна інформація є необхідною для визначення структури базових показників, проведення факторного аналізу їх з огляду на конкретну групу споживачів інформації щодо рейтингу НЗ. Окрім числових даних, вона включає в себе результати експертного аналізу. Останні також дають можливість дослідити стан НЗ

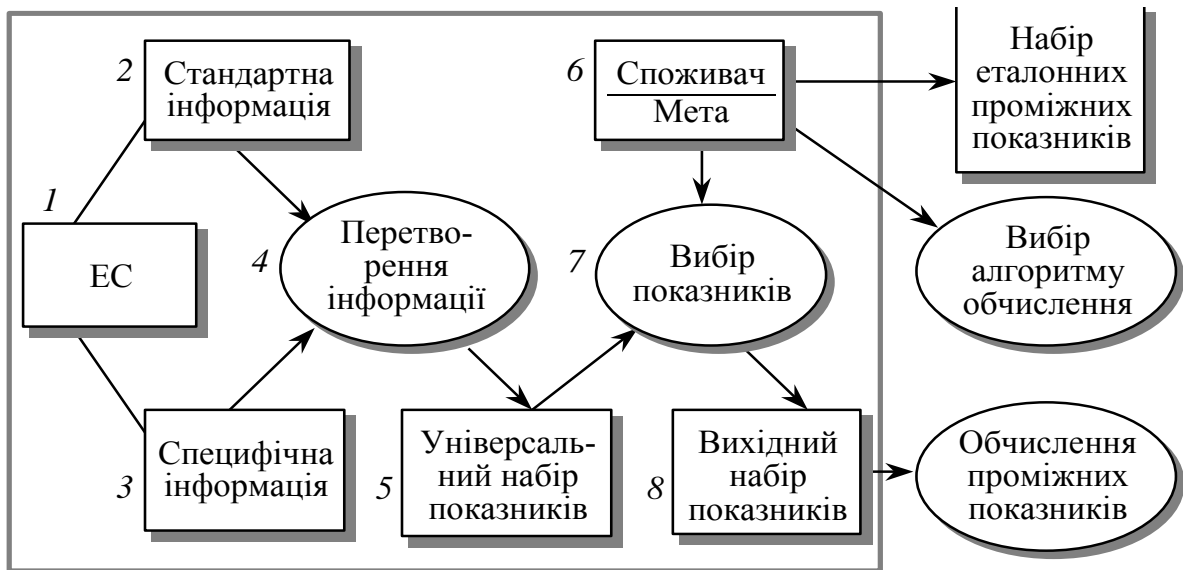


Рис. 3. Схема підготовки первинних даних

Підґрунтям для визначення рейтингу НЗ є первинна інформація щодо діяльності НЗ. Її можна поділити на стандартну й специфічну. Цим групам відповідають блоки 2 і 3.

Стандартна інформація є масивом даних, що міститься, наприклад, у трьох звітах: балансовому; щодо прибутків і збитків; руху грошових коштів. Ці звіти генеруються будь-якою НЗ і містять основні дані стосовно її фінансової діяльності.

Специфічна інформація є масивом даних, який міститься в решті звітів, що використовуються тією

на якісному (вербальному) рівні. Хоч експертні методи відносно важко формалізувати, необхідність використання їх зумовлена тим, що вони дають можливість оцінити якість менеджменту, позиції на ринку та відповідність реального стану справ значенням показників, які декларуються, зокрема у звітах, рекламі тощо.

Формування масиву специфічної інформації істотно залежить не лише від типу аналізованої НЗ, а й від типу споживачів рейтингу. Справді, всі основні категорії споживачів інформації стосовно

стану НЗ зацікавлені в її комплексній оцінці. Однак складові цієї оцінки мають для них суттєво різну значущість.

Універсальним набором показників (блок 5) називають множину всіх показників, необхідних для визначення рейтингу. Універсальний набір показників формується через поєднання всіх актуальних даних, що містяться у масивах стандартної та специфічної інформації, а також зведення їх до єдиного формату.

У кожному конкретному випадку визначення рейтингу НЗ (тобто залежно від мети аналізу – блок 6) з універсального набору показників формується вихідний набір показників (блок 8). Він являє собою масив даних, що якнайповніше характеризують стан НЗ з погляду її наступного аналізу.

Етап 2. *Опрацювання первинних даних*

Мета аналізу — вибір вихідного набору показників. Вихід алгоритму – набір проміжних показників. Останні являють собою середні значення, коефіцієнти, а також зведені показники. Для оцінювання набору проміжних показників здійснюють порівняльний аналіз з аналогічним, за структурою, набором проміжних показників еталонної НЗ (чи з нормативами).

Можна виокремити два типи еталонних НЗ. Це, *по-перше*, показники діяльності таких НЗ, що збігаються з суспільно визнаними нормативами, які вважаються оптимальними (для тієї чи іншої групи НЗ). *По-друге*, – НЗ, які мають аналогічні об'єкту дослідження спеціалізацію та масштаби. Вони використовуються в основному як база для порівняння ненормованих показників діяльності досліджуваної НЗ. Використання еталонних НЗ другого типу є особливо доцільним в умовах перехідного періоду, коли загальноекономічна ситуація в країні перебуває у стані слабопрогнозованих змін.

Порівняльний аналіз проміжних показників характеризується способом і нормами (специфікацією процесу) порівняння. Для кожного з проміжних показників задаються параметри зміни, межі перехідних станів, а також параметри неоптимальних

значень. Результати порівняльного аналізу – основа для групування проміжних показників у агрегати, а також для моделювання стану НЗ у майбутньому.

Етап 3. *Статистичний аналіз*

Під час використання статистичного аналізу виникає проблема щодо порівнянності показників. Існують різні підходи залежно від змісту (семантики) інформації. Так, у фінансах використовують методологію й методи дисконтування та нарощування тощо. Даний етап припускає наявність бібліотек “стандартних” алгоритмів і програм.

Етап 4. *Трендовий аналіз*

У підґрунті трендового аналізу лежить моделювання (згідно з певним алгоритмом) прогнозного стану НЗ.

Мета трендового аналізу — оцінка виникнення (можливого) критичного стану НЗ як сукупності критичних станів проміжних показників відповідно до певного (обраного) алгоритму.

Вихідний матеріал для трендового аналізу — ряди динаміки. Поведінка рівнів ряду динаміки характеризує абсолютні прирости й темпи (зростання й приросту).

Для побудови трендів зазвичай використовують методи згладжування, що ґрунтуються на обчисленні середніх (ковзних, зважених, адаптивних, експоненційних тощо).

На основі використання кореляційного й регресійного аналізів відповідно до обраної моделі будується аналітична форма. Якщо це викликає негарзди, то використовують також авторегресійні моделі.

До одного з найчастіше використовуваних на практиці методів трендового аналізу належить “метод ножиць”. Він полягає в такому. Для аналізованого показника виконують оптимістичний і песимістичний прогнози. У точці прогнозування обчислюють розмах (варіацію) “ножиць”. Якщо цей розмах є недопустимо великим, то аналізований показник потребує більш ретельного дослідження.

Етап 5. *Обчислення рейтингу*

Деталізація етапу зображена на рис. 4.

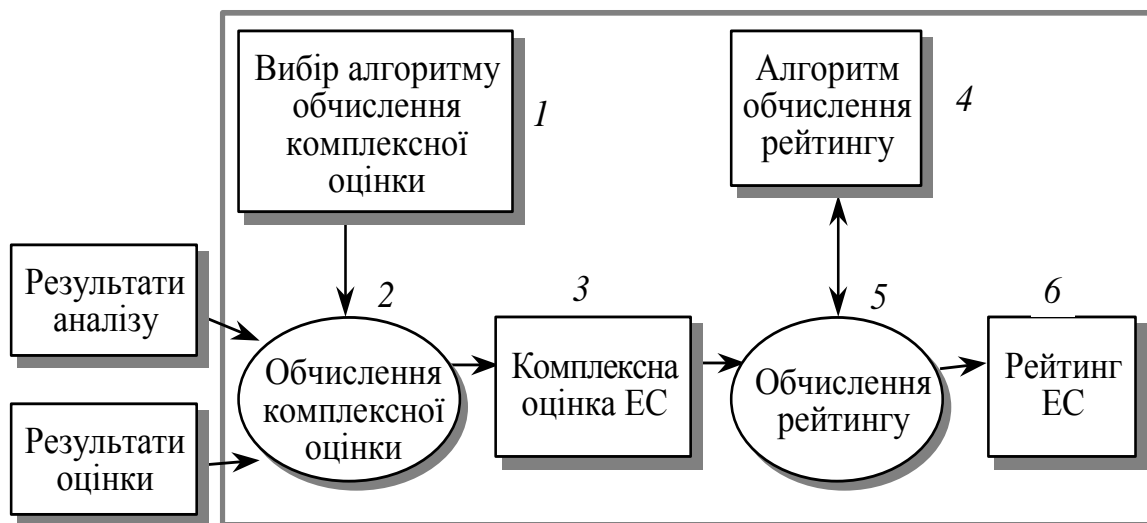


Рис. 4. Схема етапу визначення рейтингової оцінки

Згідно з обраним алгоритмом обчислюють комплексну оцінку НЗ (блок 3). Вона є якісною характеристикою, отриманою експертним шляхом. Визначають відповідність стану НЗ щодо поставлених цілей, після чого здійснюють обчислення рейтингу (блок 6). Будь-яка обрана методика (блок 4) є обчислювальною процедурою (алгоритмом) і містить систему оцінних показників, що характеризують діяльність НЗ.

Як уже зазначалося, можна виокремити два типи методик обчислення рейтингу. До першого типу відносять вибір функції корисності й обчислення її значення на підставі даної комплексної оцінки. До другого типу відносять обчислення рейтингу НЗ на підставі експертних процедур. Основним недоліком першого типу є відносно жорстка регламентація процесу обчислення рейтингу типу функції корисності. Основним недоліком методик другого типу є складність і великі витрати ресурсів у процесі обчислень. Але існують також змішані методики.

Таким чином загальну концепцію рейтингового управління співробітниками навчального закладу можна представити у вигляді наступної схеми (рис. 5).

Базовими властивостями педагогічного персоналу є складові його людського капіталу. Це поняття деталізується через інтелектуальні здібності людини (розумові здібності, кваліфікацію, освіту, здатність

до навчання), трудові здібності (професійну придатність, мобільність, вміння адаптуватися, стаж, якість виконуваних робіт), здоров'я (стан здоров'я, вік, працездатність), організаційно-підприємницькі здібності (організаційні здібності, силу волі, вміння розумно ризикувати, підприємливість, ділову кмітливість) та культурно-моральний потенціал (ділову етику, совість, порядність, стиль життя, спосіб життя).

Людський капітал на основі знань та вмінь у певному контексті та освітніх стандартів формує компетентність вчителя, яка, в свою чергу, представлена низкою компетенцій. Всі компетенції вчителя можна розділити на три основні блоки:

-ключові компетенції, які є універсальними та забезпечують успішну педагогічну діяльність у цілому;

-предметні компетенції, які є специфічними та забезпечують успішне викладання конкретної навчальної дисципліни;

-спеціальні компетенції, які є вузько спрямованими та забезпечують вирішення супутніх педагогічних завдань.

Робота педагогічного колективу спрямована на розвиток у учнів певних компетенцій, які можуть динамічно змінюватися під дією зовнішнього середовища (вимоги ринку праці, зміни освітніх стандартів, зміни соціально-економічної ситуації та

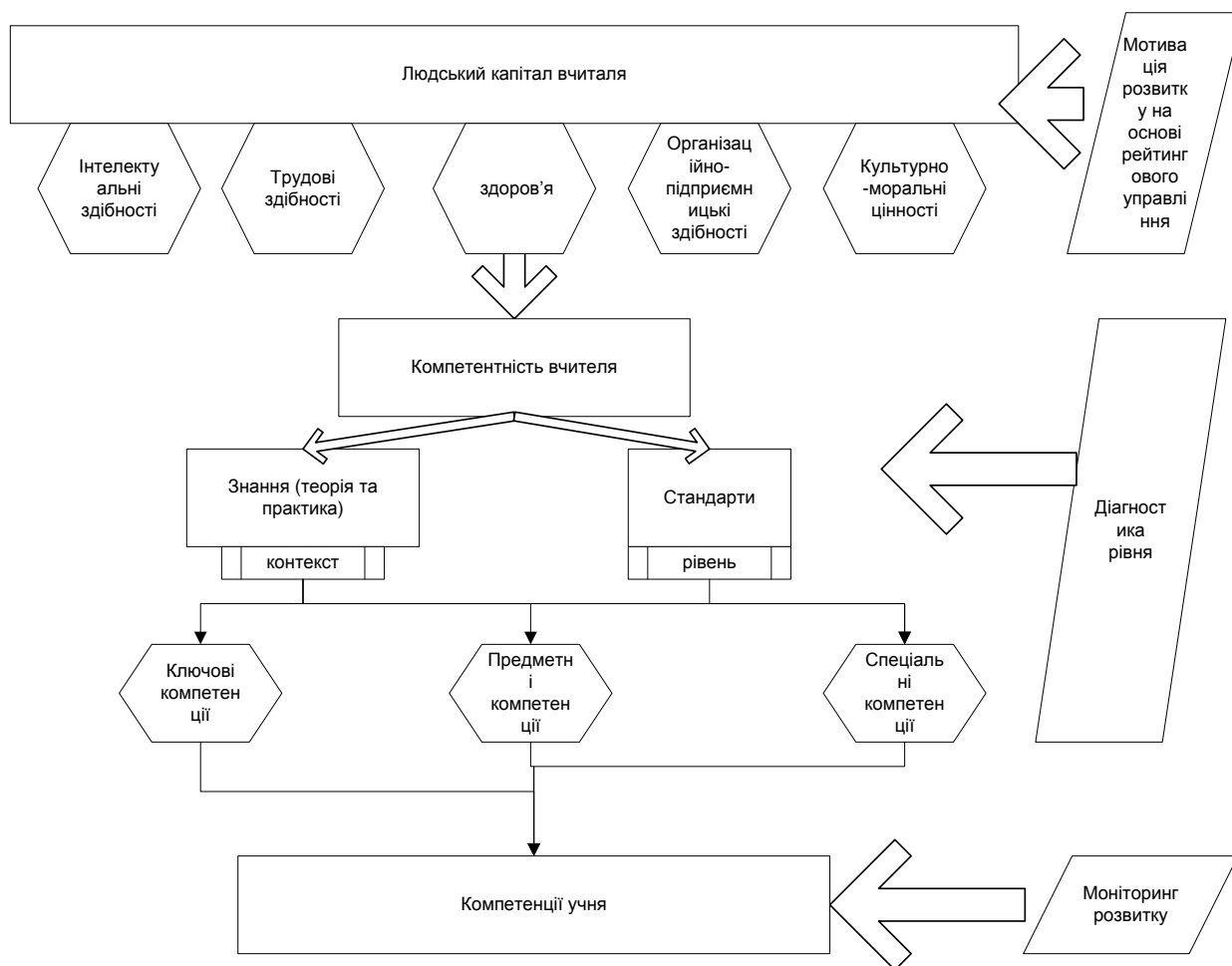


Рис. 5. Концепція рейтингового управління на базі використання теорії людського капіталу та компетентного підходу

науково-технічний прогрес). Таким чином виникає завдання розвитку відповідних компетенцій у вчителя задля досягнення освітніх цілей (вироблення в учнів певних компетенцій). Для цього використовуються методи стимулювання праці на основі рейтингової оцінки людського капіталу вчителів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навчальний посібник / О. В. Крушельницька. – К. : Кондор, 2006. – 308 с.
2. Червінська Л. Стимулювання інноваційної діяльності персоналу [Текст] / Л. Червінська // Економіка України. – 2011. – № 6. – С. 59-65.
3. Вітлінський В. В. Моделювання рейтингової оцінки вищого навчального закладу / В. В. Вітлінський // Економічна кібернетика. – 2000. – № 3-4. – С. 64-73.
4. Богатов О. И. Рейтинговое управление экономическими системами / О. И. Богатов. – Донецк : ДонГУ, 1999. – 110 с.
5. Тимохина Я. В. Модель управления мотивацией на промышленном предприятии / Я. В. Тимохина // Міжнародний журнал “Економічна кібернетика”. – Донецьк : ДонНУ, 2008. – № 5-6. – С. 72-77.
6. Гапчич Д. М. Створення рейтингової інфраструктури фондового ринку України / Д. М. Гапчич // Фінанси України. – 2005. – №1. – С. 77-81.
7. Модель 4С в управлінні людськими ресурсами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm192.html>.
8. Проект Національної стратегії розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/zvyazki-z-gromadskisty-ta-zmi/gromadske-obgovorennya/4710>.
9. Strategic HR Review, Volume 5, Issue 2, January/February 2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.center.gov.ua/docman/download-document.html?gid=1242.
10. Жигоцька Н. В. Моделювання, оцінка та менеджмент якості освітніх послуг : автореф. дис. на

здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.03.02 – економіко-математичне моделювання / Н. В. Жигоцька. – К. : КНЕУ, 2003. – 19 с.

11. Вітлінський В. В. Аналіз, оцінка і моделювання економічного ризику: монографія / В. В. Вітлінський. – К. : ДЕМІУР, 2006. – 212 с.

REFERENCES

1. Krushel'nyts'ka, O. V. (2006), *Upravlinnia personalom*, Kondor, Kyiv.
2. Chervins'ka, L. (2011), *Stymuliuvannia innovatsijnoi diial'nosti personalu*, *Ekonomika Ukrainy*, vol. 6, pp. 59-65.
3. Vitlins'kyj, V. V. (2000), *Modeliuvannia rejtynhovoi otsinky vyschoho navchal'noho zakladu*, *Ekonomichna kibernetika*, vol. 3-4, pp. 64-73.
4. Bohatov, O. Y. (1999), *Rejtynhovoe upravlenye ekonomycheskymy systemamy*, DonHU, Donetsk.
5. Tymokhyna, Ya. V. (2008), “Model' upravleniya motyvatsyej na promyshlennom predpriatyy”, *Mizhnarodnyj zhurnal “Ekonomichna kibernetika”*, vol. 5-6, pp. 72-77.
6. Napchych, D. M. (2005), *Stvorennia rejtynhovoi infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy*, *Finansy Ukrainy*, vol. №1, pp. 77-81.
7. Model' 4S v upravlinni liuds'kymy resursamy [Online], available at: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm192.html>.
8. Proekt Natsional'noi stratehii rozvytku osvity v Ukraini na 2012-2021 [Online], available at: <http://www.mon.gov.ua/index.php/ua/zvyazki-z-gromadskisty-ta-zmi/gromadske-obgovorennya/4710>.
9. Strategic HR Review, Volume 5, Issue 2, January/February 2006 [Online], available at: www.center.gov.ua/docman/download-document.html?gid=1242.
10. Zhyhots'ka, N. V. (2003), *Modeliuvannia, otsinka ta menedzhment yakosti osvitnikh posluh: avtoferat dysertatsii na zdobuttia naukovoho stupenia kandidata ekonomichnykh nauk za spetsial'nistiu 08.03.02 – ekonomiko-matematychno modeliuвання*, Kyiv.
11. Vitlins'kyj, V. V. (2006), *Analiz, otsinka i modeliuвання ekonomichnoho ryzyku*, DEMIUR, Kyiv.

Підхомний О. М.,

д.е.н., доц., професор кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Журба О. Ю.,

аспірант, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ТЕНДЕНЦІЇ БЮДЖЕТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ЛЬВОВА

Анотація. Соціально-економічний розвиток країни та окремих територій залежить від ефективності накопичення та розподілу фінансових ресурсів, яка визначається дієвістю бюджетного процесу. У роботі розглянуто теоретичне та практичне обґрунтування тенденцій механізму бюджетного регулювання соціально-економічного розвитку на прикладі міста Львова. У статті досліджено особливості та ключові інструменти бюджетного регулювання соціально-економічного розвитку. Проаналізовано ефективність розподілу та накопичення бюджетних коштів, у тому числі за рахунок податкової політики та міжбюджетних трансфертів. Визначено тенденції зміни показників соціально-економічного стану міста Львова і вплив на них заходів бюджетного регулювання. Також у статті визначено фактори впливу на обсяги фінансових ресурсів. Розроблено рекомендації щодо вирішення проблем формування та використання фінансових ресурсів місцевих бюджетів та окреслено пріоритетні напрямки вдосконалення функціонування місцевих бюджетів.

Ключові слова: механізм бюджетного регулювання, соціально-економічний розвиток, доходи і видатки бюджету, місцевий бюджет, місцеве самоврядування.

Pidkhomnyi O. M.,

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Finance, Money and Credit, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

Zhurba O. Y.,

Postgraduate, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

TENDENCIES OF BUDGETARY REGULATION OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF LVIV

Abstract. Socio-economic development of the country and separate territories depends on the efficiency of accumulation and distribution of financial resources, which is determined by the efficiency of the budget process. Theoretical and practical substantiation of tendencies of the mechanism of budgetary regulation of socio-economic development on the example of the city of Lviv are considered in the article. The features and key tools of budgetary regulation of social and economic development are researched in the article. The efficiency of distribution and accumulation of budget funds, including tax policy and interbudget transfers, has been analyzed. The tendencies of changes in the indicators of the socio-economic condition of the city of Lviv and the influence on them of measures of budgetary regulation are determined. Also, the article determines the factors influencing the volume of financial resources. Recommendations for solving the problems of the formation and use of financial resources of local budgets have been developed and priority directions of improving the functioning of local budgets have been outlined.

Key words: mechanism of budgetary regulation, socio-economic development, budget revenues and expenditures, local budget, local self-government.

Постановка проблеми. У сучасних умовах господарювання бюджетне регулювання є макроекономічним інструментом регуляторної державної політики, спрямованим на реалізацію стратегічних пріоритетів соціально-економічного розвитку як країни, так і окремих територій.

З огляду на посилення процесів децентралізації в Україні дедалі більшого загальнодержавного

значення набуває бюджетне регулювання, що полягає у забезпеченні комплексного економічного розвитку регіонів чи місцевих громад, реструктуризації економічної та соціальної сфери територій, особливо депресивних. Оскільки цей процес направлений на досягнення економічного зростання на основі фінансової автономії місцевої влади, зміцнення фінансових основ місцевого самоврядування як інституту суспільного розвитку та саморегуляції,

розширення можливостей використання територіальних факторів шляхом створення відповідних стимулів, забезпечення комплексного економічного та соціального розвитку територіальних одиниць [2, с. 16], у тому числі міст, тема модернізації механізму бюджетного регулювання набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням бюджетного регулювання соціально-економічного розвитку присвячені наукові праці І. Алексєєв [1], Т. Бойко [2], М. Ливдар [1], Л. Лисяк [4], Г. Лопушняк, А. Мазаракі, І. Чугунова [3] та ін. Проте, незважаючи на певні здобутки, в Україні бюджетне регулювання недостатньо ефективне, тому потребує подальшого детального дослідження.

Постановка завдання. Актуальність проблеми бюджетного регулювання зростає у зв'язку зі змінами, які стосуються місцевого самоврядування. В сучасній Україні назріла необхідність справжньої, а не декларативної фінансової децентралізації для повнішого та ефективнішого задоволення потреб населення в кожному регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. У загальному вигляді І. Чугунов [3] зазначає, що бюджетне регулювання базується на інтеграції державного регулювання дохідної та видаткової частин бюджету, міжбюджетних відносин, дефіциту (профіциту) бюджету та державного боргу. На регіональному та місцевому рівні воно відображає економічні відносини, пов'язані з територіальним розподілом і перерозподілом національного доходу для забезпечення необхідними коштами потреб соціально-економічного розвитку та соціального захисту населення адміністративно-територіальних одиниць [5].

Поділяючи наукові погляди зазначених авторів, вважаємо, що найкраще сприяти соціально-економічному розвитку територій за рахунок обґрунтованого розподілу фінансових ресурсів за

пріоритетними сферами можна завдяки механізму бюджетного регулювання місцевого рівня. Оскільки саме місцевий бюджет є найбільш наближеним до територіальної громади, і, враховуючи фактичний стан промислового потенціалу, структуру виробництва, наявні екологічні, економіко-технологічні та інфраструктурні обмеження, а також потребу в економічній та соціальній підтримці, він повинен визначати першочергові стратегічні напрямки фінансової підтримки розвитку території та основні джерела надходжень грошових ресурсів на його реалізацію.

Механізм бюджетного регулювання на рівні місцевих бюджетів включає ряд інструментів та важелів стимулювання соціально-економічного розвитку. До них належать: бюджетний запит, бюджетні програми місцевого рівня та бюджетні показники. Останні об'єднують бюджетне асигнування, бюджетне призначення, бюджетні резерви, бюджетні доходи, в т.ч. податки і збори, неподаткові платежі, доходи від операцій з капіталом та міжбюджетні трансферти, а також витрати бюджетів, в тому числі їх видатки [1].

При цьому важливою складовою бюджетного регулювання є система міжбюджетних трансфертів – дотацій та субвенцій. Водночас основним джерелом фінансових надходжень залишаються податки і збори. Органи місцевого самоврядування, враховуючи конкретні завдання регіональної економічної політики та соціально-економічного стану території, можуть самостійно встановлювати ставки місцевих податків та зборів, запроваджувати або скасовувати місцеві податки відповідно до діючого в країні законодавства.

Про те, наскільки дієвим є механізм бюджетного регулювання соціально-економічного розвитку на місцевому рівні та перспективи його вдосконалення, розглянемо на прикладі міста Львова. Ефективність бюджетного регулювання визначається співвідношенням дохідної та видаткової частини місцевого бюджету. Оскільки у 2014-2016 рр. бюджет міста

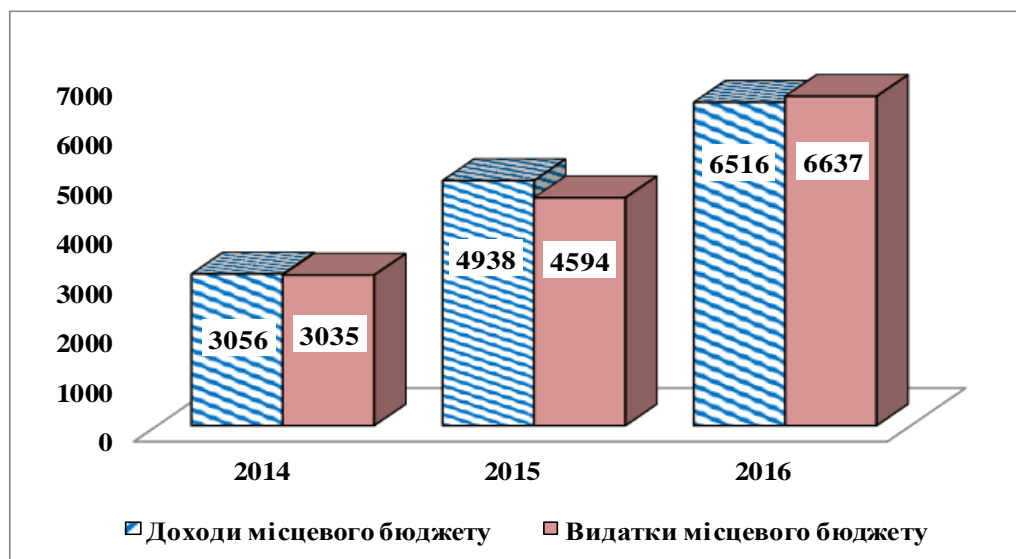


Рис.1. Виконання видаткової та дохідної частини міського бюджету м. Львова у 2014-2016 рр.
Джерело: [7-9].

Львова був дефіцитним (рис. 1), за винятком 2014 р., це свідчить про недостатню ефективність планування та фактичного виконання місцевого бюджету.

Основна частина виконання дохідної частини бюджету обумовлена більшими надходженнями до загального фонду місцевого бюджету від податків, зборів і субвенцій з державного бюджету (табл. 1). Так, у 2016 році податки склали 50% від всіх надходжень до загального фонду бюджету м. Львів, а субвенції – 41. При цьому левову частку становили податки на доходи, прибуток та збільшення ринкової вартості (1972,2 млн грн), податок на доходи фізичних осіб (1969,9 млн грн), місцеві податки (1000,4 млн грн) та субвенції (2655,6 млн грн). Так, порівняно з 2014 р. у звітному році зросли податкові надходження – у 2,2 рази, неподаткові надходження – 5,2 рази, субвенції – в 3,6 рази. Грошова допомога з державного бюджету в 2014-2016 рр. більшою мірою направлялася на надання соціальної допомоги малозабезпеченим сім'ям (загалом 683,0 млн грн у звітному році), погашення заборгованості житлово-комунальних послуг (884), а також на освітні (554,2) та медичні (493,4 млн грн) послуги (табл. 2).

Таблиця 1

Основні джерела надходжень до місцевого бюджету міста Львова у 2014-2016 рр., млн грн

Джерела надходжень	2014	2015	2016
Податкові надходження	1480,7	2158,8	3290,1
Неподаткові надходження	43,9	110,6	229,1
Дотації	12,0	0	0,5
Субвенції	746,2	2356,8	2655,6

Джерело: [7-9].

централізовано, без урахування реальних потреб місцевих громад, і мала споживацький характер, без орієнтації на розвиток та інвестиційну окупність (рис. 2).

Попри істотне зростання фінансових надходжень до міського бюджету в 2014-2016 рр., кошти головним чином витрачали на підтримку соціальної сфери: соціальний захист та соціальне забезпечення, освіту (18,6%), охорону здоров'я та житлово-комунальне господарство (табл. 2).

Такий розподіл грошових ресурсів є нераціональним, оскільки він спрямований на покриття існуючих витрат та на надання пільг і не орієнтований на інвестування довгострокових проектів розвитку як соціальних, так і економічних проектів, що сприятимуть створенню додаткових робочих місць, частки валового регіонального продукту, залученню капітальних та іноземних інвестицій та посиленню зовнішньоекономічної діяльності.

Головними проблемами бюджетного регулювання соціально-економічного розвитку на місцевому рівні вважаємо: нерівномірність доходів і видатків з місцевого бюджету; обмежена ресурсна база місцевого бюджету; незбалансована бюджетна і фінансова політика (попри значні надходження до бюджету від податків та зборів, їх використання не є цільовим з точки зору соціально-економічного розвитку міста); попри проголошений процес децентралізації бюджетного процесу, збереження тенденцій до централізованого управління формуванням та виконанням місцевого бюджету, особливо в частині отримання дотацій та субвенцій із центрального бюджету; неефективність системи бюджетних трансфертів – односторонній рух коштів із центрального бюджету до місцевого та відсутність економічної віддачі від їх використання.

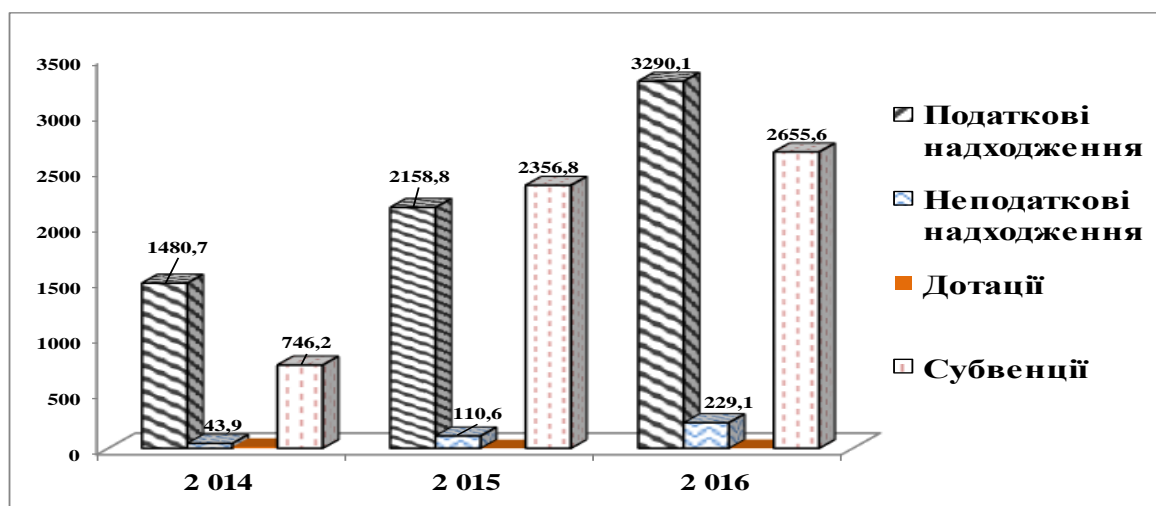


Рис. 2. Загальні джерела надходження бюджету міста Львова у 2014-2016 рр.

Джерело: [7-9].

Субвенція з державного бюджету на здійснення заходів щодо соціально-економічного розвитку територій у 2016 р. складала лише 19,3 млн грн, що хоча й перевищує рівень 2014 р., але на 42% менше показника 2015 р.

Загалом вважаємо, що фінансова допомога місцевому самоврядуванню міста Львова надавалася

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Бюджетне регулювання є надійним інструментом впливу на соціально-економічні процеси, оскільки рівномірний та обґрунтований розподіл бюджетних коштів може сприяти економічному розвитку та підвищувати соціальні стандарти на рівні країни чи окремої території.

Водночас про неефективність існуючого механізму бюджетного регулювання свідчать фактичні дані впливу основних його інструментів на соціальний та економічний стан міста Львова. Тому питання вдосконалення бюджетного регулювання процесів соціально-економічного розвитку на місцевому рівні потребує подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеев И. В. Бюджетный механизм и социально-экономический развитие регионов : монография / И. В. Алексеев, Г. С. Лопушняк, М. В. Ливдар. – Львов : Ліга-Прес, 2014. – 248 с.
2. Бойко Т. А. Необходимость бюджетного регулирования в рыночных условиях господарювання / Т. А. Бойко // Проблемы материальной культуры. – 2010. – №1. – С. 15-17.
3. Державне фінансове регулювання економічних перетворень : монографія / [І. Я. Чугунов та ін.; за заг. ред. А. А. Мазараки]. – К. : КНТЕУ, 2015. – 376 с.
4. Лисяк Л. В. Бюджетна політика у системі державного регулювання соціально-економічного розвитку України : монографія / Л. В. Лисяк. – К. : ДННУ АФУ, 2009. – 600 с.
5. Юрій С. І. Антологія бюджетного механізму: монографія / С. І. Юрій, В. Г. Дем'янишин, Я. М. Буздуган. – Т. : Економічна думка, 2001. – 250 с.
6. Бюджетний кодекс України із змінами і доповненнями: затверджений Законом України № 2456-VI від 08.07.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
7. Виконання видаткової та дохідної частини міського бюджету м. Львова у 2014 році / Офіційний сайт Львівської міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/public-information/budget/lviv/2014>.
8. Виконання видаткової та дохідної частини міського бюджету м. Львова у 2015 році / Офіційний сайт Львівської міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/public-information/budget/lviv/2015>.
9. Виконання видаткової та дохідної частини міського бюджету м. Львова у 2016 році / Офіційний

сайт Львівської міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/public-information/budget/lviv/2016>.

10. Дані Головного управління статистики у Львівській області / Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/99/theme_99.php.

REFERENCES

1. Aliksieiev, I. V. Lopushniak, H. S. and Lyvdar, M. V. (2014), *Biudzhetniy mekhanizm i sotsial'no-ekonomichnyy rozvytok rehioniv*, Liha-Pres, L'viv, 248 s.
2. Bojko, T. A. (2010), *Neobkhdnist' biudzhethnoho rehuliuвання v rynkovykh umovakh hospodariuvannya*, *Problemy material'noi kul'tury*, №1, s. 15-17.
3. Derzhavne finansove rehuliuвання ekonomichnykh peretvoren', I. Ya. Chuhunov ta in. (2015), *KNTEU*, K., 376 s.
4. Lysiak, L. V. (2009), *Biudzhetna polityka u systemi derzhavnoho rehuliuвання sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, *DNNU AFU*, K., 600 s.
5. Yuriy, S. I. Dem'ianyshyn, V. H. and Buzduhan, Ya. M. (2001), *Antolohiia biudzhethnoho mekhanizmu*, *Ekonomichna dumka*, T., 250 s.
6. *Biudzhetniy kodeks Ukrainy iz zminamy i dopovnenniamy: zatverdzhenyj Zakonom Ukrainy № 2456-VI vid 08.07.2010 r.*, available at : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
7. *Vykonannya vydatkovoi ta dokhidnoi chastyny mis'koho biudzhetu m. L'vova u 2014 rotsi / Ofitsijnyy sayt L'vivs'koi mis'koi rady*, available at: <http://city-adm.lviv.ua/public-information/budget/lviv/2014>.
8. *Vykonannya vydatkovoi ta dokhidnoi chastyny mis'koho biudzhetu m. L'vova u 2015 rotsi / Ofitsijnyy sayt L'vivs'koi mis'koi rady*, available at: <http://city-adm.lviv.ua/public-information/budget/lviv/2015>.
9. *Vykonannya vydatkovoi ta dokhidnoi chastyny mis'koho biudzhetu m. L'vova u 2016 rotsi / Ofitsijnyy sayt L'vivs'koi mis'koi rady*, available at: <http://city-adm.lviv.ua/public-information/budget/lviv/2016>.
10. *Dani Holovnoho upravlinnia statystyky u L'vivs'kij oblasti / Ofitsijnyy sayt*, available at: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/99/theme_99.php.

УДК: 659.126:339.92+338.48

*Батьковець Н. О.,
к.е.н., доц. кафедри менеджменту та комерційної діяльності, Львівський інститут економіки
і туризму, м. Львів*

*Батьковець Г. А.,
к.е.н., доц. кафедри менеджменту, Хмельницький кооперативний торговельно-економічний
інститут, м. Хмельницький*

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ УКРАЇНИ НА РИНКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

***Анотація.** У статті розглянуто туристичний бренд України, досліджено історію його формування, охарактеризовано складові та принципи створення туристичного бренду України. Проаналізовано рейтинг України щодо її конкурентоспроможності на світовому ринку. Наведено рейтинг позицій індексу глобальної конкурентоспроможності, визначено основні недоліки проведення брендингу України. Доведено, що для досягнення результатів у туристичному брендингу необхідно узгодити базову, концептуальну модель побудови життєздатного, конкурентного національного бренду країни. Сформовано ряд пропозицій щодо успішного позиціонування України на міжнародному туристичному ринку.*

Ключові слова: бренд, туристичний бренд країни, брендинг, імідж, туристичний ринок, зовнішня реклама, логотип країни.

*Batkovets N. O.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Commercial Activity, Lviv Institute of Economics and Tourism, Lviv*

*Batkovets H. A.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Khmelnytskyi Cooperative Institute of Trade and Economics, Khmelnytskyi*

MANAGEMENT OF THE FORMATION OF THE BRAND OF UKRAINE AT THE MARKET OF INTERNATIONAL TOURISM

***Abstract.** In the article the tourist brand of Ukraine is examined, the history of its formation is studied, the components and principles of creation of the tourist brand of Ukraine are characterized. The rating of Ukraine with regard to its competitiveness on the world market is analyzed. The rating of positions of the index of global competitiveness is given, the main drawbacks of branding of Ukraine are determined. It is proved that in order to achieve results in tourist branding it is necessary to reconcile the basic, conceptual model of development a viable, competitive national brand of the country. A number of suggestions on the successful positioning of Ukraine in the international tourist market have been formed.*

Keywords: brand, tourist brand of the country, branding, image, tourist market, outdoor advertising, logo of the country.

Постановка проблеми. В сучасних умовах швидких змін та реакцій на інноваційні та диверсифікаційні процеси підприємствам важко утримувати конкурентні позиції щодо позиціонування товарів і послуг на світових туристичних ринках. Цінним інструментом у цих умовах стає бренд як потужний чинник впливу на підсвідомий психічно-емоційний стан споживачів. Формування бренду на сьогоднішній день не просто вимога, але і необхідність, яка

підтримує імідж підприємства чи країни на внутрішніх чи світових ринках.

Важливе значення в сучасних умовах відіграє потреба в єдиному туристичному бренді, через який можна здійснювати позиціонування України. Формування іміджу та управління ним повинно підкреслювати переваги, унікальність нашої держави стосовно розвитку і використання потенціалу, вагомою складовою якого є туристичний потенціал країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемні питання бренд-менеджменту висвітлюються в роботах науковців: Ж.-Н. Капферер, Гордон, М. Лекус, Д. Боуен, Р. Пріслоу, П. Дойль та ін. Серед спеціалістів, що працюють над дослідженням проблем управління туристичною діяльністю, можна назвати наступних: І. Ю. Мартинов, Т. І. Ткаченко, Т. Жданова, В. Ф. Кіфяк, Т. Нагорняк, О. О. Любівцева. Вплив брендів на поведінку споживачів висвітлено у роботах Дж. Енджела, Р. Блекуелла та П. Мініарда.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз теоретичних аспектів та практичного досвіду використання інструментів бренд-менеджменту з метою позиціонування країни на світових ринках туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. В основу сучасних моделей брендів закладається філософія діяльності підприємств чи розвитку галузі в країні, яка визначає стратегічну політику по створенню регіонального чи національного іміджу, що є актуальним для популяризації досягнень країни.

Сучасне розуміння бренду включає кілька аспектів: механізм диференціації товарів; механізм сегментації ринку; образ у свідомості споживачів (бренд-імідж); засіб взаємодії (комунікації) зі споживачем; засіб індивідуалізації товарів компанії; система підтримки ідентичності; правовий інструмент; частина корпоративної культури компанії; концепція капіталу бренду; елемент ринку, що постійно розвивається у часі та просторі [1].

Змістовні складові бренду країни повинні структурно відображати позитивні та унікальні процеси та явища у всіх сферах. Якщо говорити про туристичний бренд країни, то, безумовно, він не може обмежуватися лише туристичними об'єктами, адже сучасний світовий туристичний простір – це зіткнення конкурентоспроможних брендів країн за довіру й увагу туристів, інвестиції, прибутки [5].

Історія створення туристичного бренду України нараховує декілька етапів. До 2006 року використовувався бренд, розроблений державним підприємством “Національна туристична організація” при Державній туристичній адміністрації України. Однак він був змінений і до 2010 року застосовувався інший туристичний бренд, розроблений державним підприємством “Національний туристичний офіс” при Державній службі туризму та курортів Міністерства культури і туризму України.

Державним агентством України з туризму та курортів було ініційовано розробку бренду, який у 2014 році представила проектна група. Сучасний туристичний бренд України містить логотип та слоган “Ukraine: It's all about U” (“Україна: це все про тебе”). Такий бренд створювався з метою популяризації туристичних ресурсів для громадян та світу.

Важливо, що під єдиним туристичним брендом Україну представляють на міжнародних та все-світніх туристичних виставках.



На сьогодні постає завдання до 2022 року збільшити кількість туристів в Україні до 50 млн на рік. Відповідно, з 400 тис. до 1 млн зросте кількість робочих місць у галузі, а очікуване збільшення надходжень до бюджету підвищиться з 1,5 млрд до 5 млрд грн [6]. Згідно з Концепцією розвитку туристичної галузі України основною метою стратегічного розвитку є максимальне розкриття туристичних можливостей регіонів країни через брендингові проекти, які будуть відображати філософію українців та держави в цілому, їх ментальність та бажання до світової співпраці у туристичній галузі.

Позиціонування України на світових туристичних ринках не може обмежуватися виключно туристичними регіонами, історичними надбаннями чи географічними перевагами, це симбіоз державної політики в сфері туризму та міжнародної співпраці, ґрунтовний соціальний, правовий захист, внутрішньодержавні концепції та законопроекти щодо інвестування в розвиток туристичної галузі. На жаль, досить слабкими на сьогоднішній день залишаються міжнародні комунікації стосовно представлення на різного роду міжнародних та все-світніх заходах. Проведене соціологічне інтернет-дослідження виявило достатньо низький рівень поінформованості іноземців про Україну та українців. Країна в їхньому уявленні асоціюється здебільшого з писанками. Щодо стереотипів у сприйнятті українців, то їх вважають більшою мірою гостинними та працьовитими, аніж креативними та надійними. В очах іноземців Україна є туристично привабливою країною завдяки культурно-історичній спадщині, сільському туризму та природним заповідникам. Морські курорти, екологічний туризм та паломництво не вважаються найперспективнішими туристичними напрямками [8].

У представленні туристичного бренду України беруть участь всі підприємства, які пов'язані із створенням послуг для внутрішніх чи зовнішніх туристів. Загалом існує декілька цілей розвитку туристичного бренду:

- збільшення показників динаміки туристичних потоків;
- ініціювання більшої кількості заходів міжнародного рівня;
- підвищення рівня інвестування в індустрію гостинності;
- збільшення кількості згадок про Україну, її туристичні ресурси та перспективи;
- досягнення високих показників бажання повторного відвідування країни;
- посилення привабливості туристичних пропозицій.

Варто зауважити, що Генеральною асамблеєю ООН 2017 рік оголошено Роком сталого туризму заради розвитку. Це підкреслює статус сектора туризму для світової спільноти та надає Україні унікальну можливість продемонструвати важливість туризму та його впливу на економічну, соціальну, екологічну

складові розвитку держави. Туризм створює нові робочі місця, залучає інвестиції, зберігає природну та культурну спадщину, формує толерантне ставлення до нації, покращує імідж та репутацію країни і руйнує міфи.

Формуючи бренд та визначаючи механізм брендингу туристичних послуг, необхідно враховувати принципи, не дотримання яких суттєво може вплинути на кінцевий результат позиціонування країни на міжнародному туристичному ринку. Деякі науковці притримуються думки про те, що ці принципи повинні бути універсальними як для процесу формування бренду туристичного підприємства, так і міжнародного туристичного бренду країни. На нашу думку, ці принципи повинні відповідати вимогам:

- економічність;
- презентабельність;

3. Нежиттєздатність іміджу країни на сьогодні, оскільки не дає змоги ідентифікувати країну правдиво, основні негативні чинники – це війна і корупція.

4. Відсутність відповідальності за брендинг країни структури, що зумовлює наявність статусу неконкурентного бренду.

5. Епізодичний характер комунікаційно-маркетингових заходів через суттєвий брак фінансування.

6. Домінуюча позиція бізнес-інтересів при управлінні брендингом.

7. Несуттєві зміни щодо подолання стереотипів образу країни, які склалися протягом десятиліть.

Якщо аналізувати рейтинг національних брендів, то визначальною складовою є також суббренди країн, торгові марки. Позиціонування брендів не є пролонговане в часі (рис. 1), про що свідчать дані Brand Finance Global.















Рейтинг	2017 рік	2016 рік	2015 рік
1			
2			
3			
4			
5			

Рис. 1. Рейтинг національних брендів

- запам'ятовуваність;
- системність;
- креативність;
- унікальність;
- ієрархічність;
- імплементація.

Туристичний бренд є частиною національного бренду. В рейтингу національних брендів світу Nation Brands 2016 Україна увійшла до п'ятірки країн, які показали найбільш динамічне зростання своїх показників. Вона додала 27%, і вартість бренду зросла від 44 млрд доларів до 56 млрд доларів. Також Україна покращила на дев'ять позицій місце в рейтингу: позаторік була 68-ма, а нині вже 59-та з сотні країн, що увійшли до переліку [9].

Основними недоліками проведення брендингу України сучасні дослідники вважають:

1. Відсутність єдиних інтересів по створенню бренду України у суспільства, бізнесу і держави.
2. Відсутність системного бачення щодо формування бренду країни та розроблених державними структурами проектів і програм.

Зрозуміло, що туристичний імідж країни на світових ринках створюється через інформаційно-комунікаційні канали (ЗМІ, Інтернет), частина з яких може бути неофіційними. В цьому контексті необхідно дбати про дії щодо запобігання подання викривленої та неправдивої інформації.

Отже, в досить непростих умовах Україні необхідно презентувати свій національний бренд, який впливає на конкурентні позиції країни в світі та формування експортно-орієнтованої моделі туризму. Національний туристичний бренд України повинен представляти філософію споживчих цінностей туристичних ресурсів.

Міжнародна організація World Travel Market щорічно проводить дослідження найбільш відомих туристичних брендів країн. Країни найбільш відомих туристичних брендів згідно з індексом країн-брендів наведено в табл. 1 [2].

Аналізуючи табл. 1, спостерігаємо цікаву закономірність, а саме: туристичні бренди країн демонструють не лише явища у всіх сферах, а визначають і доцільність та індивідуально-сфокусовані потреби очікування потенційних споживачів туристичних послуг.

Таблиця 1

Країни найбільш відомих туристичних брендів згідно з індексом країн-брендів [2]

Краща країна-бренд у діловій сфері	США, Німеччина, Великобританія, Франція, Італія
Краща країна-бренд для ділових поїздок	Австралія, Нова Зеландія, Шотландія, Японія, Ірландія
Краща країна-бренд у сфері мистецтва і культури	Італія, Франція, Єгипет, Японія, Греція
Краща країна-бренд з погляду автентичності	Нова Зеландія, Японія, Таїланд, Індія, Єгипет
Краща країна-бренд для пляжного відпочинку	Мальдівські острови, Таїті, Багамські острови, Домініканська республіка, Австралія
Краща країна-бренд для сімейного відпочинку	Канада, Іспанія, Данія, Австралія, Нова Зеландія
Краща країна-бренд для екскурсійних програм	Єгипет, Італія, Франція, Греція, Ізраїль
Краща країна-бренд у спорті	Австралія, Нова Зеландія, Канада, Беліз, Швейцарія
Краща країна-бренд для відпочинку	Мальдівські острови, Таїті, Нова Зеландія, Фіджі, Багамські острови
Краща країна-бренд для придбань (торговельні тури)	США, Об'єднані Арабські Емірати, Сінгапур, Таїланд, Японія
Краща країна-бренд за співвідношенням ціни та якості продукції	Таїланд, Індія, Мексика, Чехія, Польща

Таблиця 2

Топ 10 країн із найвищим рівнем міжнародної туристичної конкурентоспроможності, ТТСІ, 2015 р. [3]

Місце в рейтингу	Країна	Значення ТТСІ
1	Іспанія	5,31
2	Франція	5,24
3	Німеччина	5,22
4	США	5,12
5	Сполучене Королівство	5,12
6	Швейцарія	4,99
7	Австралія	4,98
8	Італія	4,99
9	Японія	4,94
10	Канада	4,92

Таблиця 3

Індекс глобальної конкурентоспроможності України

Показники	2015-2016 рр. (140 країн)	2016-2017 рр. (138 країн)
Інституції	101	102
Інфраструктура	69	75
Макроекономічне середовище	139	128
Охорона здоров'я та початкова освіта	45	54
Вища освіта і професійна підготовка	34	33
Ефективність ринку товарів	106	108
Ефективність ринку праці	56	73
Розвиток фінансового ринку	121	130
Технологічна готовність	86	85
Розмір ринку	45	47
Відповідність бізнесу сучасним вимогам	91	98
Інновації	54	52

Окрім цього, Всесвітній економічний форум щорічно визначає перелік країн, привабливих для туризму, на жаль у 2015 році Україна взагалі не потрапила в цей список. Однак лідерами міжнародної туристичної конкурентоспроможності стали країни, рейтинги яких наведено в табл. 2.

Очевидним є те, що на рейтинг міжнародної туристичної конкурентоспроможності впливають показники індексу глобальної конкурентоспроможності. За даними Всесвітнього економічного форуму 2016-2017 рр., Україна посіла 85 місце серед 138 країн світу, втрапивши за рік шість позицій (у попередньому рейтингу займала 79 позицію). Детальніше показники України наведені у табл. 3.

На жаль, не всі вимоги мають позитивну динаміку, що вплинуло на зниження загального рейтингу, а відтак, знизило позицію України на 6 пунктів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Для підвищення іміджу України на ринку міжнародного туризму необхідно підтримувати та вдосконалювати цей процес через використання наступних кроків:

1) підтримувати концепцію сталого розвитку України в контексті отримання результативних показників суб'єктів туристичної галузі;

2) сформувати ґрунтовну фінансово-інвестиційну платформу розвитку туристичного бізнесу;

3) реалізувати чітко продуману державну інформаційну політику та сплановану брендингову стратегію позиціонування України на міжнародному туристичному ринку;

4) через брендингові заходи міжнародного рівня усувати міфи про імідж України, що сформувався через військово-політичний конфлікт і важку економічну ситуацію;

5) декларувати основоположні позиції України стосовно прагнення до свободи та європейських цінностей;

6) проводити моніторинг порівняльної оцінки з брендингами провідних країн світу для повного представлення потенціалу позитивного іміджу України;

7) політично не заангажованою координаційною групою системно проводити аналіз слабких і сильних національних рис, які можуть впливати на рівень іміджу України;

8) PR-політика формування внутрішнього та зовнішнього іміджу України повинна базуватися не тільки на позиціонуванні в геополітичному сенсі та рекламуванні історико-культурної спадщини, унікальних природних та туристичних ресурсів і етнічної культури, але і містити інформацію про досягнення в науці, спорті, мистецтві;

9) міжнародний позитивний образ країни повинен відображати економічний та інтелектуальний потенціал, в якому на сьогоднішній день спостерігаються позитивні явища та процеси.

Достойне позиціонування України на міжнародному туристичному ринку є справою не лише державних органів управління, але і суспільства в цілому та кожного об'єкта туристичного бізнесу зокрема. Цей процес не є епізодичним для України, і для досягнення вагомих результатів у туристичному брендингу необхідно узгодити базу, концептуальну модель побудови життєздатного, конкурентного національного бренду країни.

ЛІТЕРАТУРА

1. Безрукова Н. В. Особливості бренд-менеджменту в транснаціональних корпораціях / Н. В. Безрукова, В. А. Свічкарь // Наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2014. – Вип. № 2. – С.112-118.

2. Бойко М. Г. Туристичний бренд як інформаційний чинник розвитку туризму / М. Г. Бойко, М. В. Босовська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://komsport.rada.gov.ua/uploads/documents/30608.pdf>.

3. Білецька І. М. Моніторинг тенденцій розвитку міжнародного туризму / І. М. Білецька / Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. – 2016. – Вип. № 11. – С. 41-46.

4. Гаврилук А. М. Державний маркетинг створення та промоції туристичного бренду України / А. М. Гаврилук // Електронне наукове фахове видання "Державне управління: удосконалення та розвиток". – 2013. – Вип. № 12. – С. 57-65.

5. Кучеренко К. В. Процес формування міжнародного туристичного бренду України / К. В. Кучеренко // Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2016. – Вип. № 11. – С. 27-33.

6. Телетов О. С. Дослідження та перспективи розвитку туристичного бренду України / О. С. Телетов, В. В. Зарубіна, О. Є. Тімашова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – Вип. № 1. – С. 27-42.

7. Полішко Г. Г. Глобалізація як передумова брендингу країн світу / Г. Г. Полішко, М. В. Литвин // Економічний простір (Index Copernicus, РІНЦ). – 2015. – № 103. – С. 24-34.

8. brandukraine.org/k/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.city-institute.org>

9. <https://tsn.ua/groshi/ukrayina-suttjevo-narostilavsviy-pokaznik-u-reytingu-nacionalnih-brendiv-infografika-891475.html>.

REFERENCES

1. Bezrukova, N. V. and Svichkar, V. A. (2014), *Osoblyvosti brend-menedzhmentu v transnatsionalnykh korporatsiyakh*, *Naukove fakhove vydannya "Efektivna ekonomika"*, vypusk № 2, s. 112-118.

2. Boyko, M. H. and Bosovska, M. V. *Turystychnyy brend yak informatsiynyy chynnnyk rozvytku turyzmu*, available at: <http://komsport.rada.gov.ua/uploads/documents/30608.pdf>.

3. Biletska, I. M. (2016), *Monitorynh tendentsiy rozvytku mizhnarodnoho turyzmu*, *Mykolayivskyy natsionalnyy universytet imeni V.O. Sukhomlynskoho*, vypusk № 11, s. 41-46.

4. Havrylyuk, A. M. (2013), *Derzhavnyy marketynh stvorennya ta promotsiyi turystychnoho brenda Ukrayiny*, *Elektronne naukove fakhove vydannya "Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok"*, vypusk № 12, s. 57-65.

5. Kucherenko, K. V. (2016), *Protsets formuvannya mizhnarodnoho turystychnoho brendu Urayiny*, *Svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny*, vypusk № 11, s. 27-33.

6. Tyelyetov, O. S. Zarubina, V. V. and Timashova, O. YE. (2014), *Doslidzhennya ta perspektyvy rozvytku turystychnoho brenda Ukrayiny*, *Marketynh i menedzhment innovatsiy*, vypusk № 1, s. 27-42.

7. Polishko, H. H. and Lytvyn, M. V. (2015), *Hlobalizatsiya yak peredumova brendynhu krayin svitu*, *Ekonomichnyy prostir (Index Copernicus, RINTS)*, No 103, s. 24-34.

8. brandukraine.org/k/, available at: <http://www.city-institute.org>

9. <https://tsn.ua/groshi/ukrayina-suttjevo-narostilavsviy-pokaznik-u-reytingu-nacionalnih-brendiv-infografika-891475.html>.

Єлейко В. І.,
д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Демчишин М. Я.,
к.е.н., доц., доцент кафедри вищої математики та кількісних методів, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Кожан Д. В.,
магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ДИНАМІКИ

***Анотація.** Необхідність вирішення проблем розвитку економіки України на сучасному етапі зумовили актуальність і важливість аналізу динаміки інноваційної складової діяльності підприємств України. Проаналізовано стан і динаміку інноваційної активності підприємств України. Досліджено рівень використання підприємствами різних типів інновацій. На основі аналізу динаміки показників інноваційної активності підприємств та їх структури у розрізі напрямів та джерел фінансування здійснення інноваційної діяльності за період 2000-2016 рр. виявлено основні напрями інновацій та джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств. Розраховано лінійні та параболічні рівняння тренду показників інноваційної активності підприємств України. Запропоновано застосовувати отримані економетричні моделі динаміки, які мають достатньо високий рівень статистичної вірогідності, з метою прогнозування при визначенні напрямків підвищення інноваційної активності підприємств.*

Ключові слова: інноваційна діяльність підприємств, аналіз динаміки, інноваційна активність, економетричне моделювання, тренд.

Yeleyko W. I.,
Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Demchyshyn M. Ya.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Higher Mathematics and Quantitative Methods, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Kozhan D. W.,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

INNOVATIVE ACTIVITY OF ENTERPRISES OF UKRAINE: ANALYSIS OF DYNAMICS

***Abstract.** The necessity to address the problems of Ukraine's economic development at the present stage conditioned the urgency and importance of the dynamics analysis of the innovative component of activities at Ukrainian enterprises. The state and dynamics of innovation activity of enterprises in Ukraine are analyzed. The level of application of different types of innovations at enterprises is investigated. On the basis of the dynamics analysis of indicators of enterprise innovation activity and their structure in terms of directions and sources of funding the performance of innovation activity for the period of 2000-2016, the main directions of innovations and sources of financing the enterprise innovation activity were revealed. Linear and parabolic trend equations for indicators of enterprise innovation activity in Ukraine are calculated. It is proposed to apply the obtained econometric models of dynamics, which have a sufficiently high level of statistical probability, for the purpose of prediction when determining the directions of increasing the innovation activity of enterprises.*

Keywords: innovative activity of enterprises, analysis of the dynamics, innovative activity, econometric modeling, trend.

Постановка проблеми. Однією з передумов ефективного розвитку вітчизняної економіки є орієнтування на забезпечення інноваційної активності підприємств. Більшість наукових досліджень, які вивчають інноваційну діяльність підприємств України, присвячено розкриттю методологічних засад інноваційної активності, дослідженню проблем управління інноваційним розвитком підприємств, оцінці кількісного та якісного аспектів інноваційного потенціалу підприємства в розрізі показників фінансової, технологічної, інвестиційної та інформаційної складових розвитку підприємства, а також моделюванню інноваційної діяльності та її впливу на фінансово-економічний стан підприємств. Водночас оцінка динаміки показників інноваційної активності діяльності підприємств на основі економетричних методів і моделей є мало вивченою і доцільною на сучасному етапі розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання оцінки, аналізу та моделювання інноваційної діяльності підприємств розкрито у працях багатьох вітчизняних вчених.

Зокрема, П. М. Григоров, С. Г. Параска [3] розглянули інструментарій економіко-математичного моделювання інноваційної діяльності підприємств, провели аналіз різних підходів до оцінки інноваційної активності підприємств, визначили особливості та можливості застосування різних методів.

У праці О. О. Захаркіна, М. В. Костеля, Л. С. Захаркіної [4] розроблено науково-методологічний підхід до оцінки впливу інновацій на фінансово-економічну ефективність діяльності підприємства, обґрунтовано вибір відповідного інструментарію моделювання та на основі обраного підходу доведено наявність впливу рівня інноваційної активності на фінансово-економічну ефективність підприємства.

Є. О. Коржовим [5] запропоновано пріоритетні підходи до забезпечення інноваційної активності підприємств, розроблено з цією метою стратегічні карти на основі використання програмно-цільового підходу.

Н. П. Сисоліною [9] проведено аналіз проблем розвитку інноваційної діяльності, запропоновано економіко-математичну модель оцінки інноваційної діяльності.

Стан, тенденції та закономірності інноваційного розвитку промисловості України розглянуто в наукових працях О. Ю. Мірошніченко [8]. Зокрема, проаналізовано стан і динаміку інноваційної активності промислових підприємств України, досліджено рівень використання підприємствами промисловості різних типів інновацій, розглянуто основні джерела фінансування інноваційної діяльності.

У праці Л. Я. Малюти [6] досліджено загальні риси інноваційного процесу, прослідковано еволюцію теоретичних поглядів на структуру і послідовність його етапів та запропоновано на їх основі ланцюгову лінійно-функціональну модель інноваційного процесу.

А. М. Бутов [1] використовував економетричні методи для моделювання та оцінювання ступеня впливу інновацій на продуктивність праці та величину заробітної плати окремого підприємства, його структурного дослідження та визначення частки впливу основних факторів на його поведінку.

А. А. Меліховим [7] застосовано виробничу функцію Кобба-Дугласа з урахуванням інноваційної складової для кожної групи кластерів промислових підприємств та запропоновано ввести до базової виробничої функції Кобба-Дугласа інноваційну складову конкурентного розвитку підприємств машинобудування – інтегральний коефіцієнт інноваційної активності, який враховує екстенсивний та інтенсивний коефіцієнти інноваційної активності.

Л. О. Волощук, О. І. Носовець [2] запропонували проводити прогнозування інноваційної активності промислових підприємств за допомогою інструментів імітаційного моделювання.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження динаміки інноваційної активності підприємств України та виявлення наявності основної тенденції розвитку показників інноваційної діяльності з використанням економетричних методів і моделей.



Рис. 1. Динаміка показників інноваційної активності підприємств України у 2000-2016 рр. Побудовано авторами за [10]

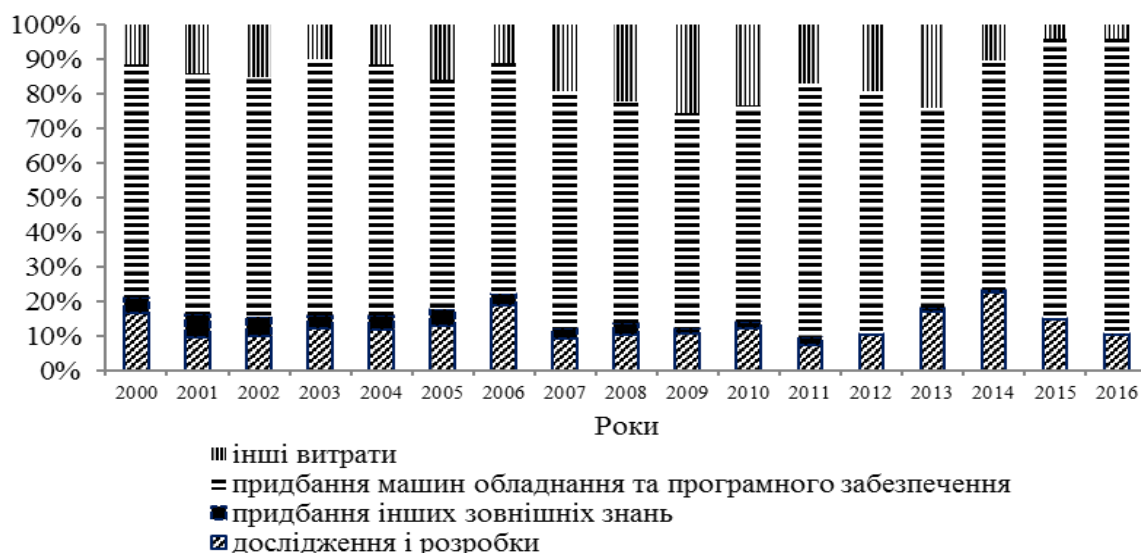


Рис. 2. Структура витрат на інноваційну діяльність підприємствами України за напрямками у 2000-2016 рр.

Побудовано авторами за [10]

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сучасний стан інноваційної активності підприємств України найперше можна охарактеризувати за такими показниками, як частка підприємств, які займалися інноваціями та впроваджували їх, та частка реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі промислової продукції (рис. 1). Досить низький рівень питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями, а також частки промислових підприємств у загальній кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації, свідчить про негативні тенденції в інноваційній сфері.

За досліджуваний період з 2000 р. по 2016 р. підприємства України найбільше витрачали на такий напрям витрат на інноваційну діяльність, як придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (рис. 2). Найменший відсоток припадав на придбання інших зовнішніх знань. За весь період витрати на дослідження і розробки коливалися у середньому на рівні 10-12 %.

Аналіз структури витрат на інноваційну діяльність підприємствами України за джерелами фінансування у 2000-2016 рр. показав, що основним джерелом фінансування інноваційної діяльності підприємств України протягом 2000-2016 рр. були їх власні фінансові ресурси (рис. 3). Обсяг фінансування за

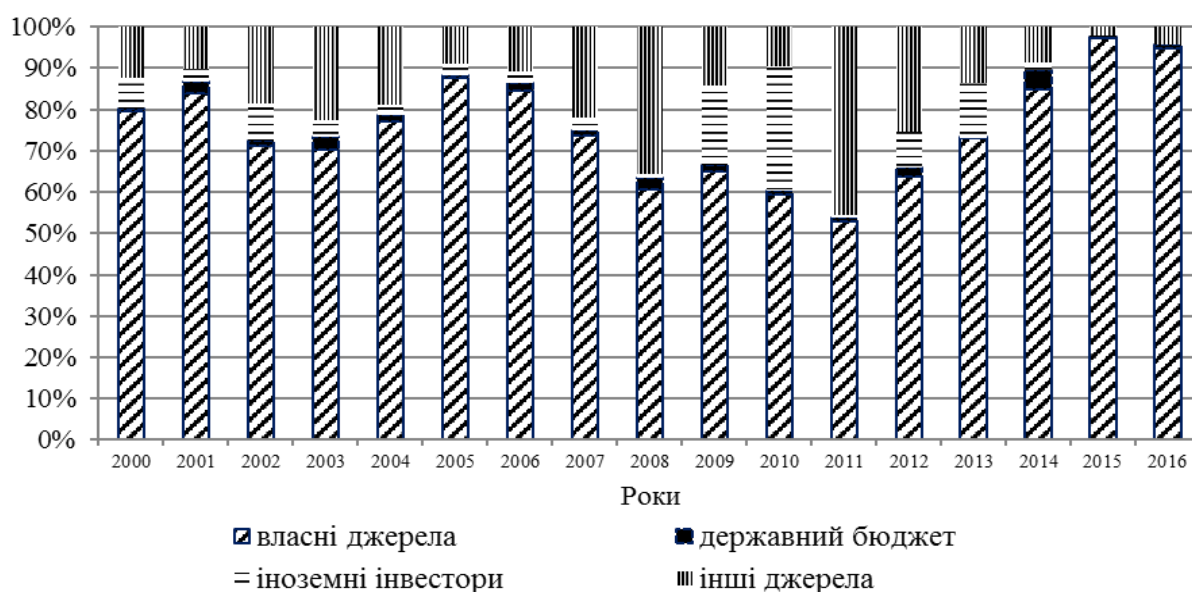


Рис. 3. Структура витрат на інноваційну діяльність підприємствами України за джерелами фінансування у 2000-2016 рр.

Побудовано авторами за [10]

рахунок державних коштів та іноземних інвестицій є дуже низьким. Домінування фінансування інноваційної діяльності підприємств України за рахунок власних коштів, особливо за останні роки (2014-2016 рр.), відображає вкрай негативну тенденцію до байдужого ставлення держави до фінансування інноваційної діяльності та небажання іноземних інвесторів з причини високих ризиків втрати своїх коштів.

Статистичний аналіз динаміки інноваційної активності підприємств України за середнім значенням зростання чи спаду (табл. 1) показав, що за 2000-2016 рр. показники характеризувалися нерівномірними темпами розвитку.

кількість впроваджених у виробництво інноваційних видів продукції – на 7,9 %, питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової – на 2,7 %.

З метою глибшого і достовірнішого аналізу динаміки інноваційної активності підприємств України нами було проведено економетричний аналіз на основі лінійних і параболічних моделей тренду, які побудовано за статистичними даними за 2000-2016 рр. [10]. Достовірність отриманих рівнянь основної тенденції розвитку оцінено за значенням коефіцієнта детермінації R^2 та критеріями Фішера (оцінка на адекватність моделі до емпіричних даних), Стьюдента (достовірність коефіцієнтів

Таблиця 1

Середні темпи зростання/спаду показників інноваційної активності підприємств України за 2000-2016 рр.

Показник	Середній темп зростання
Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	1,003
Загальна сума витрат, млн грн	1,175
<i>у тому числі за напрямками</i>	
дослідження і розробки	1,149
придбання інших зовнішніх знань	0,992
придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	1,200
інші витрати	1,103
<i>У тому числі за рахунок коштів</i>	
власні джерела	1,188
державний бюджет	1,217
іноземні інвестори	0,897
інші джерела	1,100
Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	1,007
Впроваджено нових технологічних процесів	1,059
у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	1,035
Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	0,921
з них нові види техніки	1,046
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	0,973

Розраховано авторами за [10]

Зростали щороку в середньому: питома вага підприємств, що займалися інноваціями, – на 0,3 %, загальна сума витрат – на 17,5 %, у тому числі за напрямками – на дослідження і розробки – на 14,9 %, на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – на 20 %, інші витрати – на 10,3 %; витрати на інноваційну діяльність за рахунок власних джерел – на 18,8 %, за рахунок державного бюджету – на 21,7 %, інших джерел – на 10 %. Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, зростала щорічно у середньому на 0,7 %, впровадження нових технологічних процесів – на 5,9 %, у т.ч. маловідходних, ресурсозберігаючих – на 3,5 %. Спад показників інноваційної активності прослідковувався лише для таких показників, як: витрати на придбання інших зовнішніх знань – на 0,8 %, фінансування за рахунок іноземних інвесторів – на 10,3 %,

рівняння) та Дарбіна-Уотсона (автокореляція залишків).

Лінійна статистично достовірна тенденція розвитку є характерною для таких показників інноваційної активності підприємств України: загальна сума витрат на інновації, витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, фінансування за рахунок власних джерел – тенденція до зростання; питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової – тенденція до спадання (табл. 2).

Основна тенденція розвитку параболічного типу є характерною для декількох з усіх досліджуваних показників інноваційної активності підприємств України (табл. 3).

Лінійні рівняння тренду показників інноваційної активності підприємств України за даними 2000-2016 рр.

Показник	Рівняння	R^2	F	DW
Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	$\hat{y}_t = 14,43 + 0,10 t$ 12,10* 0,87	0,049	0,8	0,51
Загальна сума витрат, млн грн	$\hat{y}_t = 387,56 + 905,90 t$ 0,24 5,80*	0,691	33,6*	1,34
<i>у тому числі за напрямками</i>				
дослідження і розробки	$\hat{y}_t = -93,89 + 123,58 t$ 0,82 11,07*	0,891	122,6*	0,85
придбання інших зовнішніх знань	$\hat{y}_t = 186,90 - 3,43 t$ 3,30* -0,62	0,025	0,4	1,46*
придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	$\hat{y}_t = -718,13 + 738,12 t$ -0,47 5,00*	0,625	25,0*	1,19*
інші витрати	$\hat{y}_t = 442,44 + 85,14 t$ 1,06 2,09	0,226	4,4	0,61
<i>У тому числі за рахунок коштів</i>				
власні джерела	$\hat{y}_t = -518,32 + 777,71 t$ -0,32 4,93*	0,618	24,3*	0,82
державний бюджет	$\hat{y}_t = 39,63 + 9,19 t$ 0,85 2,01	0,213	4,0	2,71*
іноземні інвестори	$\hat{y}_t = 181,84 + 31,56 t$ 0,53 0,94	0,056	0,9	1,55
інші джерела	$\hat{y}_t = 681,13 + 87,70 t$ 0,79 1,05	0,068	1,1	1,56*
Питома вага промислових підприємств, що впроваджували інновації, %	$\hat{y}_t = 11,43 + 0,11 t$ 10,11* 1,04	0,067	1,1	0,51
Впроваджено нових технологічних процесів	$\hat{y}_t = 1192,32 + 62,64 t$ 4,69* 2,52	0,298	6,4	1,82*
у т.ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	$\hat{y}_t = 526,05 + 3,42 t$ 8,78* 0,58	0,022	0,3	1,56*
Впроваджено виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	$\hat{y}_t = 13749,96 - 838,96 t$ 5,38* -3,37	0,430	11,3	0,72
з них нові види техніки	$\hat{y}_t = 504,89 + 34,48 t$ 6,90* 4,83*	0,608	23,3*	2,09*
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	$\hat{y}_t = 8,09 - 0,31 t$ 12,63* -5,03*	0,628	25,3*	1,50*

Примітка: * – статистична вірогідність з ймовірністю $p = 0,99$ (рівень значущості $\alpha=0,01$)

** – статистична вірогідність з ймовірністю $p = 0,95$ (рівень значущості $\alpha=0,05$)

($p = 0,99$: $t_{tab} = 2,95$; $F_{tab} = 8,68$, $DW_1 = 0,81$, $DW_2 = 1,07$,

$p = 0,95$: $t_{tab} = 2,13$; $F_{tab} = 4,54$, $DW_1 = 1,08$, $DW_2 = 1,36$)

Розраховано авторами за [10]

Враховуючи оцінку на достовірність за статистичними критеріями Фішера, Стьюдента та Дарбіна-Уотсона, можна стверджувати про чітку параболічну тенденцію розвитку питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями, питомої ваги підприємств, що впроваджували інновації, та питомої ваги реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової. Отже, незважаючи на майже постійний кризовий стан економіки України, зuboжіння населення, невпевненість у завтрашньому дні, підприємства України на вимогу розвитку бізнесу все ж таки стараються збільшувати рівень та обсяг інновацій у своїй діяльності.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проведений статистичний аналіз динаміки показників інноваційної активності підприємств України та їх структури дозволив виокремити основні напрями інноваційної активності в Україні та джерела її фінансування. Отримані на основі економічного аналізу моделі динаміки цих показників відобразили тенденції, характерні для інноваційної активності підприємств України. Достатній рівень статистичної вірогідності отриманих рівнянь тренду для окремих показників дозволяє їх практичне застосування з метою прогнозування при визначенні напрямків розвитку інноваційної активності підприємств.

Параболічні рівняння тренду показників інноваційної активності підприємств України за даними 2000-2016 рр.

Показник	Рівняння	R^2	F	DW
Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	$\hat{y}t = 19,28 - 1,43 t + 0,09 t^2$	0,692	15,8*	1,27*
	16,94* -4,91* 5,41*			
Загальна сума витрат, млн грн	$\hat{y}t = 1141,22 + 667,90 t + 13,22 t^2$	0,694	15,9*	1,32*
	0,43 0,98 0,36			
Витрати на дослідження та розробки, млн. грн	$\hat{y}t = 201,48 + 30,30 t + 5,18 t^2$	0,921	81,3*	1,01
	1,23 0,72 2,29*			
Витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, млн. грн	$\hat{y}t = 1532,04 + 27,55 t + 39,48 t^2$	0,659	13,5**	1,23*
	0,63 0,04 1,18			
Фінансування за рахунок власних джерел, млн. грн	$\hat{y}t = 2976,62 - 325,96 t + 61,31 t^2$	0,691	15,7*	0,88
	1,22 -0,52 1,82			
Питома вага промислових підприємств, що впроваджували інновації, %	$\hat{y}t = 16,10 - 1,36 t + 0,08 t^2$	0,719	17,9*	1,30*
	15,48* -5,12* 5,71*			
Впроваджено нових технологічних процесів	$\hat{y}t = 22888,60 - 3724,85 t + 160,33 t^2$	0,729	18,8*	1,50*
	7,74* -4,93* 3,93*			
Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %	$\hat{y}t = 8,86 - 0,56 t + 0,01 t^2$	0,650	13,0**	1,50*
	8,49* -2,09 0,94			

Примітка: * – статистична вірогідність з ймовірністю $p = 0,99$ (рівень значущості $\alpha=0,01$)

** – статистична вірогідність з ймовірністю $p = 0,95$ (рівень значущості $\alpha=0,05$)

($p = 0,99$: $t_{tab} = 2,98$; $F_{tab} = 6,51$, $DW_1 = 0,78$, $DW_2 = 1,03$,

$p = 0,95$: $t_{tab} = 2,14$; $F_{tab} = 3,74$, $DW_1 = 1,05$, $DW_2 = 1,33$)

Розраховано авторами за [10]

ЛІТЕРАТУРА

1. Бутов А. М. Економетричне моделювання впливу інноваційних процесів на продуктивність праці регіону / А. М. Бутов // Науковий вісник НЛТУ України : збірник науково-технічних праць. – 2010. – Вип. 20.1. – С. 274-280.

2. Волощук Л. О. Прогнозування інноваційної активності промислових підприємств інструментами імітаційного моделювання бізнес-процесів / Л. О. Волощук, О. І. Носовець // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 6 (22). – С. 147-155.

3. Григорук П. М. Аналіз економіко-математичних моделей інноваційної діяльності підприємства / П. М. Григорук, С. Г. Параска // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 7. – Ч. 2. – С. 162-165.

4. Захаркін О. О. Оцінка впливу рівня інноваційної активності підприємств на їх фінансово-економічні результати / О. О. Захаркін, М. В. Костель, Л. С. Захаркіна // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 8 (170). – С. 427-444.

5. Коржов Є. О. Пріоритетні підходи до забезпечення інноваційної активності машинобудівних підприємств / Є. О. Коржов // Ефективна економіка. – 2012. – № 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1456>.

6. Малюта Л. Я. Особливості моделювання інноваційних процесів на підприємстві / Л. Я. Малюта // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2012. – Вип. 8(2). – С. 166-173.

7. Меліхов А. А. Моделювання інноваційної складової конкурентного розвитку промислових підприємств / А. А. Меліхов // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 3. – С. 144-153 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2014_3_24.

8. Мірошніченко О. Ю. Інноваційна активність промислових підприємств України: стан і тенденції / О. Ю. Мірошніченко // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – Вип. 10(151), 2013. – С. 73-78 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2013/151-10/16>.

9. Сисоліна Н. П. Моделювання та оцінка інноваційної діяльності підприємств / Н. П. Сисоліна // Вісник Центральноукраїнського національного технічного університету. – 2005. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/3254/1/36.pdf>.

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Розділ Наука, технології та інновації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

REFERENCES

1. Butov A. M. (2010), Ekonometrychne modelivannia vplyvu innovatsijnykh protsesiv na produktyvnist' pratsi rehionu, *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy* : zbirnyk naukovo-tekhnichnykh prats', vyp. 20.1, s. 274-280.
2. Voloschuk, L. O. and Nosovets', O. I. (2015), Prohnozuvannia innovatsijnoi aktyvnosti promyslovykh pidpriemstv instrumentamy imitatsijnoho modelivannia biznes-protsesiv, *Ekonomika: realii chasu*, № 6 (22), s. 147-155.
3. Hryhoruk, P. M. and Paraska, S. H. (2014), Analiz ekonomiko-matematychnykh modelej innovatsijnoi diial'nosti pidpriemstva, *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*. Serii: Ekonomichni nauky, vyp. 7, ch. 2, s. 162-165.
4. Zakharkin, O. O. Kostel', M. V. and Zakharkina, L. S. (2015), Otsinka vplyvu rivnia innovatsijnoi aktyvnosti pidpriemstv na ikh finansovo-ekonomichni rezul'taty, *Aktual'ni problemy ekonomiky*, № 8 (170), s. 427-444.
5. Korzhov, Ye. O. (2012), Priorytetni pidkhody do zabezpechennia innovatsijnoi aktyvnosti mashynobudivnykh pidpriemstv, *Efektivna ekonomika*, № 10, available at : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1456>.
6. Maliuta, L. Ya. (2012), Osoblyvosti modelivannia innovatsijnykh protsesiv na pidpriemstvi, *Aktual'ni problemy rozvytku ekonomiky rehionu*, vyp. 8(2), s. 166-173.
7. Melikhov, A. A. (2014), Modelivannia innovatsijnoi skladovoi konkurentnoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv, *Ekonomichnyj visnyk Donbasu*, № 3, s. 144-153, available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvd_2014_3_24.
8. Miroshnychenko, O. Yu. (2013), Innovatsijna aktyvnist' promyslovykh pidpriemstv Ukrainy: stan i tendentsii, *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu im. Tarasa Shevchenka*. Serii: Ekonomika. Vyp. 10(151), s. 73-78, available at : <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2013/151-10/16>.
9. Sysolina, N. P. (2005), Modelivannia ta otsinka innovatsijnoi diial'nosti pidpriemstv, *Visnyk Tsentral'noukrains'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu*, available at: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/3254/1/36.pdf>.
10. Ofitsijnyj sajt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. Rozdil Nauka, tekhnolohii ta innovatsii, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Чех М. М.,

к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ В УМОВАХ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЗАМІЩЕННЯ ІМПОРТУ: ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ

Анотація. У статті здійснено аналіз особливостей імпортозаміщення як подальшої політики щодо економічного зростання в Україні. Враховуючи мету дослідження, запропоновано комплексний підхід щодо імплементації зазначеної стратегії. Систематизовано переваги, недоліки та ряд ризиків вітчизняного імпортозаміщення для пріоритетних галузей національної економіки. Обґрунтовано доцільність заміщення імпорту з врахуванням імпортозалежності у галузевому розрізі. Запропоновано поетапний підхід щодо реалізації політики імпортозаміщення в українській економіці, що ґрунтується на відповідних галузевих пріоритетах. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на аналіз інструментів реалізації зазначеної стратегії, з врахуванням мінімізації існуючих ризиків окремих галузей.

Ключові слова: заміщення імпорту, імпортозалежність, виробництво, торговельний баланс, галузеві пріоритети.

Chekh M. M.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

PECULIARITIES OF ECONOMIC GROWTH IN THE CONDITIONS OF IMPORT SUBSTITUTION STRATEGY IMPLEMENTATION: THE SECTORAL ASPECT

Abstract. The characteristics of import substitution as a policy for further economic growth in Ukraine are analyzed. Taking into account the purpose of the study, comprehensive approach concerning this strategy implementation is suggested. Advantages, disadvantages and risks of import substitution for priority sectors of the national economy are systematized. Expediency of import substitution considering import dependence of individual sectors is substantiated. Step-by-step approach for implementation the policy of import substitution in the Ukrainian economy based on the relevant sectorial priorities is suggested. Further research should focus on the analysis of implementation instruments of this strategy, considering minimizing the existing risks in specific sectors.

Keywords: import substitution, import dependence, production, trade balance, sectoral priorities.

Постановка проблеми. З огляду на поточну макроекономічну ситуацію, можливості відновлення економіки України за рахунок традиційних чинників, таких як сприятлива кон'юнктура на світових ринках, дешева ресурсна база, низька вартість робочої сили, поступово вичерпуються. Відповідно, виникли підстави для переоцінки пріоритетів економічного зростання. Вважається, що найбільш реальні перспективи економіки України значною мірою пов'язані з розвитком внутрішнього ринку шляхом посилення процесів імпортозаміщення.

Таким чином, в умовах дефіциту зовнішньоторговельного балансу та поглиблення структурних дисбалансів у виробництві імпортозаміщення відіграє важливу роль у зменшенні імпортозалежності та забезпеченні економічної безпеки країни. Це

свідчить про своєчасність та актуальність обраної тематики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Однією з основних цілей розвитку економіки імпортозаміщення проголошувалося в теоретичних концепціях, розроблених представниками неокейнсіанської школи, такими як М. Бруно, Н. Картер, А. Страуг, Х. Ченері, та структуралізму, що пов'язують із іменами Р. Пребіша та Х. Зінгера [15, с. 260-270], С. Фургаду [13]. На сучасному етапі окремі аспекти стратегії заміщення імпорту перебувають у колі наукових інтересів ряду відомих закордонних дослідників різних теоретичних шкіл, таких як Г. Бартон [11], Дж. Дарлін [12], Л. Кляйн, Д. Вестен. Аналіз теоретичних та практичних аспектів імпортозаміщення як стратегії економічного розвитку

висвітлюється у працях ряду вітчизняних науковців: Т. Васильціва, А. Грициної [2], С. Давиденка, І. Дунаєва, А. Мазаракі [4], С. Пазізіної [6], І. Сторонської [15], О. Чорної. Ю. Венцковський наголошує на стратегії імпортозаміщення як основі підтримки економічної безпеки країни [1]. Галузеві та структурні особливості політики заміщення імпорту відображено у працях А. Гуменюка, Т. Мельник та К. Пугачевської [5], О. Точиліна та ін. Дослідження зарубіжного досвіду впровадження даної стратегії та оптимізація його використання в Україні розкривається у працях Я. Енея, Я. Жаліла [3], Р. Огородника та І. Плющика. Н. Кухарська, Ю. Шейко [11] розглядають стратегію імпортозаміщення у регіональному розрізі. Однак загалом бракує комплексних досліджень підходів щодо реалізації політики імпортозаміщення з врахуванням галузевих пріоритетів.

Постановка завдання. Основні завдання статті полягають у дослідженні імпортозаміщення як подальшої стратегії економічного розвитку з врахуванням галузевих пріоритетів та окреслення поетапного підходу до її ефективної реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Українська влада всіляко спрямовує свої зусилля на реалізацію стратегії імпортозаміщення. Свідченням цього є прийняття у вересні 2011 року “Державної програми розвитку внутрішнього виробництва”, що акцентує на політиці заміщення імпорту у вітчизняній промисловості [8]. Пропозиції уряду щодо імпортозаміщення слід оцінювати доволі критично в силу їх “подвійного призначення”, що формують, крім очевидних переваг, ряд недоліків та ризиків щодо успішної реалізації. Важливо, що імпортозаміщення потребує створення цілих ланок виробництва, що неможливо без значних капітальних інвестицій та тривалого часу впровадження [10].

Характеристики процесу імпортозаміщення в Україні нами було розглянуто у розрізі окремих галузей (див. табл. 1).

Серед галузей національного господарства можна виділити кілька груп з точки зору можливості реалізації політики імпортозаміщення: галузі, в яких складно реалізувати стратегію імпортозаміщення, що переважно пов’язано з гіршими чи неможливими умовами для виробництва (наприклад, вирощування певних видів культур); галузі, де можливе часткове заміщення імпорту за рахунок системної політики, відстоювання національних інтересів та масштабних державних і приватних інвестицій (нафто- та газодобування); галузі, імпорту за якими може бути заміщений українським виробництвом у короткостроковій перспективі при реалізації певних державних заходів щодо стимулювання експорту готових виробів (а не сировини) та залучення інвестицій (виробництво меблів замість експорту деревини,

легка та харчова промисловість, сільське господарство, хімічна промисловість); галузі, де заміщення імпорту потребуватиме комплексної міжгалузевої політики із залученням наукових кіл, науково-освітніх закладів, бюджетного фінансування тощо (наприклад, виробництво сучасного устаткування, авіаційна та космічна промисловість, фармацевтична промисловість); галузі, де можливе імпортозаміщення переважно через створення виробництв іноземними компаніями (доцільно в кооперації з вітчизняними) та поступова локалізація такого виробництва (перш за все це стосується галузі транспортного машинобудування).

А. Мазаракі та Т. Мельник вважають, що державна політика імпортозаміщення повинна стосуватися кількох найбільш важливих галузей, які мають певний рівень технологічної готовності та досить розвинену виробничу інфраструктуру [3, с. 12-13].

Машинобудівний комплекс нараховує 20 спеціалізованих галузей, у тому числі 58 підгалузей, створених згідно з галузевою структурою і потребами національної економіки. Найскладніша ситуація склалася в галузі легкових автомобілів. Україна вже практично втратила всі можливості щодо формування сучасної автомобільної галузі, які виникали перед країною за останні десятиліття. Імпорт сучасних та якісних автомобілів поза бюджетним класом практично не має стримуючого фактора з боку українського виробництва.

Україна належить до небагатих країн світу, що володіють повним циклом створення авіаційної техніки і посідає значне місце на світовому ринку у секторі транспортної та регіональної пасажирської авіації. Галузь нараховує понад 39 підприємств, на них припадає до 25% зайнятих у машинобудівному комплексі. Основу галузі становлять 4 великих підприємства, на яких зосереджено близько 80% працівників галузі. Потенціал авіаційної промисловості дозволяє нарощувати обсяги розробок і виробництва авіаційної техніки за різними напрямками. Оцінюючи статистичну інформацію (рис. 1 та 2), бачимо: на користь імпортозаміщення у сфері машинобудування свідчать від’ємне сальдо експорту-імпорту та високий рівень імпорту в галузі, що формує високий рівень імпортозалежності галузі (92%).

Хоча експерти високо оцінюють потенціал українського АПК, його ефективність залишається дуже низькою¹. Попри високі обсяги загальної реалізації продукції сільського господарства на внутрішньому ринку та додатне сальдо експорту-імпорту (рис. 1), дана галузь позбавлена конкурентних переваг на зовнішньому ринку, частка експорту не перевищує 15%. Невтішними виглядають перспективи харчової промисловості. Попри високі обсяги реалізації сільськогосподарської продукції та продукції харчової промисловості на внутрішньому ринку, зовнішньоторговельне сальдо галузі залишається від’ємним (рис. 1).

¹ За останні кілька сезонів середня врожайність, наприклад, пшениці в Україні становила 26 центнерів із

гектара, в той час як у країнах Західної Європи — 40-50 центнерів.

Іншою перешкодою на шляху імпортозаміщення та залучення інвестиційних ресурсів в АПК постає ринок землі. Без створення повноцінного земельного ринку (легалізації торгівлі наділами та спрощення переходу прав власності на землю) не варто очікувати стрімкого розвитку АПК. До того ж, він має орієнтуватися не лише на внутрішній, а й на зовнішній ринок. Інакше не слід сподіватися, що аграрне виробництво навіть разом із харчовою промисловістю дасть імпульс для розвитку інших галузей, насамперед металургії, хімічної промисловості та машинобудування. Важливо, що тривала деградація сільського господарства стримує розвиток

сфери переробки сільгоспсировини та повністю блокує можливість реабілітації вітчизняного сільськогосподарського машинобудування, зокрема випуску складної сільськогосподарської техніки.

Варто зауважити, що за останні роки у розвинених країнах сільське господарство з традиційно дотаційної галузі перетворюється на провідну наукомістку високодохідну галузь, розвиток якої спирається на сучасні біотехнології. В нашій країні за певних умов аграрний сектор та суміжна з ним харчова промисловість також може набути швидкого розвитку. До цього нас зобов'язують прийнятні природно-кліматичні умови, великий, порівняно з

Таблиця 1

Характеристики реалізації стратегії імпортозаміщення в Україні

Галузь		Переваги	Недоліки	Ризики
В тому числі	Машинобудування	сировинна база, кваліфіковані кадри, базові виробничі потужності, потенціал НДКР, наявність суміжних галузей, місткий внутрішній ринок	залучення довгострокових інвестиційних ресурсів, відсутність захисту прав інтелектуальної власності, значна енергозалежність, вартість робочої сили, неповний виробничий цикл	якісна конкуренція імпорту, венчурне фінансування, імітація виробничого процесу
	Транспортне машинобудування			
	Авіаційна та космічна промисловість			
Сільське господарство		наявний природно-ресурсний потенціал, місткий внутрішній ринок, можливість створення ефекту масштабів виробництва, експорт продукції	низька ефективність, відсутність чіткої процедури регулювання ринку землі, залежність від вартості паливних ресурсів, застаріле устаткування, низька закупівельна вартість, посередництво, стандартизація і сертифікація	залежність від імпорту сировини (70%) та комплектуючих виробів
Харчова промисловість				
Легка промисловість		місткий внутрішній ринок, невисока територіальна спеціалізація	нестача сировини, цінова конкуренція імпорту, низький технологічний імпорт, брак власного машинобудування	необхідність імпорту сировини, демпінговий імпорт
Хімічна промисловість		сировинна база, місткий внутрішній ринок, наявність суміжних галузей	залежність від критичного імпорту, працездатні виробництва	екологічно небезпечні та шкідливі виробництва
Фармацевтична промисловість		ємний внутрішній ринок, можливість цінової та якісної конкуренції, наявність державних закупівель	відсутність ефективних корпоративних ланцюжків, брак орієнтації на доробок вітчизняної науки, відсутність сучасної науково-лабораторної бази	залежність від закордонних розробок нових лікарських засобів

Джерело: розроблено автором.

іншими країнами, загальний фонд сільськогосподарських угідь, передусім ріллі з родючими ґрунтами, власний досвід землеробства й тваринництва. Крім того, розвиток даних галузей формує основу продовольчої безпеки країни [6, с. 42].

Значними ознаками імпортозалежності характеризується галузь легкої промисловості. За експертними оцінками, ємність внутрішнього ринку товарів легкої промисловості становить 40-50 млрд грн щорічно, в той же час майже 80% споживчих товарів надходять в Україну з-за кордону. Проте реалізацію стратегії імпортозаміщення у даній галузі ускладнює брак сировини для виробництва. Вважається, що хоча дана галузь найбільше постраждала від експансії імпортованих товарів (імпортозалежність галузі оцінюється на найвищому рівні), але відтворити її можливо достатньо швидкими темпами. Для легкої промисловості характерна менш виражена, порівняно з іншими галузями, територіальна спеціалізація, оскільки практично в кожній області є ті чи інші її підприємства. У даний час ефективність підприємств галузі досить низька: товари, які випускають підприємства легкої промисловості України, значно поступаються за якістю і кількістю продукції розвинених країн; порівняно низька продуктивність праці; вищі в галузі, порівняно зі світовим рівнем,

імпорту – 75 % [8]. Дана галузь більшою мірою знаходиться в руках приватних власників, однак у сучасних економічних умовах потребує спеціальної державної підтримки. В державній власності залишилися в основному галузеві НДІ, ВНЗ та нерентабельні підприємства.

Упродовж останніх років стійку тенденцію до зростання демонструє фармацевтична галузь (у вартісному виразі). Двадцять два виробники виготовляють 85 % від загального обсягу вітчизняної продукції, і основний асортимент вітчизняних ліків займає провідне місце в політиці технічного переоснащення, розробки і впровадження у виробництво нових препаратів.

Частка вітчизняних препаратів за останні роки різко збільшилася, насамперед через девальвацію гривні та витіснення дорогих імпортних аналогів, і за підсумками жовтня 2015 року становила 75,7% порівняно із 66% у 2010 році усього продажу в натуральному виразі; у грошах (через вищу вартість імпортних препаратів) частка українських препаратів не така велика – 41,4% (у 2010 р. – 39%). Це свідчить про значно нижчі ціни на вітчизняні ліки та їх більшу доступність.

Отже, попри систематизовані в таблиці 1 перешкоди та ризики, важливим аргументом на користь

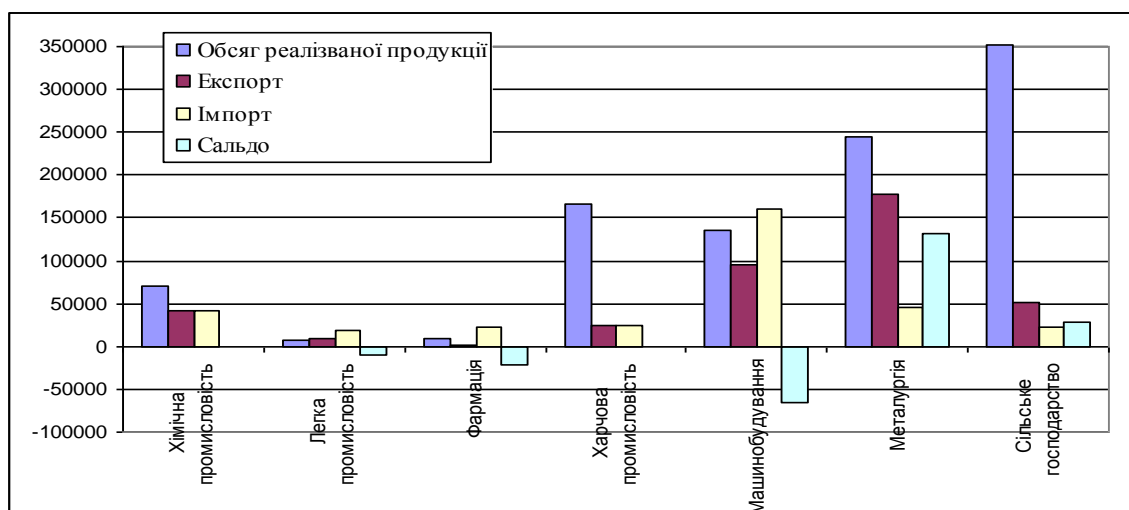


Рис. 1. Показники діяльності окремих галузей промисловості України на початок 2016 р.

Джерело: [9].

затрати на виробництво продукції. Галузь майже втратила свої власні позиції на вітчизняному ринку, що робить її реформування необхідним. Підприємства, які залишилися, працюють в основному на давальницькій сировині. Крім того, товарна пропозиція саме цих ринків найбільше наповнюється за рахунок необлікованого проникнення іноземних товарів (контрабанди) [1].

Хімічна та нафтохімічна промисловість є однією з найважливіших галузей, продукція якої сьогодні користується попитом майже у всіх галузях економіки, а також домогосподарств. В Україні наявна потужна сировинна база полімінерального та техногенного походження. Ступінь залежності галузі від

імпортозаміщення у даній галузі слугує значне від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі, що за підсумками 2015 року склало -26436,957 млн грн (1211,593 млн дол. США) у порівнянні із загальними обсягами реалізації продукції галузі – 20295 млн грн (рис. 1), місткий внутрішній ринок, нижча вартість української фармацевтичної продукції, забезпечення лівової частки попиту за рахунок державних закупівель.

Не відкидаючи викладеного вище, процес реалізації стратегії імпортозаміщення у вітчизняній економіці має відбуватися поетапно. Передусім слід правильно обрати сектори (галузі), на які буде скерована підтримка. Серед пріоритетних - ті, де присутні монополні постачальники (стабільність роботи з

якими може залежати від політичного курсу країни) та є більшою мірою залежні від зовнішньої кон'юнктури. Важливим є також врахування співвідношень між обсягами реалізації продукції галузі на внутрішньому ринку та її імпорту та сальдо зовнішньої торгівлі даної галузі. На початкових етапах імпортозаміщення необхідно спиратися на галузі з невисоким рівнем схильності до імпорту. Тому важливо здійснити аналіз імпортозалежності галузей з врахуванням її критичного рівня.

Згідно з Методикою розрахунку рівня економічної безпеки України виділено такі граничні межі економічної безпеки за показником частки імпорту у внутрішньому споживанні країни: оптимальне значення - до 17,0 %, задовільне - 17,0-19,0 %, незадовільне - 19,0-22,0 %, небезпечне - 22,0-25,0 % і критичне - 30,0-100,0 % [6].

Для визначення імпортозалежності галузі слід визначити частку імпорту у внутрішньому споживанні продукції галузі в країні (рівняння 1):

$$I_n = \frac{Q_{in}}{Q_{in} + Q_{вн}}, \quad (1)$$

де I_n – рівень імпортозалежності за продукцією n-го виду діяльності (галузі); Q_{in} , $Q_{вн}$ – обсяг імпорту, виробництва (реалізації) продукції n-го виду діяльності (галузі).

Як показують розрахунки, результати яких представлені на рисунку 2, імпортозалежність більшості галузей перевищує критичний рівень. Оптимальний рівень імпортозалежності притаманний для харчової промисловості, сільського господарства та металургії.

З огляду на викладене вище найбільш оптимальним виглядає початковий імпульс до імпортозаміщення у харчовій промисловості, що у вітчизняних умовах не може розглядатися у відриві від сільського господарства. Базовість аграрного сектора

зумовлюється: по-перше, низькими доходами галузі та низькою середньомісячною заробітною платою робітників (по відношенню до середньої у національному господарстві); по-друге, невисокою схильністю до імпорту в даному сегменті; наявністю відповідного природно-ресурсного потенціалу та сировини. Крім того, на думку багатьох експертів, вітчизняна продукція в галузях харчової промисловості та сільського господарства може потіснити імпорту: саме ці галузі здатні дати новий імпульс для економічного зростання країни, адже працюють зараз не на відновлення (як металургія чи хімія), а на зростання ВВП.

Другий етап імпортозаміщення, що є перехідним до етапу розвитку суміжних галузей, пропонується провести шляхом активізації попиту на автомобілі низькоцінового сегмента. Стимулюванню попиту сприятиме підвищення доходів споживачів сільських та приміських місцевостей, що мають низьку схильність до імпорту. Передбачається, що придбання автомобілів у зазначеному сегменті вимагатиме подальшого розвитку інфраструктури у сільській місцевості, передусім доріг.

Реалізація третього етапу передбачає розвиток суміжних галузей сфери машинобудування та передусім автомобілебудування. Проте імпортозаміщення у сфері транспортного машинобудування в Україні доцільно розпочинати із створення спільних підприємств з подальшою локалізацією виробництва. Залучення відомих компаній – світових технологічних лідерів для інвестування у галузь машинобудування (як і інші технологічні галузі) виступає важливим чинником подальшої переорієнтації виробництва та експорту до несировинної структури для конкретної вітчизняної ситуації².

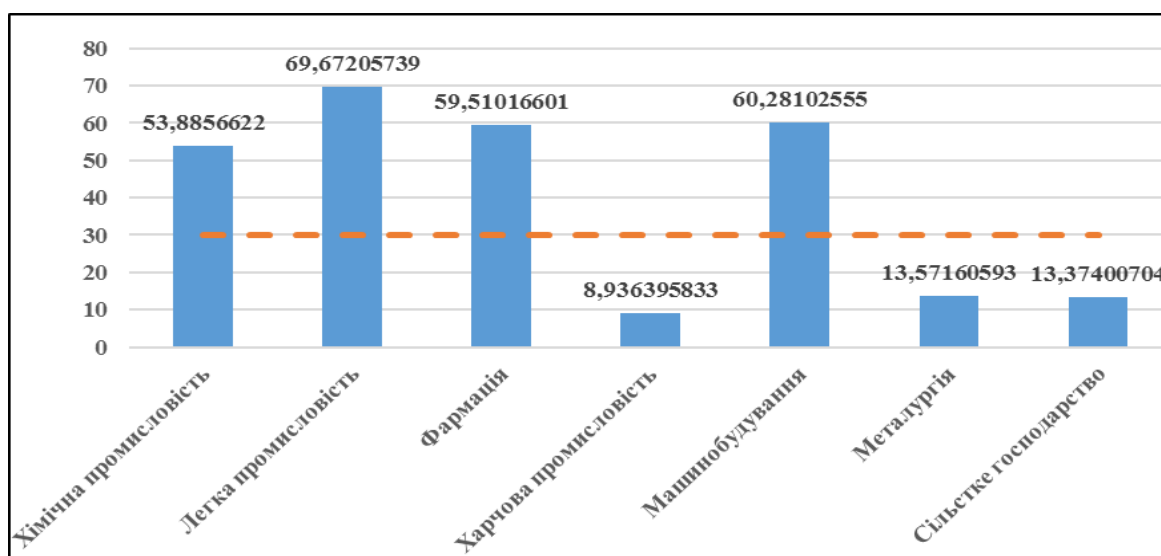


Рис. 2. Імпортозалежність галузей промисловості України на початок 2016 р.

Джерело: розраховано автором за [9].

² За оцінками експертів, близько 75-80 % загальносвітового обсягу НДДКР здійснюється саме в межах ТНК, а на

700 найбільших промислових фірм світу припадає близько половини всього обсягу використання винаходів у світі.

Розвиток даних галузей сприятиме зростанню попиту на кваліфіковану робочу силу, що у сполученні із зростанням оплати праці матиме “ланцюговий ефект” у технологічному секторі й стимулюватиме економічне зростання, створюючи подальші можливості до імпортозаміщення у високотехнологічних галузях сфери машинобудування та фармацевтики, продукція яких зможе зайняти свою нішу на регіональному та європейському ринках. Додатково поява іноземної компанії на місцевому ринку загострює конкуренцію, що стимулює національних виробників до оперативнішого впровадження нових ресурсо- та енергозберігаючих виробництв для покращення чи збереження власного ринкового становища. Додатковим позитивним імпульсом зростання попиту на автомобілі виступатиме поліпшення інфраструктури доріг, що, у свою чергу, сприятиме покращенню інвестиційного клімату, який є необхідним для залучення додаткових інвестиційних надходжень до високотехнологічних галузей та підтримки стійкого рівня продуктивності праці у вітчизняній економіці.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Результат реалізації стратегії імпортозаміщення та розвитку внутрішнього виробництва значною мірою залежатиме від спроможності держави своєчасно створювати необхідні умови для реалізації підприємницької ініціативи і вдосконалювати стимули, спрямовані на активізацію інвестиційної діяльності за новітніми технологіями в усіх галузях економіки. Така ціль реалізуватиметься лише через консолідацію зусиль держави, бізнесу та науки. Важливо, щоб для всіх суб’єктів господарської діяльності були створені рівні (недискримінаційні) умови розвитку та можливості НДР.

ЛІТЕРАТУРА

1. Венцковський Д. Ю. Імпортозалежність внутрішнього товарного ринку у контексті загроз економічної безпеки України [Електронний ресурс] / Д. Ю. Венцковський // Ефективна економіка. – 2015. – № 10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4389>
2. Грицина Л. А. Теоретичні основи розвитку політики імпортозаміщення / Л. А. Грицина // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 3. – С. 42-47.
3. Жаліло Я. Проблеми формування сучасних засад політики імпортозаміщення в Україні [Електронний ресурс] / Я. Жаліло, В. Гацько // Економічна політика. – Режим доступу: http://www.niisp.org/vydanna/panorama/issue.php?s=epol2&issue=2006_1.
4. Мазаракі А. А. Імпорт та перспективи імпортозаміщення в Україні / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2012. – №6. – С. 5-16.

5. Мельник Т. М. Імпортозалежність економіки України і пріоритети селективного імпортозаміщення / Т. М. Мельник, К. С. Пугачевська // Економіка України. – 2016. – № 4. – С. 29-44.

6. Пазізіна К. В. Імпортозаміщення в системі забезпечення економічних інтересів України / К. В. Пазізіна, С. М. Пазізіна // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 3 [20]. – С. 42-45.

7. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: наказ від 29.10.2013 №1277 [Електронний ресурс] / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/>.

8. Постанова Кабінету Міністрів України “Про затвердження Державної програми розвитку внутрішнього виробництва” № 1130 від 12 вересня 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/>.

9. Статистична база Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

10. Чех М. М. Імпортозаміщення та залучення прямих іноземних інвестицій в Україну / М. М. Чех, О. Б. Василиця, В. Т. Польовська // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – №4. – С. 87-96.

11. Шейко Ю. Імпортозаміщення як інструмент розвитку малого підприємництва в регіонах України [Електронний ресурс] / Ю. Шейко // Ефективна економіка. – 2016. – №2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4779>.

12. Burton H. A reconsideration of import substitution / H. Burton // Journal of economic literature. – 1998. – № 36(2). – P. 903-936.

13. Dargin J. Promoting Industrialization: Trade and Industrialization Strategies for the Global South / J. Dargin // HCS Working Paper. – 2011. – 36(2).

14. Furdato C. Economic development of Latin America: Historical Background and Contemporary Problems (2nd ed.) / C. Furdato // Cambridge Latin American Studies, 1997. – 336 p.

15. Storonyanska I. The impact of import on the development of Ukrainian domestic market / I. Storonyanska, N. Popadynets // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 2. – С. 201-209.

16. Prebisch R. International Trade and Payments in an Era of Coexistence: Commercial Policy in the Underdeveloped Countries / Raul Prebisch // American Economic Review. – 1959. – № 49. – P. 251-273.

REFERENCES

1. Ventskovs'kyj, D. Yu. (2015), Importozalezhnist' vnutrishn'oho tovarnoho rynku u konteksti zahroz ekonomichnoi bezpeky Ukrainy, Efektivna ekonomika, № 10, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4389>.
2. Hrytsyna, L. A. (2016), Teoretychni osnovy rozvytku polityky importozamischennia, *Ekonomichnyj visnyk Zaporiz'koi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, vyp. 3, s. 42-47.

3. Zhalilo Ya. and Hats'ko V. Problemy formuvannia suchasnykh zasad polityky importozamischennia v Ukraini, *Ekonomichna polityka*, available at : http://www.niisp.org/vydanna/panorama/issue.php?s=epol2&issue=2006_1.
4. Mazaraki, A. A. and Mel'nyk, T. M. (2012), Import ta perspektyvy importozamischennia v Ukraini, *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu*, №6, s. 5-16.
5. Mel'nyk, T. M. and Puhachevs'ka, K. S. (2016), Importozalezhnist' ekonomiky Ukrainy i prioritytety selektyvnogo importozamischennia, *Ekonomika Ukrainy*, № 4, s. 29-44.
6. Pazizina, K. V. and Pazizina, S. M. (2013), Importozamischennia v systemi zabezpechennia ekonomichnykh interesiv Ukrainy, *Stalyj rozvytok ekonomiky*, № 3[20], s. 42-45.
7. Pro zatverdzhennia Metodichnykh rekomendatsij schodo rozrakhunku rivnia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy: nakaz vid 29.10.2013 №1277 / Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy, available at: <http://www.me.gov.ua/>.
8. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy "Pro zatverdzhennia Derzhavnoi prohramy rozvytku vnutrishn'oho vyrobnytstva" № 1130 vid 12 veresnia 2011 r., available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/>.
9. Statystychna baza Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Chekh, M. M. Vasylytsia, O. B. and Pol'ovs'ka, V. T. (2016), Importozamischennia ta zaluchennia priamykh inozemnykh investysij v Ukrainu, *Aktual'ni problemy ekonomiky*, №4, s. 87-96.
11. Shejko Yu. (2016), Importozamischennia iak instrument rozvytku maloho pidpriemnytstva v rehionakh Ukrainy, *Efektivna ekonomika*, №2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4779>.
12. Burton, H. A. (1998), Reconsideration of import substitution, *Journal of economic literature*, № 36(2), p. 903-936.
13. Dargin J. (2011), Promoting Industrialization: Trade and Industrialization Strategies for the Global South, *HCS Working Paper*, 36(2).
14. Furdato C. (1997), Economic development of Latin America: Historical Background and Contemporary Problems, 2nd ed., *Cambridge Latin American Studies*, 336 p.
15. Storonyanska I. and Popadynets N. (2015), The impact of import on the development of Ukrainian domestic market, *Marketynh i menezhment innovatsij*, № 2, c. 201-209.
16. Prebisch R. (1959), International Trade and Payments in an Era of Coexistence: Commercial Policy in the Underdeveloped Countries, *American Economic Review*, № 49, p. 251-273.

Яцук В.І.,

к.е.н., доц. доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА СИСТЕМ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

***Анотація.** У статті розглянуто стан та проблеми ефективного використання інформаційних технологій та систем у туризмі. Обґрунтовано доцільність впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність туристичного підприємства. Наведена структурна схема використання інформаційних технологій у процесі забезпечення якості туристичних послуг. Визначено види інформаційних технологій, що підвищують безпеку та якість туристичних послуг, серед яких глобальні розподільчі системи; системи бронювання та резервування; електронні інформаційні системи; інформаційні системи менеджменту; мобільні системи зв'язку; послуги глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. Подальших досліджень потребують питання огляду автоматизованих систем управління туристичними підприємствами та перспективи впровадження хмарних сервісів.*

Ключові слова: автоматизовані інформаційні системи, комплексна автоматизація, туристичне підприємство, інформаційні технології та системи в туризмі, види інформаційних технологій в туризмі.

Yashchuk V.I.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel & Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

ANALYSIS OF THE CURRENT STATE OF INFORMATION TECHNOLOGIES AND SYSTEMS IN THE TOURISM INDUSTRY

***Abstract.** The article deals with the state and problems of the effective use of information technologies and systems in tourism. The feasibility of introducing modern information technologies into the activity of a tourist enterprise is substantiated. The structural scheme of use of information technologies in the process of ensuring the quality of tourist services is shown. The types of information technologies that increase the safety and quality of tourist services, including global distribution systems; booking and reservation systems; electronic information systems; information management systems; mobile communication systems; services of the Internet global computer network, are determined. Further research needs a review of automated management systems for tourism enterprises as well as the prospects for the introduction of cloud services.*

Key words: automated information systems, complex automation, tourist enterprise, information technologies and systems in tourism, types of information technologies in tourism.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки все актуальнішою стає проблема інформаційного забезпечення підприємств індустрії туризму. Сучасний стан ринку такої індустрії характеризується високим рівнем конкуренції, різноманітністю видів наданих основних і додаткових послуг, підвищенням рівня обслуговування. Зростання складності управління та необхідність ведення контролю за усіма видами діяльності туристичного підприємства зумовлює необхідність впровадження та використання інформаційних технологій, які дозволяють прискорити процес створення та продажу пакетів послуг споживачам, здійснювати маркетингове планування, фінансово-облікову й господарську діяльність та ін. У зв'язку з цим процес автоматизації підприємств індустрії туризму є актуальним

для будь-якого туристичного підприємства. Активне впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність такого підприємства є необхідною умовою його успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у цій сфері [3,10,11].

Враховуючи динаміку розвитку інформаційних технологій, невизначеність ступеня їх впливу на ефективність функціонування туристичних підприємств, актуальним є здійснення комплексного дослідження застосування інформаційних технологій в управлінні суб'єктами туристичного підприємства в умовах інформаційного суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток теоретичних положень щодо впровадження автоматизованих інформаційних технологій та систем управління підприємством зроблено багатьма відомими вченими, серед яких В. Вдовин [1], О. Виноградова [2], О. Грицунов, [5], Г. Титоренко [7], В. Пономаренко, І. Золотарьова, Р. Бутова [8] тощо. Сучасні дослідження прикладних аспектів ролі інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств знаходять відображення у працях таких науковців, як О. Виноградова [2], О. Гарафонова [4], О.Зайцева [6], М. Мальська [9], С. Мельниченко [10,11], П. Пуцентейло [12]. Разом із тим, надалі невирішеними залишаються питання сучасного стану інформаційних технологій та систем в індустрії туризму з метою підвищення її конкурентоспроможності; належна увага не приділяється проблемам ефективного використання інформаційних технологій у туризмі.

Постановка завдання. Основною метою статті є проведення аналізу сучасного стану інформаційних технологій та систем в індустрії туризму, призначених для вирішення функціональних задач діяльності туристичних підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформаційні ресурси підприємств туризму – це їх головні ресурси, тому туризм можна вважати “інформаційним” видом економічної діяльності. Ступінь розвитку інформаційних ресурсів визначає загальний рівень інформатизації. Інформатизацію

визначають як сукупність взаємопов’язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб на основі формування і розвитку інформаційних систем, мереж, ресурсів та технологій, які побудовані на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки [4].

Створення нових інформаційних технологій має велике значення для розвитку суспільства. Вони активно перетворюють інші технології матеріального і нематеріального виробництва, в кінцевому підсумку формуючи новий стиль роботи, спосіб життя в цілому. Суть інформаційних технологій становлять методи і засоби формування та підтримки інформаційних потоків у системах управління об’єктами, у тому числі підприємствами сфери туризму [3].

Туристична галузь, в якій на даний час функціонують підприємства надання послуг гостинності, санаторно-курортні та оздоровчі заклади, туристичні фірми, набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні. Сьогодні важливим заходом є підвищення ефективності застосування сучасних інформаційних технологій у сфері готельного та туристичного бізнесу. Організувати роботу туристичного підприємства з максимальною ефективністю і у відповідності з сучасними світовими вимогами можливо тільки з використанням сучасних комп’ютерних технологій. На ринку сьогодні є більше десятка систем автоматизації управління туристичними підприємствами. Представлені на ринку інформаційних технологій

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	⇒	ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
Формування політики управління якості туристичних послуг	⇒	Використання ІТ для інформаційної системи підприємства
Планування і впровадження заходів з управління якістю туристичних послуг	⇒	Виявлення і реєстрація претензій, скарг, рекламцій туристів, у т.ч. через відгуки на сайті компанії
Аналіз ефективності функціонування систем з управління якістю	⇒	Використання спеціалізованих програмних продуктів для оцінювання результатів перевірок
Документальне оформлення системи якості	⇒	Використання спеціалізованих рекламних продуктів для розробки і підтримання в робочому стані
Взаємодія зі споживачами туристичних послуг	⇒	Взаємодія за допомогою послуг Інтернет систем резервування і бронювання, моніторинг відгуків у соціальних мережах
Розробка і ведення стандартної документації управління якістю туристичних послуг	⇒	Формування електронної бази даних, її поповнення і підтримка в робочому стані
Управління бізнес-процесами	⇒	Впровадження комплексної системи автоматизації управління
Застосування інноваційних методів оцінки й підвищення якості туристичних послуг	⇒	Використання спеціалізованих програмних продуктів для формування і обробки отриманих результатів
Аналіз відповідності якості послуг вимогам споживачів	⇒	Використання ІТ для збору, аналізу і систематизації інформації, отриманої від споживачів щодо якості послуг

Рис. 1. Структурна схема використання інформаційних технологій у процесі забезпечення якості туристичних послуг [6]

комп'ютерні програми автоматизації роботи туристичної індустрії мають різні можливості. Сьогодні за умов невизначеності, стохастичності зовнішнього середовища необхідною властивістю турфірми виступає її здатність до адаптації. Висока надійність і забезпечення стійкості – один із фундаментальних принципів її функціонування. З урахуванням конкретних умов для кожного туристичного підприємства необхідно розробляти і впроваджувати комплексні автоматизовані системи, що концентрують у собі сукупність організаційних, режимних, технічних і інших можливостей, спрямованих на досягнення достатнього рівня економічної ефективності й безпеки ведення бізнесу.

Інформаційні технології є важливою умовою забезпечення якості туристичних послуг (рис. 1).

Для інформаційної підтримки діяльності туристичних підприємств необхідно задіяти основні види інформації: історія ринку збуту; прогнози ринку і збуту; конкуренція; історія, стан, перспективи; частка на ринку: історія та аналіз; ціни; витрати; моделі ринку; контроль за діяльністю персоналу; територіальне планування, цикли ділових поїздок, персональний розподіл відряджень; джерела запиту на новий продукт; реєстр покупців; що виходить і отримана інформація; друкування і відправлення пошти; контроль відповідей і аналіз результатів рекламної діяльності; обчислення збутової діяльності; рух замовлення, виставлення рахунків, складання кошторисів і звітів; доступ до внутрішньої й зовнішньої інформації.

У практичній діяльності туристичних підприємств застосовуються різноманітні види інформаційних технологій, що підвищують безпеку та якість туристичних послуг, а саме [11]:

- глобальні розподільчі системи;
- системи бронювання та резервування;
- електронні інформаційні системи;
- інформаційні системи менеджменту;
- мобільні системи зв'язку;
- послуги глобальної комп'ютерної мережі Інтернет.

Глобальні розподільчі системи (Global Distribution System) забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи тощо. Найбільшими глобальними розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг є AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre. Такі системи дозволяють резервувати всі основні складові туристичної інфраструктури, тобто вони фактично утворюють загальну інформаційну систему, яка пропонує розподільчі мережі для всієї туристичної галузі.

Сьогодні набули поширення комп'ютерні системи бронювання. Термін "комп'ютерна система бронювання" (КСБ) означає автоматизовану систему, яка містить інформацію про розклад польотів, пасажиромісткість повітряного транспорту, тарифи та супутні послуги, і за допомогою якої можна забронювати та/або придбати квитки, та яка є доступною для туристичних агентів.

Зростання обсягів туризму впливає на транспортну і комунікаційну сфери, які внаслідок зростаючого попиту на подорожування стали одними з головних споживачів інновацій і продуктів інформаційних технологій, а саме: систем комп'ютерного бронювання, електронних систем інформації й комунікацій. Зі збільшенням кількості авіакомпаній, транспортних засобів, а також зростання обсягів авіап перевезень постала необхідність створення і впровадження комп'ютерних систем бронювання, останні ж стали основним інструментом для резервування авіаквитків. Комп'ютерні системи бронювання дозволяють суттєво покращити якість обслуговування споживачів за рахунок скорочення часу на оформлення квитків, підвищення якості та ефективності роботи персоналу авіакомпаній.

Через комп'ютерні системи бронювання можна оформити проживання в готелі, оренду автомобіля, замовити круїзну поїздку, отримати інформацію про місце перебування, курси валют, погодні умови, автобусне та залізничне сполучення. Тобто такі системи дозволяють резервувати всі основні сегменти туру – від місць у готелях до квитків у театр і страхових полісів. Можливість онлайн-бронювання забезпечує туристам економію часу на поїздках до офісу туристичної компанії, а туристичним підприємствам – на відкриття нових офісів і дистрибуцію.

Впровадження систем бронювання дозволило суттєво скоротити час на обслуговування споживачів, забезпечити резервування в режимі он-лайн, знизити собівартість послуг, оптимізувати формування маршруту туристів за ціною, часом польоту й іншими завданнями. Поширення комп'ютерних систем резервування (CRS) пов'язане в першу чергу зі збільшенням обсягів послуг та розширенням їхнього асортименту, скороченням вартості електронних послуг бронювання і резервування.

Туристична сфера є інформаційно насиченою, тому для забезпечення якісного рівня її управління необхідно використовувати сучасні інформаційні технології. У діяльності туристичних підприємств знайшли широке застосування інформаційні системи менеджменту, які забезпечують необхідною інформацією для прийняття управлінського рішення. Інформаційні системи менеджменту включають як спеціалізовані, так і програмні продукти загального призначення.

Найбільш розповсюдженими в діяльності вітчизняних туристичних підприємств є спеціалізовані програмні продукти: "Мастер-тур", "САМО-Тур", "САМО-турагент", "Turwin", "Парус-Турагентство", саме вони спрямовані в першу чергу на вирішення завдань управління та мають такі переваги: зниження витрат за рахунок оптимізації бізнес-процесів туристичних підприємств; гарантоване виконання замовлень у необхідному обсязі та в зазначені строки; забезпечення якості туристичного продукту через якість виробничих і управлінських технологій.

У туристичному бізнесі до послуг Інтернет звертаються споживачі (туристи), турагентства, туроператори та постачальники послуг. Споживач здійснює в мережі пошук інформації про туристичні

фірми, країни, окремі послуги. Для отримання необхідної інформації він повинен володіти знаннями щодо способів пошуку та пошукових систем, знати адреси туристичних сайтів, вміти користуватися системами бронювання. Для туристичного агентства важливим є пошук туроператорів, роздрібних і корпоративних клієнтів, оперативний зв'язок із туроператорами та постачальниками послуг, придбання туристичних послуг в Інтернеті, можливість бронювання послуг, отримання підтвердження і розрахунків вартості туру, одержання оперативної інформації. Туроператор в Інтернеті отримує необхідний оперативний зв'язок із постачальниками та продавцями послуг, можливість бронювання та продажу послуг і підтвердження проведення відповідних операцій.

Одним із суб'єктів туристичного ринку є постачальники послуг, які рекламують та продають свої послуги через Інтернет. Крім того, вони отримують оперативну інформацію, надійний та ефективний зв'язок, можливість використовувати системи бронювання і резервування, оперативного пошуку та оплати "гарячих" турів, квитків та інших послуг, участь в електронних міжнародних та міжрегіональних туристичних виставках та ярмарках. З появою та розвитком Інтернет змінилися психологія споживача, функції й політика діяльності туристичних підприємств. Отже, за допомогою Інтернет спрощується взаємодія учасників туристичного ринку, але при цьому змінюється технологія їх взаємодії.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Вплив інформаційних технологій на розвиток туризму величезний, оскільки прямо пов'язаний із підвищенням ефективності роботи як кожного туристичного оператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентоздатність фірми на сьогоднішньому ринку. Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу – сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку в найближчому майбутньому.

Інформаційно-технічна революція змінила характер і методи ведення бізнесу. Використання можливостей технічного обміну сьогодні дозволяє легше і швидше створювати і продавати пакети послуг споживачам, вирішувати задачі фінансово-операційного управління, маркетингового планування, підвищувати конкурентоздатність і кількість продажів. Кожен день приносить нові та ще більш оптимістичні прогнози щодо ролі автоматизації інформаційних технологій у туризмі. Ефективне автоматизоване інформаційне і технологічне управління – це ключова ланка в підвищенні економічної ефективності й поліпшенні якості послуг. Тому для швидкого і безпомилкового контролю, повноцінного аналізу існуючої ситуації, швидкості й повноти обслуговування клієнта неминучим і незамінним стає

впровадження автоматизованих інформаційних систем.

У сьогоднішніх економічних умовах жорсткої конкуренції і ринкової економіки жодна успішна туристична фірма не може повноцінно розвиватися й ефективно просуватися без сучасних автоматизованих інформаційних технологій.

Результатом впровадження новітніх комп'ютерних технологій стають нові можливості в сфері управління і сервісу. Українські туристичні підприємства усе більше усвідомлюють необхідність використання АІТ у своїй роботі. Поряд із тим, нагальними для подальших досліджень залишаються питання огляду автоматизованих систем управління туристичними підприємствами та перспективи впровадження хмарних сервісів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вдовин В. М. Предметно-ориентированные экономические информационные системы: учеб. пос. / В. М. Вдовин, Л. Е. Суркова, А. А. Шурупов. – М. : Изд.-торг. корпорация "Дашков и К°", 2009. – 388 с.
2. Виноградова О. В. Вплив інформаційно-технологічного фактору на конкурентоспроможність українських послуг на світовому ринку / О. В. Виноградова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : ІМВ КНУ, 2003. – Ч. 1. – С.167-169.
3. В'їзний туризм : навчальний посібник / [авторський колектив: П. Ф.Коваль, Н. О. Алешугіна, Г. П. Андрєєва та ін.]. - Ніжин: Вид-во Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.
4. Гарафонова О. І. Теоретичні засади впровадження інформаційної логістики в туризмі / О. І. Гарафонова // Вісник КНУТД №6 (93).– К. : КНУТД, 2015. – С.76-80.
5. Грицунов О. В. Інформаційні системи та технології : навчальний посібник / О. В. Грицунов. – Х. : ХНАМГ, 2010. –208 с.
6. Зайцева О. І. Інформаційні потреби туристичних підприємств в умовах ринкової самоорганізації : [Текст] / О. І. Зайцева, К. В. Самойленко // Науковий вісник ЧДІЕУ : збірник наук. праць. — Серія 1 : Економіка. — Чернігів : ЧДІЕУ, 2014. — Вип. 2 (22). — С. 33–36.
7. Информационные технологии управления : [учеб. пособие для вузов] / [под ред. Г. А. Титоренко]. – [2-е изд., доп.]. – М. : Юнити-Дана, 2003. – 439 с.
8. Інформаційні системи в економіці : навчальний посібник / [Пономаренко В. С., Золотарьова І. О., Бутова Р. К. та ін.]. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 176 с.
9. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія і практика: підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К. : ЦУЛ, 2010. – 472 с.
10. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія / С. В. Мельниченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 493 с.
11. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти /

С. В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. - 2010.- №2(6). - С. 129-138.

12. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: навч. пос. / П. Р. Пуцентейло. – К. : ЦУЛ, 2007. – 344 с.

REFERENCES

1. Vdovyn, V. M. Surkova, L. E and Shurupov, A. A. (2009), *Predmetno-oryentirovannye ekonomycheskye ynformatsyonnyesystemy, Yzd.-torh. Korporatsiya "Dashkov y K"*, M., 388 s.

2. Vynogradova, O. V. (2003), *Vplyv informatsijno-tehnolohichnohofaktorunakonkurento-spromozhnist' ukrains'kykhposluhnasvitovomuryнку, Aktual'niproblemymizhnarodnykhvidnosyn :zb. nauk. prats', IMV KNU, K., ch.1, s.167-169.*

3. *Viznyjturyzm, avtors'kyjkolektyv: P.F.Koval', N. O. Alieshuhina, H. P. Andrieieva, O. O. Zelens'ka, T. V. Hryhor'ieva, O. H. Parkhomenko, V. B. Dudko, M. O. Mykhajlovs'kyj, S. I. Bondar (2010), VydvoLuk'ianenko V.V., Nizhyn, 304 s.*

4. Harafonova, O. I. (2015), *Teoretychni zasady-vprovadzheniainformatsijnoilohistyky v turyzmi, Visnyk KNUTD №6 (93), KNUTD, K., s.76-80.*

5. Hrytsunov, O. V. (2010), *Informatsijni systemy tatekhnolohii, KhNAMH, Kharkiv, 208 s.*

6. Zajtseva, O. I. and Samojlenko, K. V. (2014), *Informatsijni potrebyturystychnykhpidpriemstv v umovakhrynkovoisamoorhanizatsii : [Tekst], Naukovyvisnyk ChDIEU : zbirnyknauk. prats', Serii 1 : Ekonomika, ChDIEU, Chernihiv, vyp. 2 (22), s. 33-36.*

7. *Ynformatsyonnyetekhnolohyyupravleniya, podred. H.A. Tytorenko, (2003), 2 nded., Yunyty-Dana, M., 439 s.*

8. *Informatsijni systemy v ekonomitsi, Ponomarenko V. S., Zolotar'ova I. O., Butova R. K. tain. (2011), Vyd. KhNEU, Kh., 176 s.*

9. Mal's'ka, M. P. and Pandiak, I. H. (2010), *Hotel'nyj biznes: teoriia i praktyka, TsUL, K., 472 s.*

10. Mel'nychenko, S. V. (2008), *Informatsijni tekhnolohii v turyzmi: teoriia, metodolohiia, praktyka, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, K., 493 s.*

11. Mel'nychenko, S.V. (2010), *Informatsijni tekhnolohii v turyzmi: teoretychni ta praktychni aspekty, Visnyk Zaporiz'kohonatsional'nohouniversytetu, №2(6), s.129-138.*

12. Putsentejlo, P.R. (2007), *Ekonomika i orhanizatsiaturystychno-hotel'nohopidpriemstva, TsUL, K., 344 s.*

Лихолат С. М.,

к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, Львівський державний університет внутрішніх справ, м. Львів

КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОСМИСЛЕННЯ БАЗОВИХ КАТЕГОРІЙ “МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО” ТА “МАЛИЙ БІЗНЕС”

Анотація. У статті розглянуто умови розвитку малого підприємництва в Україні у період нестабільного політичного та економічного розвитку. Досліджено терміни “мале підприємництво” та “малий бізнес”, наведено їх трактування. Зроблено співставлення даних термінів за їх економічною сутністю. Проведено групування термінів “мале підприємництво” та “малий бізнес” за подібністю їх трактування з метою усунення неточностей. Зазначено, що трактування термінів залежатиме від їх наповнення та застосування у діючій економічній системі окремо взятої країни. Схематично подано співвідношення досліджуваних термінів та їх ототожнення. Запропоноване авторське визначення термінів “мале підприємництво” та “малий бізнес” як ототожнюваних.

Ключові слова: мале підприємництво, малий бізнес, ринкове господарство, економічний інтерес, гіпертрофований сектор, деструктивні чинники.

Lycholat S. M.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Lviv State University of Internal Affairs, Lviv

CONCEPTUAL COMPREHENSION OF “SMALL ENTREPRENEURSHIP” AND “SMALL BUSINESS” BASIC CATEGORIES

Abstract. The article deals with the conditions of small entrepreneurship development in Ukraine in the period of political and economic instability. The terms "small entrepreneurship" and "small business" are investigated, their interpretation is given. Comparison of these terms by their economic essence is made. A grouping of the terms "small entrepreneurship" and "small business" has been conducted on the similarity of their interpretation in order to eliminate inaccuracies. It is noted that the interpretation of the terms will depend on their content and application in the existing economic system of the particular country. The ratio of the studied terms and their identification is schematically showed. The author's definition of the terms "small entrepreneurship" and "small business", as identifiable, is proposed.

Key words: small entrepreneurship, small business, market economy, economic interest, hypertrophied sector, destructive factors.

Постановка проблеми. В умовах нестабільного політичного та економічного розвитку України мале підприємництво набуває особливої ролі та стає перспективним механізмом для створення як внутрішнього, так і зовнішнього конкурентного середовища. Саме ринкові перетворення залежатимуть від того, яким чином вдасться реалізувати потенціал мобільного та динамічного малого підприємництва в межах існуючої законодавчої бази та внесення необхідних змін до нього. Варто зазначити, що законодавче регулювання малого підприємництва характеризується багатьма суперечностями. Саме процес легітимації малого підприємництва потребує особливого вивчення.

Аналіз остатніх досліджень і публікацій. Водночас, незважаючи на велику кількість нормативно-правової бази, яка регламентує діяльність малого підприємництва неоднозначним, залишається подання

терміна “мале підприємництво”, що в тій чи іншій мірі вивчали як вітчизняні науковці В. Апопій [1], З. Варналій [5, 6], Т. Васильців [2], Л. Воротіна [9], В. Карсекін [11], С. Мочерний [4], С. Реверчук [19], В. Савченко [7, 8], так і іноземні А. Брунетті, П. Вестхед, Д. Гнявеллі, Р. Кантільйон, А. Маршал, М. Портер, П. Рейнольдс, Х. Смітс, Й. Шумпетер та інші впродовж декількох поколінь фундаментальних досліджень. У своїх дослідженнях учені не повністю розкрили роль та місце малого підприємництва в індустріальних країнах, у країнах, що розвиваються, в країнах із перехідною економікою, аспекти та специфіку можливого сценарію розвитку, перспективи. Але недостатній аналіз та нечітке формулювання терміна “мале підприємництво” в різних моделях ринкового господарства створюють негативне підґрунтя для формування концепції підтримки та розвитку малого підприємництва в Україні як на державному, так і регіональному рівні.

Постановка завдання. Отже, основним завданням даного дослідження є отримання відповіді на запитання: терміни “малий бізнес” та “мале підприємство” є кардинально різними чи рівнозначними?

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з енциклопедичним визначенням під авторством Дяків Р. С. “бізнес (англ. business – справа, угода, заняття) – ініціативна економічна (виробнича, підприємницька, посередницька і та ін.) діяльність в умовах ринкової економіки, спрямована на створення власної справи та одержання прибутку шляхом використання своєї праці, власних або запозичених коштів” [3, с. 72]. Водночас термін “бізнес”, який розкритий в економічній енциклопедії під авторством Гаврилишина Б. Д. “бізнес (англ. business – справа, діло)”, доповнює цей термін “...діяльність, що не суперечить закону і спрямована на отримання прибутку” [4, с. 102].

тобто ступінь можливого ризику й інноваційність застосовуваних процесів, та надає перевагу “малому підприємству”, але не наводить чіткої межі, яка забороняла б використовувати термін “малий бізнес”.

Водночас однозначної думки серед авторів не існує щодо співвідношення понять “малий бізнес” та “мале підприємство” з точки зору широти економічної сутності. На рисунку 1 наведено два різнополюсні підходи, згідно з якими “малий бізнес” є ширшим поняттям, ніж “мале підприємство”, адже бізнес виникає на ринку між усіма його учасниками (продавцями, покупцями, робітниками), а не лише підприємцями. Тоді як опоненти цього підходу вважають, що “мале підприємство” є ширшим поняттям, адже передбачає участь у сферах виробництва та обігу, а “малий бізнес” – торгівлі.

Подібного твердження дотримується відомий науковець Савченко В. Е., що вважає мале підприємство таким, яке базується на засадах ризику та



Рис. 1. Співвідношення термінів “малий бізнес” та “мале підприємство”

Відомий український професор З. С. Варналій використовує терміни “малий бізнес” та “мале підприємство”. Наприклад, “Сьогодні малий та середній бізнес в Україні отримав певну преференцію з точки зору податкового законодавства, щоб стимулювати його розвиток”, “Надання «податкових канікул» для окремих категорій суб’єктів малого і середнього бізнесу на період...” [5, с. 12]. Водночас професор Варналій З. С. у процесі своїх досліджень використовує термін “мале підприємство”, а саме: “Один із перспективних напрямів створення конкурентно-ринкового середовища — розвиток малого підприємства” [6, с. 6]. Професор Варналій З. С. вважає: “...Мале підприємство - це самостійна, систематична, інноваційна діяльність малих підприємств і громадян-підприємців (фізичних осіб) на власний ризик із метою реалізації економічного інтересу – одержання прибутку” [6]. З цього випливає: це діяльність, що не йде врозрід із законодавчо закріпленими нормами й створює можливість реалізовувати власний економічний інтерес (підприємницький прибуток). Застосовуючи два терміни “малий бізнес” та “мале підприємство”, науковець розмежує їх через якісний складник,

інновацій, швидкій управлінській адаптації, спрямованій на максимізацію прибутку, і, як наслідок, першочерговою є якість, а не розмір діяльності [7, 8]. Автор вважає, що “...суб’єктом малого підприємства можна вважати лише економічно самостійний господарський суб’єкт, який наділений правом власності та найкраще реалізує потенційні можливості” [7, с. 42].

Таку ж думку підтримує вчений Л. І. Воротіна: “Підприємством вважається не будь-яка діяльність виробника, банкіра, працівника торгівлі, сфери послуг, а лише діяльність власника, який самостійно розпочинає і здійснює (чи із залученням найманої робочої сили) виробництво, надання послуг, торгівлю тощо” [9].

Тоді як Л. І. Дмитриченко та А. Н. Хімченко підкреслюють: термін “мале підприємство” по своїй суті є некоректним, адже “...під підприємством розуміється особлива форма економічної активності або економічної ідеології, запроваджена певною категорією людей – суб’єктів економічної діяльності, що функціонують або потенційних” [10, с. 17]. На думку зазначених авторів, термін “підприємство” не може підпадати під кількісну оцінку, а може

“...виступати лише в формі якісної оцінки... Підлягати кількісній оцінці може лише фірма, підприємство (або бізнес...). Таким чином, малий бізнес – це одна з форм розвитку підприємництва” [10, с. 18].

Проф. Карсекін В. І. поряд з іншими науковцями зазначає: “...практично повсюди проходить ототожнення підприємництва з малим бізнесом, широке використання у вітчизняній науці та практиці терміна «мале підприємництво»” [11].

Водночас, на думку А. Шулуса, малий бізнес є цілісним соціально-економічним явищем певного сектора (укладу) економіки, характер дрібного виробництва якого з особливо розмірним складом розкриває його організаційну та технічну сторони виробничих процесів (величину цінностей), а мале підприємництво відноситься до його соціально-економічного виміру і, як наслідок, збігається з терміном “малий бізнес” [12, с. 86]. Такої ж думки у тій чи іншій мірі в своїх наукових дослідженнях дотримуються автори Шпак В. І. [13], Штайнхофф Д. та Берджес Д. [14] та наголошують на можливості їх ототожнення.

Необхідно зазначити, що кожна країна світу оперує власним набором визначень термінів “малий бізнес” та “мале підприємництво” у залежності від приналежності даних термінів до діючої в тій чи іншій країні економічної системи та до відповідності рівня розвитку даних процесів. За даними Світового банку, існує понад п’ятдесят визначень “малий бізнес” та “мале підприємництво” у країнах, що розвиваються [15], причому зазначається, що термін “малий бізнес” першими почали застосовувати англійські країни, а термін “мале підприємництво” - в країнах Західної Європи та в Японії.

Цікавим є підхід до трактування терміна “бізнес” у західних іноземних науковців, наприклад С. Розенблатта, Р. Боннінгтона, В. Нідлсена, у книзі яких запропоновано системне визначення бізнесу, а саме: розглядається як система ведення справи; процес створення продукції; створення робочих місць; центральна магістраль діючої соціально-економічної системи; система задоволення власних потреб [15]. Отже, “малий бізнес” - це цілісне соціально-

економічне явище обраного сектора економіки, яке водночас є інституційним феноменом, що виник у процесі еволюції підприємництва, ринкових відносин та суспільних інститутів.

Тоді як А. Сміт у книзі “Дослідження про природу і причину багатства народів” писав: “Кожна людина, яка створює і нарощує власне виробництво, тим самим збільшує багатство суспільства. Кожний, хто збільшує свій капітал, збільшує й капітал суспільства. Не потрібно державі втручатися у приватні справи, а необхідно створити умови для їх розвитку”. Бажання запроваджувати інновації та знаходитися в зоні ризику саме підсилює значення малого підприємництва в економіці країни.

Розглянувши попередньо наведені трактування термінів “малий бізнес” та “мале підприємництво”, вважаємо за доцільне зазначити, що бізнес – це підприємницька діяльність, відповідно, малий бізнес – це мале підприємництво. Дані терміни максимально наближені з точки зору економіки, особливо за ознакою інноваційності. Тобто розглянуті категорії можна вважати синонімами, трактування яких не суперечить одне одному. Дане твердження співпадає також із думкою й інших авторів [16, с. 30; 17, с. 13; 18, с. 46; 19, с. 57; 20, с. 425].

Отже, здійснивши аналіз дефініцій “мале підприємництво”, наведених різними авторами, їх можна об’єднати в групи за подібністю в трактуваннях:

- як самостійна господарська діяльність;
- як ризикова та інноваційна діяльність з метою отримання прибутку;

- як діяльність, керована державними органами.

Звичайно, зважаючи на складність досліджуваного явища, можна не погодитися з окремими дефініціями, але водночас потрібно визнати, що вони відтворюють уявлення науковців про термін “мале підприємництво”.

Тоді як дослідивши дефініції “малий бізнес”, їх можна об’єднати в наступні групи за подібністю в трактуваннях:

- як прибуткова діяльність;
- як ділова індивідуальна активність;
- як діяльність, керована державою.

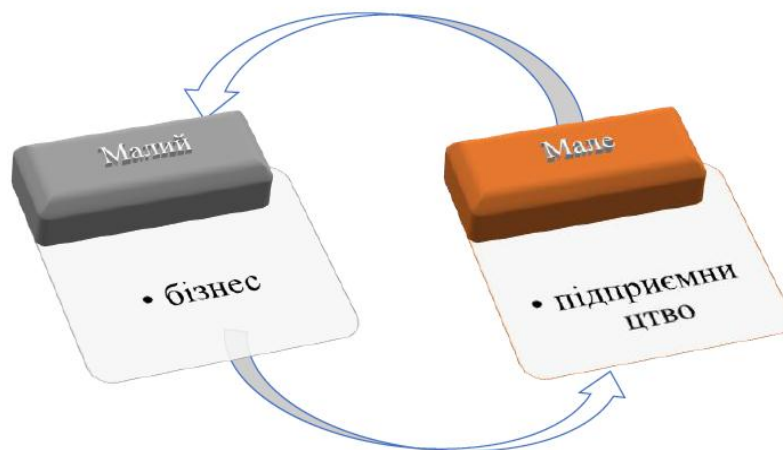


Рис. 2. Ототожнення термінів “малий бізнес” та “мале підприємництво”

На нашу думку, наведення термінів “малий бізнес” та “мале підприємство” шляхом їх об’єднання в групи за ознаками подібності в цих групах підтверджують їх тотожність.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, недостатній рівень розвитку і неузгодженість нормативно-правової бази гальмує розвиток малого підприємництва в Україні та є одним із основних чинників, який гіпертрофує сектор малого підприємництва.

Поряд із недосконалою нормативно-правовою базою та неоднозначними трактуваннями термінів “малий бізнес” та “мале підприємство” є ряд й інших чинників, які деструктивно впливають на розвиток сектора малого підприємництва.

На нашу думку, “мале підприємство” та “малий бізнес” є ототожнюваними термінами, про що ми зазначили вище, завдяки об’єднанню термінів у групи за спільністю ознак, наведених багатьма авторами, і потребують єдиного їх трактування, а саме: це ризикова та інноваційна діяльність (самостійна чи із залученням найманої робочої сили) власника, який не входить у жодне монопольне об’єднання, націлена на отримання підприємницького прибутку в межах законодавчо закріплених державою критеріїв (показників).

Загалом сектор малого підприємництва ми вважаємо гіпертрофованим, тобто таким, який знаходиться постійно у зоні ризику, пов’язаного з прийняттям власних рішень у процесі провадження підприємницької діяльності. Водночас гіпертрофовані рішення з боку органів державної влади, програми підтримки малого бізнесу з декларативним характером, недостатня фінансова підтримка з боку держави, відсутність узгодженості дій між центральними та регіональними органами влади тощо дестабілізують діяльність сектора малого підприємництва та потребують подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / Апопій В. В.; [за ред. В. В. Апопії та ін.]. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.

2. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення : монографія / Т. Г. Васильців. – Львів : Арал, 2008. – 386 с.

3. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / Р. С. Дяків, А. В. Бохан, В. М. Горбаль, О. М. Гуриченко. – К. : Міжнародна економічна фундація, 2002. – 703 с.

4. Економічна енциклопедія / [відп. ред. С. В. Мочерний]. — К. : Видавничий центр “Академія”. — Т. 1, 2000. — 863 с.

5. Варналій З. Стан, проблеми та перспективи податкового стимулювання суб’єктів підприємництва в умовах дії Податкового кодексу України /

З. Варналій, О. Панасюк // Вісн. Київ. нац. ун-ту. – К., 2013. – Вип. 148. – С. 11-15. – (Сер.: Економіка).

6. Варналій З. С. Мале підприємство: основи теорії і практики / Варналій З. С. — [4-те вид., стер.]. — К. : Т-во “Знання”, КОО, 2008. — 302 с.

7. Савченко В. Феномен предпринимательства / В. Савченко // Рос. экон. журн. – 1996. – № 1. – С. 40-46.

8. Савченко В. Феномен предпринимательства (экспериментальный спецкурс) [Текст] : экон. Сущность и история рос. предпринимательства / Савченко В. // Российский экономический журнал. - 1995. - № 9. - С. 45-50.

9. Воротіна Л. І. Розвиток підприємництва в економіці України / Воротіна Л. І. // Вісник Київського нац. ун-ту. Економіка. – 1994. – Вип. 1. – С. 40.

10. Дмитриченко Л. И. Малый бизнес в системе предпринимательства : монография / Дмитриченко Л. И., Химченко А. Н. – Донецк : Каштан, 2005. – 180 с.

11. Карсекін В. Мале підприємство: проблеми і перспективи / В. Карсекін, В. Миска, В. Білик // Економіка України. – 1995. – № 10. – С. 72-81.

12. Шулуc А. Становление системы поддержки малого предпринимательства в России / А. Шулуc // Рос. экон. журн. – 2007. – № 5-6. – С. 84-100.

13. Шпак В. І. Розвиток малого підприємництва в Україні : наук. вид. / В. І. Шпак. – К. : МАУП, 2002. – 112 с.

14. Штайнхофф Д. Основы управления малым бизнесом / Д. Штайнхофф, Д. Берджес. – М. : БИНОМ, 2007. – 496 с.

15. Starey D. Understanding the Small Business Sector / D. Starey. – London : Routledge, 2005. – P. 13.

16. Смовженко Т. С. Інноваційна діяльність малого і середнього бізнесу: основні засади управління : монографія / Т. С. Смовженко, А. Я. Кузнецова, З. К. Шмігельська ; Нац. банк України, Ун-т банк. справи, Нац. акад. наук України, Ін-т регіон. Дослідж. – К. : УБС НБУ, 2010. – 198 с.

17. Стасюк О. М. Теоретичне обґрунтування економічної сутності малого бізнесу та його критеріїв / Стасюк О. М. // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/natural/nvnu/ekonomika/2010_5/R1/Stasyuk.pdf.

18. Реверчук С. К. Малий бізнес: методологія, теорія і практика / С. К. Реверчук. – К. : ІЗМН, 1996. – 192 с.

19. Генеза ринкової економіки: Терміни, поняття, персоналії / [укладачі: В. С. Іфтемчук та ін.]. – К. : “Магнолія плюс”, 2004. – 688 с.

20. Єзгор Л. Теоретичні основи сентенцій “мале підприємство” та “малий бізнес” в Україні / Л. Єзгор // Вісник Львівського університету. Серія: економічна. – 2009. - Вип. 41. - С. 423-428 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.lnu.edu.ua/faculty/ekonom/Visnyk_Econom/2009_41/423-428.pdf.

REFERENCES

1. Apopij, V. V. (2012), Systema rehuliuвання vnutrishn'oi torhivli Ukrainy, za red. V. V. Apopiia ta in., Akademydav, K., 424 s.
2. Vasyl'tsiv, T. H. (2008), Ekonomichna bezpeka pidpriemnytstva Ukrainy: stratehiia ta mekhanizmy zmitsnennia, Aral, L'vyv, 386 s.
3. Diakiv, R. S. Bokhan, A. V. Horbal', V. M. and Hurynenko, O. M. (2002), Entsyklopediia biznesmena, ekonomista, menedzhera, Mizhnarodna ekonomichna fundatsiia, Kyiv, 703 s.
4. Ekonomichna entsyklopediia, vidp. red. S. V. Mochnyj (2000), Vydavnychij tsentr "Akademiia", Kyiv, T. 1, 863 s.
5. Varnalij Z. and Panasiuk O. (2013), Stan, problemy ta perspektyvy podatkovoho stymuliuвання sub'iektiv pidpriemnytstva v umovakh dii Podatkovoho kodeksu Ukrainy, *Visn. Kyiv. nats. un-tu*, K., vyp. 148, s. 11-15. Ser.: Ekonomika.
6. Varnalij, Z. S. (2008), Male pidpriemnytstvo: osnovy teorii i praktyky, 4 nd ed, T-vo "Znannia", KOO, K., 302 s.
7. Savchenko V. (1996), Fenomen predprynymatel'stva, *Ros. ekon. zhurn.*, № 1, s. 40-46.
8. Savchenko V. (1995), Fenomen predprynymatel'stva (eksperymental'nyj spetskurs) [Tekst] : ekon. suschnost' y ystoriia ros.predprynymatel'stva, *Rosyjskij ekonomycheskij zhurnal*, № 9, s. 45-50.
9. Vorotina, L. I. (1994), Rozvytok pidpriemnytstva v ekonomitsi Ukrainy, *Visnyk Kyivs'koho nats. un-tu*. Ekonomika. Vyp. 1, s. 40.
10. Dmytrychenko, L. Y. and Khymchenko, A. N. (2005), Malyj byznos v systeme predprynymatel'stva, Kashtan, Donetsk, 180 s.
11. Karsekin V., Myska V. and Bilyk V. (1995), Male pidpriemnytstvo: problemy i perspektyvy, *Ekonomika Ukrainy*, №10, s. 72-81.
12. Shulus A. (2007), Stanovlenye systemy podderzhky maloho predprynymatel'stva v Rossyy, *Ros. ekon. zhurn.*, № 5-6, s. 84-100.
13. Shpak, V. I. (2002), Rozvytok maloho pidpriemnytstva v Ukraini : nauk. vyd., MAUP, K., 112 s.
14. Shtajnkhoﬀ D. and Berdzhos D. (2007), Osnovy upravleniya malym byznosom, BYNOM, M., 496 s.
15. Starey D. (2005), Understanding the Small Business Setstor, Boutledge, London, p. 13.
16. Smovzhenko, T. S. Kuznietsova, A. Ya. and Shmihel's'ka, Z. K. (2010), Innovatsijna diial'nist' maloho i seredn'oho biznesu: osnovni zasady upravlinnia; Nats. bank Ukrainy, Un-t bank. spravy, Nats. akad. nauk Ukrainy, In-t rehion. doslidzh., UBS NBU, K., 198 s.
17. Stasiuk, O. M. Teoretychne obgruntuvannia ekonomichnoi sutnosti maloho biznesu ta joho kryteriiv, Naukovyj visnyk Volyns'koho natsional'noho universytetu imeni Lesi Ukrainy, available at: http://vvv.nbu.gov.ua/Portal/natural/nvnu/ekonomika/2010_5/R1/Stasiuk.pdf.
18. Reverchuk, S. K. (1996), Malyj biznes: metodolohiia, teoriia i praktyka, IZMN, K., 192 s.
19. Geneza rynkovoï ekonomiky: Terminy, poniattia, personalii, ukladachi: V. S. Iftemchuk i dr. (2004), "Mahnoliia plius", K., 688 s.
20. Yezghor L. (2009), Teoretychni osnovy sententsij "male pidpriemnytstvo" ta "malyj biznes" v Ukraini, *Visnyk L'vivs'koho universytetu*. Seriia: ekonomichna. Vyp. 41, s. 423-428, available at: http://www.lnu.edu.ua/faculty/ekonom/Visnyk_Econom/2009_41/423-428.pdf.

Гудзовата О. О.,

к.е.н., доц., доцент кафедри інформаційних систем у бізнесі, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

КРИПТОВАЛЮТИ У ГРОШОВО-КРЕДИТНІЙ СФЕРІ: ТЕХНОЛОГІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА БЕЗПЕКА

Анотація. В статті розглянуто три етапи еволюції грошей та появу нового їх типу – електронних грошей. Окреслено визначення понять “електронні гроші”, “криптовалюта”. Проаналізовано існуючі криптовалюти, в тому числі у статті увага приділена найвідомішій і найпопулярнішій криптовалюти – біткойн (Bitcoin) та системі її безпеки. Докладно розглянуто технологію функціонування криптовалют – блокчейн (blockchain), яка є розподіленим реєстром про події в цифровому світі. Проаналізовано світовий досвід використання криптовалют. Передбачається, що внаслідок поширення застосування криптовалют, у найближчі 10-15 років світова фінансова система має всі шанси докорінно змінитися.

Ключові слова: криптовалюти, електронні гроші, біткойн (Bitcoin), блокчейн (blockchain), безпека.

Gudzovata O. O.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Information Systems in Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

CRYPTOCURRENCIES IN THE MONETARY SPHERE: TECHNOLOGIES, PERSPECTIVES AND SECURITY

Abstract. The article reviews three stages of the evolution of money and the emergence of a new type of them – electronic money. The definition of the concepts of “electronic money”, “cryptocurrency” is outlined. The analysis of existing cryptocurrencies is implemented, including the focus on the most famous and most popular cryptocurrency – Bitcoin and its security system. The technology of functioning of cryptocurrencies – blockchain, which is the distributed register of events in the digital world, is considered in detail. The world experience of using cryptocurrencies is analyzed. It is assumed that as a result of the spread of cryptocurrencies, in the next 10-15 years the global financial system has all the chances to change radically.

Keywords: cryptocurrencies, electronic money, bitcoin, blockchain, security.

Постановка проблеми. Світова економіка демонструє дещо сповільнені темпи зростання, що, своєю чергою, впливає на розвиток міжнародних і національних фінансів і насамперед на грошово-кредитну сферу. Згідно з баченням засновника інноваційного Інституту ДаВінчі Томаса Фрея (Thomas Frey) у фінансово-кредитному секторі в найближчій перспективі можливий розвиток криптовалют та альтернативних фінансових систем (Crypto Currencies & Alternative Financial Systems) [1]. Генеральний директор компанії Digital Asset Holdings (надає послуги з обслуговування фінансових активів зі штаб-квартирою у Нью-Йорку) Блайт Мастерс теж прогнозує швидке поширення у сфері фінансів технології криптовалют [2].

Постановка завдання. Завданнями статті є: аналіз поширення та використання криптовалют у фінансово-кредитному секторі в Україні та світі; окреслення основних характеристик та відмінностей криптовалют від інших засобів розрахунку; виявлення рівня безпеки їх застосування.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Нинішні революційні зміни в характері та використанні грошей вважаються третім великим переродженням грошей. Перше покоління почалося з появи монет у Лідії майже три тисячі років тому і призвело до утворення першої системи відкритих і вільних ринків. Поява і поширення монет сприяли розвитку ринку, породили нові системи культури – класичні цивілізації Середземномор'я. Нова монетарна та ринкова система поширилася по всьому світу і поступово зруйнувала великі імперії.

Друге покоління грошей домінувало з початку Відродження до індустріальної революції й вилилося у створення сучасної світової економічної системи. Воно зародилося в банках Італії й створило систему національних банків, а також паперові гроші, які випускалися для використання у рутинній комерції. Поява системи банків і паперових грошей зруйнувала феодалізм, змінила основи суспільного ладу від спадковості до грошей, змінила основу економічної влади від володіння землею до володіння акціями, облигаціями та корпораціями.

Кожен з двох початкових типів грошей створив свою власну культуру, яка помітно відрізнялася від усіх попередніх. На початку XXI століття світ вступив у третій етап монетарної історії – в еру електронних грошей і віртуальної економіки. Банкноти втрачають свою популярність, поступово поступаючись електронним накопичувачам.

Розглянемо, що таке “традиційні” електронні гроші та криптовалюти, що в них спільного та відмінного. Вимоги, що регулюють випуск та використання електронних грошей в Україні, викладено у статті 15 Закону України “Про платіжні системи та переказ коштів в Україні” та Положенні про електронні гроші в Україні, затвердженому постановою Правління Національного банку України від 04.11.2010 № 481 (зі змінами) [3, 4]. Статтею 15 Закону визначено поняття “електронні гроші” – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов’язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі.

Законом визначено, що:

– випуск електронних грошей може здійснювати виключно банк;

– випуск електронних грошей здійснюється шляхом їх надання користувачам або комерційним агентам в обмін на готівкові або безготівкові кошти;

– банк має право випускати електронні гроші на суму, яка не перевищує суму отриманих ним грошових коштів;

– банк, що здійснює випуск електронних грошей, зобов’язаний погашати випущені ним електронні гроші на вимогу користувача;

– порядок здійснення операцій з електронними грошима та максимальна сума електронних грошей на електронному пристрої, що перебуває в розпорядженні користувача, визначаються нормативно-правовими актами Національного банку України (тобто Положенням про електронні гроші в Україні).

Кількість транзакцій в українському сегменті мережі Інтернет, яка неухильно зростає, свідчить, що найпопулярнішими є такі системи електронних грошей: Webmoney, Ukrmoney, Інтернет.гроші, E-Gold, PayPal.

Водночас електронні гроші (також відомі як e-money, e-гроші, електронна готівка, електронні обміни, цифрові гроші, цифрова готівка чи цифрові обміни) – означення грошей чи фінансових зобов’язань, обмін та взаєморозрахунки з яких проводяться за допомогою інформаційних технологій.

Криптовалюта (Cryptocurrency) – вид цифрової (електронної) валюти, одиниця якої – монета (coin). Монета захищена від підробки, оскільки є зашифрованою інформацією, скопіювати яку неможливо (використання криптографії і визначило приставку “крипто” в назві). Емісія та облік криптовалюти базовані на асиметричному шифруванні й застосуванні різних криптографічних методів захисту.

Відмінність електронної (цифрової) криптовалюти полягає у наступному. Для того, щоб звичайні гроші з’явилися на рахунку в електронному вигляді,

вони повинні бути спочатку внесені на рахунок у фізичному втіленні, наприклад через банк або платіжний термінал. Тобто для звичайної валюти електронний вигляд – лише одна з форм представлення. Криптовалюта емітується безпосередньо в мережі і ніяк не пов’язана ні з будь-якою звичайною валютою, ні з будь-якою державною валютною системою. Функціонування системи відбувається децентралізовано в розподіленій комп’ютерній мережі. Криптовалюта нічим не забезпечена та базується лише на довірі користувачів. Таким чином, криптовалюту можна трактувати як специфічний вид електронних грошей.

Найвідомішою і найпопулярнішою криптовалютою є біткойн (Bitcoin), проте далеко не єдиною. Ринок криптовалют стає дедалі насиченішим, інші цифрові валюти мають назву – Altcoins, що означає “Альтернатива Bitcoin”.

Біткойн можна трактувати як інноваційну платіжну систему та новий вид грошей. Bitcoin не має централізованого управління й емітентів. Використовуючи однорангову (peer-to-peer) технологію, біткойн функціонує без центрального органу управління чи банків; опрацювання транзакцій та емісія біткойнів виконується колективно учасниками мережі. Біткойн – це проект з відкритим початковим кодом; його архітектура публічна, кожен може стати учасником мережі. Транзакції з цифровим підписом між двома вузлами передаються до всіх вузлів мережі, а самі дані про переміщення коштів зберігаються у розподіленій базі даних. Для запобігання можливості втрати чужих грошей або використання своїх коштів двічі використовуються криптографічні методи. В цій мережі передавання інформації здійснюється від програми до програми, а Інтернет відіграє роль транспортної системи. Завдяки своїм властивостям біткойн надає нові унікальні можливості, якими не володіє жодна традиційна платіжна система.

Загальновідомим є факт, що історія біткойну розпочалася у 2007-2009 рр., коли групою осіб був розроблений унікальний алгоритм біткойну, і почалася його емісія і “видобуток” (майнинг) у мережі. Спочатку біткойн був мало відомим, ним цікавилися насамперед програмісти. Невисокою була і вартість видобутку – від 0,1 \$ за монету. Проривом для біткойну став 2010 рік, коли одній з бірж надали можливість обміну біткойнів на реальні гроші, нехай і за незначним тоді курсом. У цей же час на біткойни як ідеальний засіб анонімних транзакцій звернули увагу деякі портали підпільної торгівлі. Все це викликало швидке зростання інтересу до біткойна, вартість його стала швидко зростати, а трейдери сприяли глобальному рівню популярності біткойнів.

Фактично на даний момент Bitcoin – це хмарна мережа розподілених обчислень. Номінал однієї монети дорівнює певній вартості процесорного часу. На практиці її вартість визначається співвідношенням біржових пропозицій та попиту, що з певною затримкою впливає на необхідні комп’ютерні ресурси для генерації монети. Існує два способи отримання монет: генерація монет своїми силами, або їх

купівля за якусь традиційну валюту (звичайний спосіб конвертації валют). У момент запуску системи на фазі її “розігріву” (bootstrap stage) математично створена ситуація, коли генерування монет є досить простою і доступною процедурою (потрібно просто завантажити й інсталювати клієнта Bitcoin і запросити генерацію монеток).

Математично алгоритм спроектований так, що з розвитком системи та збільшенням грошової маси всередині її генерація нових грошей стає дедалі складнішим обчислювальним завданням, вимагаючи все більше потужностей. Таким чином, якщо спочатку система активно залучає широкі маси учасників з мотивацією відносно легко збагатитися, то на якійсь стадії постійного подорожчання генерації грошей стає вигідніше купувати вже готові монети, ніж намагатися згенерувати їх, що запускає вже стандартну біржову торгівлю, породжуючи конвертованість і зовнішній попит на BTC.

Коли загальна валютна база системи досягне суми *21 млн монет*, то будь-який тип емісії буде повністю технічно зупинений (щоб уникнути інфляції), після чого система увійде в третю заключну фазу стабілізації [5].

Bitcoin має свій курс, який схильний до волатильності. Найвищою була ціна біткойна 1100 \$ за монету в 2013 р., сучасний рівень – 500-600 \$ за 1 біткойн. Біткойни характеризуються ще й найбільшою порівняно з іншими криптовалютами капіталізацією (на даний момент близько 10 млрд \$).

Друга за популярністю криптовалюта – Litecoin. Це аналогічна криптовалюта, лише її алгоритм працює дещо швидше, що означає потенційно більшу обробку транзакцій. Емісія Litecoin передбачає 84 мільйони монет, що в рази більше Bitcoin.

Існує також криптовалюта PinkCoin, яка забезпечена фіксованим активом кольорових діамантів. Спочатку на продаж було виставлено 5 млн валютних одиниць PinkCoin. Компанія планує зупинити свій випуск на 95 млн цифрових грошей PinkCoin. Власники PinkCoin можуть обмінювати цю валюту на інші активи на децентралізованому ринку BitGem.

Також здійснюється емісія криптомонет під назвою Nauek. Її унікальність і відмінність від Bitcoin полягає в тому, що вона підтверджена золотом. Курс на монети змінюється щодня відповідно до ринкової ціни на золото.

Peercoin позиціонує себе як альтернативу традиційним цифровим валютам, які споживають дуже багато енергії, оскільки їх емісія вимагає меншої потужності. Вважають, що завдяки технічним доопрацюванням Peercoin безпечніша, ніж Bitcoin. Крім того, на відміну від інших криптовалют, Peercoin не встановлює жорсткого ліміту на кількість валюти, але при цьому щорічно випущені монети мають рівень інфляції в 1%.

Emercoin є партнером корпорації Microsoft, архітектура цієї криптовалюти ще більше спирається на розподілені хмарні рішення. Також її характеризує об'єднаний майнинг з Bitcoin.

Теоретично сьогодні будь-який бажаючий може не лише “добувати” криптовалюту (її різновидів –

десятки), а й створити свою. Успішність криптовалюти обумовлюється широтою охоплення аудиторії, її популярністю.

Проте так звані “нові” криптовалюти (за винятком Bitcoin) займають порівняно невелику нішу на ринку. Пов'язано це, в тому числі, і з ланцюжком “видобуток-володіння-зберігання-використання”: користувачі, що мають або свої сервери, або підключення до серверних пулів, добувають віртуальну валюту, щоб потім заробити звичайну валюту шляхом спекуляції.

Зупинимось докладніше на технології функціонування криптовалют. У їх основу покладено технологію блокчейн (blockchain), яка здатна змінити співпрацю з цифровим світом. Експерти з різних сфер характеризують модель блокчейна як найважливішого винаходу з часів Інтернету.

Блокчейн за своєю суттю є розподіленим реєстром про події в цифровому світі, доступним багатьом користувачам. Розподілені реєстри – це певна форма технології баз даних. Вони зародилися з прогресу в сфері Інтернету, протоколів із відкритим кодом, обчислювальної потужності та науки криптографії. Це спільні, відтворювані й децентралізовані бази даних транзакцій. Призначена для реєстру транзакція додається до всіх попередніх і зберігається завжди як частина незмінного реєстру. Ніхто не може в односторонньому порядку редагувати або переглядати історію реєстру, і ніхто (як і ніщо) не виступає в ролі адміністратора. Ці реєстри відтворюються і синхронізуються. Стійкість посилюється за рахунок того, що в системі реєстру немає центральних точок: якщо в одному секторі відбудеться збій або атака, її цілісність і непорушність зможуть підтримувати інші блоки. Безпека та конфіденційність досягаються шляхом складних засобів перевірки достовірності, а дані захищаються кодуванням. Одного разу записана інформація вже ніколи не може бути змінена або стерта. Блокчейн біткойна вміщує точну та достовірну інформацію про всі біткойн-транзакції, що коли-небудь відбувалися.

Розподілені реєстри дають можливість непов'язаним між собою суб'єктам діяльності користуватися єдиним, спільним і безпечним джерелом інформації (своєрідним сховищем даних). До суб'єктів, які користуються даними про фінансові транзакції, належать не лише покупець, продавець та їх брокери, а й депозитарії, реєстратори, агенції з розрахунків, клірингові установи, центральні депозитарії, а також регулятивні органи. При цьому різко знижуються витрати, тому що кожній зацікавленій стороні не потрібно вести власний реєстр, а можна користуватися одним – головним. Це звільняє від їх дублювання, зайвих узгоджень, мінімізує рівень похибок, пришвидшує укладання угод. А це, своєю чергою, означає менший ризик у фінансовій системі та менші витрати.

Навпаки, традиційна фінансова інфраструктура базується на централізованій, некодованій архітектурі баз даних із центром і периферією. Вона дорога, неефективна та вразлива як до технологічних збоїв, так і до кібератак. Розбіжності між окремими базами даних або в самих базах можуть призвести до

неузгодженості інформації про транзакції. Тож значна частина операційних витрат фінансових установ спрямовується на генерування, комунікацію й узгодження величезних обсягів даних. Усе це робить процес непрозорим і затяжним, ускладнює своєчасний контроль регулятивних органів.

Технологія швидко розвивається у бік так званих альтернатив, відомих як “приватні блочні ланцюги” (ланцюги з правом доступу). Вони поліпшують конфіденційність, прозорість, пропускну спроможність (важливі характеристики як для регульованих ринків капіталу, так і для баз даних), обмежуючи кількість учасників лише до відомих і погоджених сторін.

Ці розумні розробки реєстрів стають затребуваними фінансовою інфраструктурою (яка не модернізувалася вже десятки років) завдяки співвідношенню рентабельності та капіталу. Середня рентабельність капіталу для найбільших банків світу за даними компанії Autonomous Research 2015 року становила 10,8 % (у 2014 – 11,1%, 2004 – 15,8%) [1]. Як результат – рентабельність банків дорівнює або навіть нижча від вартості їх капіталу, що не дає можливості забезпечити стійку роботу банківської системи як такої. Це свідчить про зміну фінансового середовища, зростання витрат, зменшення важелів впливу (позитивний момент) у результаті посткризових реформ. А отже, банкам необхідно знайти способи зміни їх структури витрат, зменшення потреби в капіталі, що одночасно дозволило б їм реагувати на нові вимоги регуляторів щодо прозорості, а також безпеку зберігання даних. Тому технологія розподілених реєстрів привертає стільки уваги.

Протягом останніх двох років (2015-2016 рр.) технологія блочних ланцюгів (blockchain) із периферійної інновації прямує до мейнстріму, великі світові фінансові установи розглядають перспективу використання біткойнів. Те, що могло зашкодити сучасним фінансовим інституціям, врешті може їм допомогти, і зараз розпочинаються перші спроби комерційного впровадження криптовалют і ще більше блокчейну.

Банки світового масштабу, такі як Goldman Sachs, JP Morgan, Credit Suisse і Barclays, вже об'єдналися в консорціум R3 для вивчення роботи над узагальненим блокчейном з відкритим кодом для банківських установ, за допомогою якого вони істотно скоротять або навіть повністю позбудуться багатьох статей витрат.

Банк BNP Paribas та його служба безпеки працює над створенням блокчейн-платформи, яка дозволяє роздрібним інвесторам працювати з таким бізнес-інструментом, як міні-бонди. Технологія блокчейн буде використана з метою надання приватним компаніям можливості випускати власні цінні папери. Найбільший швейцарський постачальник фінансової інфраструктури SIX Securities оголосив про побудову прототипу блокчейн-платформи, призначеної для інфраструктури ринку цінних паперів.

Банк Англії має намір впровадити технологію блокчейн у свою платіжну систему до 2020 р. Блокчейн буде використовуватися в бруто-розрахунковій системі платежів у режимі реального часу (на сьогоднішній день обсяг платежів у ній сягає \$ 600 млрд щодня). Королівський Банк Шотландії

завершив розробку механізму розрахунково-клірингової діяльності, що використовує приватний блокчейн.

Естонія, яка забезпечує безпеку своєї банківської інфраструктури, в основному використовуючи блокчейн, може похвалитися найнижчим рівнем шахрайства з кредитними картами в усій Єврозоні.

Національний банк України прагне допомогти вітчизняному платіжному ринку стати безготівковим за допомогою сучасних фінансових технологій, здатних спростити розрахунки громадянам, малому і середньому бізнесу, таких як мобільні платежі, хмарні технології й технології блокчейн.

Поширенню криптовалюти в Україні сприяє організація BitcoinFoundationUkraine, яка прагне стати інформаційним центром підтримки Bitcoin у нашій країні. Вважається, що Україна є одним з лідерів за кількістю біткойн-підприємців, оскільки вона входить у трійку лідерів за якістю і кількістю IT-спеціалістів у світі (хоча й більшість компаній у біткойн-сфері позиціонують себе не як українські). В Україні біткойни ще не мають визначеного юридичного статусу [6].

До основних переваг криптовалют зараховують наступні:

- відкритий код алгоритму, що дозволяє “добувати” її кожному бажаючому;
- децентралізований характер;
- простота, контроль, достовірність та захист транзакцій;
- захист від зміни даних, що базується на використанні технології блокчейн.

Такі значні можливості супроводжуються не меншими питаннями безпеки (табл. 1), хоча вважається, що при правильному використанні біткойн здатний забезпечити високий рівень захисту.

Слід зазначити, що ринок криптовалют все ще незбалансований, проте зі стійкою тенденцією до зростання. Криптовалюта виступає альтернативою класичних валют при деяких фінансових дисбалансах у світі, Bitcoin потрапив у ТОП технологічних трендів 2015 року. Зі зростанням популярності біткойнів збільшуються і можливості їх застосування. Нові гроші можна як конвертувати в традиційні валюти, так і використати в реальному секторі для оплати товарів і послуг. У багатьох країнах відкриваються пункти обміну біткойнів – першої й найвідомішої криптовалюти (США, Канада, Ізраїль, Швейцарія та інші). США є однією з країн, де визначено статус криптовалюти як товару та фінансового інструменту, отже, тепер – це повноцінний інструмент на фінансовому ринку.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, цифрові валюти розвиваються, і фінансові аналітики трактують їх як справжню інновацію. Якщо біткойни увійдуть у масове життя, вся система може змінитися: перетворяться відносини між контрагентами, з'являться нові послуги, швидкість надання вже існуючих зміниться, з боку уряду з'являться нові наглядні структури. Подібних трансформацій фінансової системи спостерігалось за світовою історію

Біткойни та їх безпека

Фактор загроз	Коментар
Популярність у тіньовому Інтернеті (TOR)	Пов'язано з ростом популярності тіньового Інтернету (за останні роки став відомим завдяки в т.ч. Едварду Сноудену, який передавав секретні дані якраз через нього) і збільшенням вартості біткойнів. TOR може становити певну загрозу державній безпеці.
Несправедливий початковий розподіл	Початковий розподіл монет надає значні переваги тим, хто почав емісію раніше. Як стверджується, біткойни поширюються ("генеруються") як нагорода за розв'язок складної задачі підтримки протоколу. Недоліком є те, що обсяг роботи, потрібний для отримання однієї монети, в цей час в більш ніж 500,000 разів більший, ніж об'єм роботи для створення перших монет. Чим більше учасників приєднується до спільноти – тим важче стає генерувати монети за наявних обчислювальних потужностей.
Значна волатильність	Вартість біткойнів може непередбачувано збільшуватись чи зменшуватись протягом короткого проміжку часу у зв'язку зі своєю досить молодою економікою, новизною і деколи внаслідок неліквідності ринків.
Активи з доволі високим ризиком	Для одержання платежів у біткойнах слід використовувати сервіси, що дозволяють конвертувати їх у місцеву валюту.
Незворотність платежів	Отримання коштів назад є можливим, якщо одержувач поверне їх з власної згоди. Це означає, що бізнес ведеться на принципах довіри або стійкої репутації.
Захист (безпека) криптогаманців	Втрата пароля до електронного криптогаманця або його непрацездатність ведуть до безповоротної втрати всього його вмісту.
Експериментальність валюти	Біткойн – все ще нова експериментальна валюта, що використовує зовсім відмінну концепцію і знаходиться в активній розробці. Відповідно, майбутнє цієї валюти є дещо непередбачуваним. Також немає механізмів контролю та регуляції, які іноді бувають незайвими.

кілька: спочатку був бартер, потім в якості грошей почали використовувати злитки металів, пізніше з них стали карбувати монети, далі виникли банкноти, а зараз – цифрові гроші. Якщо монети – це феодалізм, асигнації – капіталізм, то сьогоднішня ситуація – свідчення переходу світу в абсолютно нову якість.

Цифрові гроші можуть викликати в суспільстві такі ж радикальні та далекосяжні зміни, що були здійснені двома попередніми монетарними революціями свого часу. Нові гроші здатні змінити фінансові системи та характер суспільної організації. По світу прямує потужна технологічна хвиля, а криптовалюта є похідною від технологічних рішень. Технологія криптовалют – блокчейн, як усяка справжня інновація, викликає багато суперечок у світовому просторі, проте апіорі визнається – вона є одним з найважливіших винаходів за останні десятиліття (нарівні з Інтернетом) і здатна вплинути не лише на фінансову індустрію, але й на інші сфери: кібербезпеку, освіту тощо. Прогнозується, що в найближчі 10-15 років світова фінансова система має всі шанси докорінно змінитися.

ЛІТЕРАТУРА

1. Frey T. Rethinking the Banking and Finance Industry One Transaction at a Time [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.futuristspeaker.com/speaking-topics/>.
2. Мастерс Б. Революція через біткойн / Мастерс Б. // Тиждень / Світ у 2016. – С. 108-109.
3. Закон України "Про платіжні системи та переказ коштів в Україні" № 2346-14 від 06.11.2016 р. / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.

4. Положення про електронні гроші в Україні № 481 від 04.11.2010 р. / Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1336-10#n19>.

5. Мітрашевська А. Що таке біткойн і чому він такий дорогий? / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zbruc.eu/node/5340>.

6. Тіухтенко Є. Що таке електронна валюта "Біткойн"? Чи законно використовувати її на території України? / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.radiosvoboda.org/content/article/27271364.html>.

REFERENCES

1. Frey T. Rethinking the Banking and Finance Industry One Transaction at a Time, available at: <http://www.futuristspeaker.com/speaking-topics/>.
2. Masters B. Revoliutsiia cherez bitkojn, *Tyzhden' / Svit u 2016*, s. 108-109.
3. Zakon Ukrainy "Pro platizhni systemy ta perekaz koshtiv v Ukraini" № 2346-14 vid 06.11.2016 r. / Verkhovna Rada Ukrainy, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.
4. Polozhennia pro elektronni hroshi v Ukraini № 481 vid 04.11.2010 r. / Natsional'nyj bank Ukrainy, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1336-10#n19>.
5. Mitrashevs'ka A. Scho take bitkojn i chomu vin takyj dorohyj?, available at : <http://zbruc.eu/node/5340>.
6. Tiukhtenko Ye. Scho take elektronna valiuta "Bitkojn"? Chy zakonno vykorystovuvaty ii na terytorii Ukrainy?, available at: <http://www.radiosvoboda.org/content/article/27271364.html>.

Колянко О. В.,

к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Анотація. В статті аналізуються основні етапи формування, зміни та удосконалення корпоративної культури закладів вищої освіти України. Розглянуто рівні послідовного коректування корпоративної культури та основні етапи її формування, види субкультур закладу освіти, підходи до зміни корпоративної культури, механізми управління процесом формування корпоративної культури, особливості формування корпоративної культури закладу вищої освіти в сучасних умовах, види корпоративних цінностей сучасного закладу освіти. Запропоновано механізми оновлення корпоративної культури закладів освіти та засоби для вирішення поставлених завдань.

Ключові слова: корпоративна культура, концепції корпоративної культури, корпоративні цінності, субкультура, культурні традиції, корпоративні ритуали та свята.

Kolyanko O. V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

STAGES OF FORMATION OF CORPORATE CULTURE OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS OF UKRAINE

Abstract. The article analyzes the main stages of formation, change and improvement of the corporate culture of the institutions of higher education of Ukraine. The levels of consistent correction of corporate culture and the main stages of its formation, types of subcultures of educational institution, approaches to the change of corporate culture, mechanisms for managing the process of formation of corporate culture, peculiarities of the formation of the corporate culture of the institution of higher education in modern conditions, types of corporate values of the modern educational institution are considered. The mechanisms of renewal the corporate culture of educational institutions and means for solving the tasks are proposed.

Key words: corporate culture, concepts of corporate culture, corporate values, subculture, cultural traditions, corporate rituals and festive events.

Постановка проблеми. Корпоративна культура закладів вищої освіти (далі ЗВО) є своєрідною, досить ефективною формою життєдіяльності освітніх організацій, а отже є організованою системою, що побудована на принципах самоцінності знання, свободи навчання, яку впевнено можна назвати конкретним способом реалізації ідей вищої освіти. Така корпоративна організація закладу освіти як інтегрованої системи покликана і спроможна виконувати універсальні функції культурної спадщини, бути хранителем, генератором і розповсюджувачем культурних зразків.

Корпоративна культура українських закладів освіти поки ще недостатньо сприяє виконанню ними суспільних функцій. Саме тому створення системи цілеспрямованих дій з формування і розвитку корпоративної культури закладів вищої освіти потребує вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз публікацій свідчить, що феномен корпоративних відносин у вітчизняній освіті почав досліджуватися порівняно недавно, про це свідчать праці таких вчених, як: Г. Л. Хаєт [3], П. О. Куделя [5], В. В. Медведь [6], Ж. В. Серкіс [7] О. Л. Скідін [8] та ін. На сьогодні проблеми корпоративної культури організацій освітнього типу потребують більшої уваги.

Постановка завдання. Адаптація організаційно-управлінської структури закладу освіти до нової парадигми освіти неможлива без розповсюдження принципів корпоративного підходу на формування системи управління ЗВО. Саме тому наукова розробка питань формування та удосконалення корпоративної культури як необхідної умови трансформації вищої школи є актуальною та соціально значимою.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Концепції корпоративної культури, з відомою часткою умовності, можна розділити на дві великі групи: ті, що розглядають корпоративну культуру як атрибут організації (передбачається можливість впливати на її формування), цей підхід можна умовно назвати “раціонально-прагматичним”; ті, що трактують корпоративну культуру як позначення самої суті організації (це не властивість, якою володіє організація, а те, чим вона по суті є). Цей підхід найчастіше асоціюється з “феноменологічною моделлю організації”. Такі концепції, як правило, заперечують можливість цілеспрямованої прямої дії на формування корпоративної культури.

Представники першого напрямку (І. Ансофф, Е. Шейн, Т. Пітері, Р. Уоттермен) [10] розглядають корпоративну культуру як одну із змінних, що виступає регулятором поведінки працівника в організації, разом з іншими (наприклад, формальною або неформальною структурою, організаційним кліматом). Формування культури пов’язане переважно з процесами, що відбуваються усередині організації, хоча на них можуть впливати і зміни стану середовища. Тому пряме управління корпоративною культурою неможливе. Трансформація організаційної культури – тривалий процес, вплив на який завжди носить опосередкований характер і вимагає від керівництва організації достатньо глибокої рефлексії з приводу особливостей своєї організації, її історії.

В сучасному світі практики використовують обидва теоретичних підходи. Тобто корпоративна культура визначається як невід’ємний атрибут організації, що створюється саме собою, але на що можна впливати певними методами та інструментами.

Корпоративна культура закладу освіти має подвійну природу: з одного боку, це культура досягнення інтересів на ринку освітніх послуг – це культура конкурентної боротьби; з іншого, – традиційна академічна культура, яка базована на збереженні педагогічних цінностей.

У будь-якому закладі освіти, як правило, вже існують певні елементи корпоративної культури, які під час вдосконалення коректують, розвивають або змінюють. На нашу думку, змінити внутрішній план корпоративної культури за короткий проміжок часу (зберігаючи увесь кадровий склад) практично неможливо. Для цього потрібно значно більше часу. Тому під час формування, удосконалення корпоративної культури закладам вищої освіти необхідно впливати на її зовнішні прояви – йти “від зовнішнього до внутрішнього”. Але дуже важливо, щоб зовнішні прояви поступово набували для членів навчального закладу певного смислу і цінностей, які відповідають оновленій корпоративній культурі.

Корпоративна культура не завжди відповідає потребам освітньої установи на її новому етапі розвитку й умовам зовнішнього середовища, оскільки культурні цінності ЗВО зазвичай відображають те, що зроблено у минулому. Розбіжність між бажаними і фактичними культурними нормами і цінностями ми назвали культурним розривом, наявність

якого у ЗВО спричиняє необхідність цілеспрямованого впливу на корпоративну культуру.

Змінити, трансформувати наявну корпоративну культуру, особливо такої зрілої організації як заклад вищої освіти, досить складно.

Стратегія формування корпоративної культури розгортається у двох планах: внутрішньому і зовнішньому. Зовнішній план – застосування комплексу заходів, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності ЗВО, тобто досягнення рентабельності й соціального статусу. Внутрішній план – становлення корпоративних педагогічних цінностей, високої академічної культури, норм педагогічних відносин, які забезпечують сприятливий морально-психологічний клімат, творчу атмосферу в середовищі викладачів, що формує гідність особистості, професійну гордість, а звідси забезпечує репутацію закладу. Починати роботу над програмою розвитку корпоративної культури ЗВО необхідно з розгляду тих видимих змін, котрі відбулися у навколишньому середовищі.

На нашу думку, послідовне коректування корпоративної культури слід розглядати на таких рівнях: 1) загальний рівень, до якого відносяться видимі зовнішні факти, а точніше візуальна основа ЗВО; 2) поведінковий рівень, який включає загальні норми, правила поведінки, стиль спілкування у ЗВО; 3) розвиваючий рівень, елементами якого є тренінги, семінари всередині організації; 4) ціннісний рівень, який складається з системи колективно розділених цінностей, символів, переконань, зразків поведінки.

Серед етапів формування корпоративної культури виокремлюють п’ять основних: 1) вироблення місії, визначення стратегії, основних цілей та цінностей; 2) дослідження корпоративної культури, що вже склалася; 3) розробка організаційних заходів, спрямованих на формування, розвиток чи закріплення бажаних цінностей та зразків поведінки; 4) цілеспрямований вплив на корпоративну культуру з метою усунення негативних цінностей; 5) оцінка успішності впливу на корпоративну культуру і внесення необхідних коректив [2].

Корпоративна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки і традицій, що склалися в організації за час її діяльності і сприймаються та підтримуються більшістю співробітників [1]. Така симбіотична взаємозалежність між середовищем і організацією має складний характер, на який не завжди звертається увага.

Можна запропонувати простішу модель культури корпорації, яка представлена двома організаційними рівнями. На верхньому рівні представлені такі видимі чинники, як одяг, символи, організаційні церемонії, робоча обстановка. Верхній рівень представляє елементи культури, що мають зовнішнє видиме уявлення. На глибшому рівні розташовуються цінності й норми, що визначають і регламентують поведінку співробітників у компанії. Цінності другого рівня тісно пов’язані з візуальними зразками (стилем ділового одягу, слоганами, церемоніями та ін.),

що впливають з них і позначають їх внутрішню філософію. Ці цінності підтримуються і виробляються співробітниками організації, кожен працівник закладу повинен розділяти їх або хоч би показувати свою лояльність по відношенню до прийнятих корпоративних цінностей.

Залежно від того, які з вказаних рівнів вивчаються, існує поділ рівнів корпоративних культур на суб'єктивні й об'єктивні. Перший включає елементи символіки: герої організації, історії про організацію та її лідерів, міфи, сприйняття мови спілкування і гасел, обряди і ритуали, табу. Вона служить основою формування управлінської культури й ухвалення рішень, тобто стилів керівництва і вирішення проблем.

Об'єктивний рівень корпоративної культури зазвичай співвідноситься з фізичним оточенням і сприйняттям організації: будівля та її дизайн, місце розташування, устаткування і меблі, кольори й об'єм простору тощо.

Сучасна дослідниця Н. Л. Яблонскене, яка займається вивченням безпосередньо корпоративної культури ЗВО, пропонує досліджувати її за трьома рівнями: перший рівень – загальні цінності та переконання, які формують всі інші рівні, що поділяються всіма співробітниками, а також основні цілі та завдання закладу освіти, його місія та стратегія; другий рівень – норми, що регулюють роботу організації та поведінку її членів; третій – видимі фактори, наслідки попередніх рівнів, з допомогою яких корпоративна культура транслюється та передається [4].

Корпоративна культура ЗВО складається з багатьох субкультур, розвиток яких неможливо оминути, але це потрібно робити поступово і всі нововведення мають бути поетапними. Під час проектування корпоративної культури потрібно дотримуватися балансу субкультур – студентської, викладацької, дослідницької, професійної й навчальної, субкультур різних інститутів, факультетів і кафедр, інтересів адміністрації ЗВО, студентів і викладачів тощо. Дуже важливо, щоб елементи удосконаленої корпоративної культури не вступили у протиріччя з наявною системою цінностей ЗВО.

Розбудова відповідних підходів має ґрунтуватися на формуванні трьох груп цінностей, зокрема: наявних позитивних цінностей, які є безпосереднім соціальним базисом подальшої роботи, спрямованої на вдосконалення та розвиток корпоративної культури закладу освіти. Наступним елементом є негативні цінності, що виступають в якості певних дев'ятих проявів, які є небажаними для даного соціокультурного процесу та мають бути трансформовані в процесі розвитку відповідної корпоративної культури. Найважливішими в даному контексті мають виступати відсутні цінності, впровадження яких у систему корпоративної культури вимагає від ЗВО системної роботи та створення певного декларативного комплексу цінностей, який має підтримуватися за рахунок відповідного зовнішнього стимулювання з метою інтеріоризації всіма учасниками відповідного процесу.

Реалізація запропонованого підходу дозволить ЗВО у значній мірі вдосконалити ефективність управлінської діяльності та створить соціокультурне підґрунтя для подальшої розбудови мотиваційних систем фахівцями інших галузей науки, зокрема менеджерами, економістами тощо.

Надзвичайно важливим є те, щоб оновлену корпоративну культуру приймали і підтримували всі керівники. Недарма деякі вчені вважають, що процес створення корпоративної культури починається з основоположної ролі керівників організації [9]. Серед основних підходів до зміни корпоративної культури потрібно виділити такі: керівнику необхідно жити тією культурою, яку він прагне бачити у своєму ЗВО; перспективу змін корпоративної культури потрібно розраховувати на 5-10 років; необхідно розуміти наявну корпоративну культуру та усвідомлювати шляхи її удосконалення.

На нашу думку, доцільно виділити чотири механізми управління процесом формування корпоративної культури, які є досить ефективними:

- механізми участі: необхідно залучати співробітників до вирішення важливих для закладу вищої освіти питань;
- механізм символічного управління, який використовується для підтримки того, що є найважливішим для ЗВО;
- механізм взаєморозуміння: постійне інформування співробітників (внутрішній PR). Потрібно донести основні положення корпоративної культури до співробітників усіх рівнів, визначитися щодо виду системи внутрішньої комунікації. Служба PR дала б змогу сформувати так званий брендбук (англ. Brand book): у широкому сенсі – систематизовані матеріали, присвячені ЗВО, у вузькому – положення про фірмовий стиль;
- система заохочень та мотивації, що пов'язана з належністю працівника до закладу освіти: розробка рекомендацій з удосконалення мотивуючих механізмів; розробка заходів щодо зменшення опору персоналу внаслідок впровадження нової системи цінностей.

Розглянемо особливості формування корпоративної культури закладу вищої освіти в сучасних умовах. Для того, щоб бути фінансово стабільними і частково незалежними, ЗВО України поставлені перед необхідністю формування підприємницької культури. Це має бути обов'язково враховано під час формування корпоративної культури ЗВО, щоб усі співробітники з розумінням ставилися до ідеї залучення додаткових коштів для розвитку свого закладу освіти, а отже до успішного сьогодення і майбуття.

Корпоративні цінності, тобто набір гласних і негласних правил, за допомогою яких адміністрація і співробітники визначають пріоритети, формують систему поведінки для досягнення цілей ЗВО, є важливими. Розрізняють етичні, соціально-економічні й комунікативні цінності. Етичні цінності визначають, що для закладу освіти може бути моральним і аморальним, поганим і гарним. Соціально-економічні цінності описують: як будеться бізнес освітніх закладів, який загальний стратегічний підхід до

вибору ключової переваги організації (спеціалізація, універсальність), яка структура витрат і правил економічної взаємодії (деканат – ЗВО в цілому, філії – ЗВО), які прийнятні й бажані темпи зростання, який основний принцип побудови структури ЗВО. Комунікативні цінності описують: відношення керівництва до підлеглих і принципи вертикальних комунікацій; відношення співробітників до роботи і принципи горизонтальних комунікацій; відношення підлеглих до керівництва; відношення професорсько-викладацького складу до студентів; відношення професорсько-викладацького і навчально-допоміжного складу, а також співробітників різних служб ЗВО до змін.

Не менш важливими є корпоративні ритуали – це сукупність дій і заходів, які демонструють співробітникам цінності організації (ритуали заохочення, ритуали осуду і ритуали об'єднання). Ритуали заохочення покликані показати схвалення ЗВО певних досягнень або стилю поведінки співробітника і/або студента, які вписуються в межі корпоративних цінностей. Ритуали осуду повідомляють про несхвалення відносно людини, яка порушила норми прийнятої корпоративної культури (пониження на посаді, звільнення, штраф). Ритуали об'єднання (конференції, семінари, різні заходи, спільні поїздки та ін.) допомагають усім співробітникам усвідомити свою спільність із ЗВО.

Ритуали і свята складають суттєву частину корпоративної культури. В організації важливо розробити систему свят. Серед свят (у тому числі загальнодержавних) важливими є ювілеї трудової та наукової діяльності, праці в ЗВО. Бажано відзначати захист дисертацій, присвоєння звань, вихід монографій тощо. Кожна структура виробляє власні підходи до виокремлення подібних дат. Потрібно також формувати культурні традиції. Наприклад, розвиваючи види фізичної культури, мати свій “фірмовий” вид спорту, який буде усіляко культивуватися у даному ЗВО і позиціонувати його своїми успіхами. ЗВО повинен розвивати, підтримувати та перетворити найкращі спортивні, художні гуртки, колективи на свою візитну картку і предмет корпоративної гордості.

Моральна атмосфера у закладі освіти може підтримуватися реалізацією широкого кола соціальних програм, спрямованих на підтримку незабезпечених співробітників та студентів, пенсіонерів, одиноких матерів та інвалідів. Мотивацію, стимулювання та оцінку персоналу слід закріпити на рівні культурних традицій освітнього закладу.

Робота з випускниками, розширення діяльності асоціацій і служб зі зв'язків з випускниками – це один із аспектів та важливий елемент формування корпоративної культури ЗВО. Випускники можуть стати вагомою підтримкою діяльності університету: для формування у студентів та співробітників почуття гордості й співучасті у важливій і масштабній за результатами роботі; для наповнення корпоративної культури ЗВО новими легендами, історіями, героями (історії успіху випускників, подолання життєвих криз тощо); для розвитку і фінансового благополуччя ЗВО.

Корпоративний стиль вищого навчального закладу повинен удосконалюватися і пронизувати увесь культурний і предметний світ.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Першим кроком у проектуванні корпоративної культури є оцінка наявної культури та цінностей. Важливим також є визначення корпоративної місії. Її сутність – призначення організації (як у широкому, так і вузькому плані), що дозволяє співробітникам та керівникам поглянути на діяльність організації відсторонено, з позиції усього суспільства.

Наступний етап впровадження нової (чи оновленої) системи цінностей є найбільш тривалим, тому що прийняття чи неприйняття цінностей носить свідомий характер і залежить від багатьох чинників. І в першу чергу – реакція керівництва ЗВО на зміни, що відбуваються, відповідність їх поведінки прийнятим цінностям, бажання щось змінювати.

На наступному етапі проектується стратегічні завдання розвитку ЗВО: підвищення його конкурентоспроможності, підвищення якості професійної підготовки, конкурентоспроможність випускників, створення позитивного іміджу ЗВО тощо. Виходячи зі стратегічних завдань, проектуються тактичні завдання на різних рівнях: “ЗВО – студенти”, “ЗВО – викладачі”, “ЗВО – випускники” та ін.

Наступний крок – вибір засобів для вирішення поставлених завдань. Такими засобами є: традиції, ритуали, обряди, професійна мова, символіка, корпоративні заходи тощо. Вибір інструментарію для удосконалення корпоративної культури є дуже важливим. Це може бути: розробка корпоративних стандартів, кодексу, системи критеріїв оцінки корпоративної культури та рекомендації щодо її формування у ЗВО, документів для забезпечення діяльності громадських організацій закладу.

Корпоративна культура має суто практичну спрямованість і за умови грамотної та цілеспрямованої побудови здатна сприяти всебічному розвитку закладу вищої освіти та отриманню максимальної віддачі від людського капіталу освітнього закладу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Головнева И. В. Психологические основы кадрового менеджмента : учеб. пособие / И. В. Головнева. – Х. : Изд-во НУА, 2003.
2. Козлов В. В. Корпоративная культура : учебно-метод. пособие / В. В. Козлов. – М. : Альфа-Пресс, 2009. – 304 с.
3. Корпоративна культура : навчальний посібник / [під заг. ред. Г. Л. Хаєта]. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
4. Яблонскене Н. Л. Корпоративная культура современного университета / Н. Л. Яблонскене // Журнал Университетское управление: практ. и анализ. – 2006. – №2. – 10 с.
5. Куделя П. О. Вища школа регіону як об'єкт соціального управління : дис... канд. соціол. наук:

22.00.04 [Рукопис] / П. О. Куделя; Дніпропетровський національний ун-т. – Д., 2003. – 174 с. – Бібліогр.: арк. 162-174.

6. Медведь В. В. Розвиток управлінської культури в професійно-технічному навчальному закладі : дис... канд. пед. наук: 13.00.01 [Рукопис] / В. В. Медведь; Центр ін-т післядипл. пед. освіти АПН України. – К., 2007. – 284 с.

7. Серкіс Ж. В. Психологічні умови підготовки керівників загальноосвітніх навчальних закладів до формування організаційної культури школи : дис... канд. психол. наук: 19.00.07 [Рукопис] / Ж. В. Серкіс / Центральний ін-т післядипломної освіти АПН України. – К., 2004.

8. Скідін О. Л. Соціальні технології в управлінні закладами освіти : автореф. дис. д-ра соц. наук: 22.00.06 [Рукопис] / О. Л. Скідін. – К. : Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, 2001. – 44 с.

9. Соломанидина Т. О. Организационная культура компании : учеб. пособие / Т. О. Соломанидина. – [2-е изд., перер. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 624 с.

10. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – М. : Питер, 2007. – 336 с.

REFERENCES

1. Holovneva, Y. V. (2003), *Psykhologicheskiye osnovy kadrovoho menedzhmenta*, Yzd-vo NUA, Khar'kov.

2. Kozlov V. V. (2009), *Korporatyvnaia kul'tura*, Al'fa-Press, M., 304 s.

3. *Korporatyvna kul'tura, pid zah. red. H. L. Khaieta* (2003), *Tsentr navchal'noi literatury*, K., 403 s.

4. Yablonskene, N. L. (2006), *Korporatyvnaia kul'tura sovremennoho unyversyteta*, *Zhurnal Unyversytetskoe upravlenye: prakt. y analiz*, №2, 10 s.

5. Kudelia, P. O. (2003), *Vyscha shkola rehionu iak ob'iekt sotsial'noho upravlinnia: dys... kand. sotsiol. nauk: 22.00.04 [Rukopys]* ; *Dnipropetrovsk'kyj natsional'nyj un-t, D.*, 174 s. – *Bibliohr.:* ark. 162-174.

6. Medved', V. V. (2007), *Rozvytok upravlins'koi kul'tury v profesijno-tekhnichnomu navchal'nomu zakladi: dys... kand. ped. nauk: 13.00.01 [Rukopys]* ; *Tsentr. in-t pisladypl. ped. osvity APN Ukrainy, K.*, 284 s.

7. Serkis, Zh. V. (2004), *Psykhologichni umovy pidhotovky kerivnykiv zahal'noosvitnikh navchal'nykh zakladiv do formuvannia orhanizatsijnoi kul'tury shkoly: dys... kand. psykhol. nauk: 19.00.07 [Rukopys]* / *Tsentral'nyj in-t pisladyplomnoi osvity APN Ukrainy, K.*

8. Skidin, O. L. (2001), *Sotsial'ni tekhnolohii v upravlinni zakladamy osvity: avtoref. dys. d-ra sots. nauk: 22.00.06 [Rukopys]*, *Kyivs'kyj natsional'nyj universytet im. Tarasa Shevchenka, K.*, 44 s.

9. Solomanydyna, T. O. (2007), *Orhanyzatsyonnaia kul'tura kompanyy*, 2 nd ed, YNFRA-M, M., 624 s.

10. Shejn E. (2007), *Orhanyzatsyonnaia kul'tura y lyderstvo*, Pyter, M., 336 s.

Virt M. Ya.,

к.е.н., доц., кафедра фінансів, кредиту та страхування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Klepanchuk O. Yu.,

к.е.н., Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Анотація. У статті досліджено підходи до визначення поняття “податкове регулювання”. Охарактеризовано основні завдання, методи та шляхи реалізації податкового регулювання малого бізнесу за сучасних умов. Обґрунтовано основні класифікаційні ознаки, що вирізняють податкове регулювання серед інших видів державного регулювання. Досліджено параметри вибору та види систем оподаткування суб’єктів малого бізнесу. У результаті досліджень встановлено, що збереження позитивних тенденцій розвитку малого бізнесу в Україні можливе за умови проведення відповідної економічної політики, у тому числі ефективного податкового регулювання малого бізнесу, за допомогою посилення використання нормативно-правових та економічних методів його регулювання.

Ключові слова: податкове регулювання, малий бізнес, система оподаткування.

Virt M. Ya.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Insurance, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Klepanchuk O. Y.,

Ph.D., Lviv University of Trade and Economics, Lviv

TAX REGULATION OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT

Abstract. The article analyzes the approaches to the definition of "tax regulation". The main tasks, methods and ways of realization of tax regulation of small business in modern conditions are characterized. The basic classification features distinguishing tax regulation among other types of state regulation are substantiated. The parameters of the choice and types of taxation systems of small business entities are investigated. As a result of the research, it was found that the preservation of positive trends in the development of small business in Ukraine is possible when providing the appropriate economic policies, including effective tax regulation for small business, and enhancing the use of regulatory and economic methods.

Key words: tax regulation, small business, taxation system.

Постановка проблеми. Однією з найбільш актуальних і водночас найскладніших проблем України у період трансформації економіки є податкове регулювання розвитку малого бізнесу. Враховуючи, що регулювання малого бізнесу державою здійснюється переважно шляхом впливу на обсяг і структуру фінансових ресурсів малого підприємства, вважаємо дослідження впливу податкової політики на фінансову діяльність суб’єктів малого бізнесу актуальним, особливо за умов зміни чинників, що визначають форми та методи державного впливу, зокрема рівня економічного розвитку країни, різноманітних відносин суб’єктів господарювання, рівень розвиненості бізнесу та його інфраструктури й ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сутність, принципи і методи податкового регулювання

розглядали у своїх наукових працях О. Василик [2], Т. Єфименко [3], Р. Жарко [4], Н. Засць [5], В. Грушко [6], І. Фокіна [7], В. Гланц [8], Л. Ткачик [9], Н. Прокopenко [10], І. Гудзенко [11], Ю. Іванов [12], А. Крисоватий [13], К. Лук’яненко [14], Г. Шамота [15] та багато ін. Проте потреба узагальнення та виокремлення підходу до визначення поняття “податкове регулювання” як фактора забезпечення розвитку саме малого бізнесу залишається актуальною і потребує подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження основ податкового регулювання розвитку малого бізнесу, кваліфікаційних ознак, що вирізняють його серед інших видів державного регулювання, та аналіз параметрів вибору і видів систем оподаткування суб’єктів малого бізнесу.

Підходи до визначення поняття “податкове регулювання”

№ з/п	Автори	Визначення
1	Глосарій бюджетних термінів [1]	Податкове регулювання розглядається як сукупність заходів непрямого впливу держави на розвиток виробництва шляхом зміни норми вилучення до бюджету за рахунок пониження або підвищення загального рівня оподаткування: ставки індивідуального прибуткового податку, податку на прибуток підприємств, непрямих податків
2	Василик О. [2]	Сутність механізму податкового регулювання полягає, з одного боку, в тому, що він являє собою специфічну форму суспільних відносин, що виникають між платниками податків та державою в процесі перерозподілу національного доходу, а з іншого боку, в тому, що він є методом непрямого впливу держави на економіку, політику, соціальну сферу за засобами податкового законодавства, податкового планування, податкової системи
3	Єфименко Т. [3]	Податкове регулювання за допомогою притаманних йому методів і важелів дозволяє досягти більш ефективного використання матеріальних і фінансових ресурсів, інтенсифікувати інвестиційну та підприємницьку активність, узгодити інтереси різних суб'єктів господарювання, прошарків населення, центральних і регіональних рівнів державного управління
4	Жарко Р. [4]	Податкове регулювання – це комплекс дій державних органів, спрямованих на зміну параметрів податкової системи та податкового механізму з метою досягнення певних соціальних та економічних цілей
5	Заєць Н. [5]	Податкове регулювання є одним з найбільш динамічних і мобільних елементів податкового механізму й сфери державного податкового менеджменту, де його основу складає система економічних заходів оперативного втручання у хід виконання податкових зобов'язань
6	Грушко В., Кошембар Л. [6]	Під податковим регулюванням інвестиційної активності розуміють здійснення державою за допомогою механізмів оподаткування певних заходів, спрямованих на регулювання обсягів, якості й напрямів інвестування суб'єктів господарювання всіх форм власності, досягнення рівноваги між попитом і пропозицією на інвестиційному ринку
7	Фокіна І. [7]	Податкове регулювання економіки як основний елемент податкового механізму покладено в основу довгострокових стратегічних цілей держави, спрямованих на забезпечення економічної стабільності та стимулювання економічного зростання
8	Гланц В. [8]	Податкове регулювання – цілеспрямований вплив держави на учасників економічних відносин шляхом використання засобів та інструментів податкової політики
9	Ткачик Л. [9]	Податкове регулювання як частина податкового менеджменту - це комплекс практичних дій, які забезпечують наповнення державного бюджету та оптимізують податкові платежі. На рівні підприємства воно спрямоване на прийняття оперативних рішень, пов'язаних із зміною податкового законодавства та реагування на зміни умов господарювання.
10	Прокопенко Н. [10]	Податкове регулювання – це система економічних заходів оперативного втручання в хід виконання податкових зобов'язань
11	Гудзенко І. [11]	Податкове регулювання являє собою сукупність заходів непрямого впливу шляхом зміни виду податків, податкових ставок, встановлення податкових пільг, зниження та підвищення загального оподаткування, відрахувань до бюджету, що дозволяє впливати на фінансові рішення підприємства, а, отже, й реалізацію фінансової діяльності безпосередньо
12	Іванов Ю. [12]	Податкове регулювання як процес базується на свідомому, активному й цілеспрямованому використанні існуючої незалежно від волі суб'єктів управління регулюючої функції податків задля отримання певних соціально-економічних результатів
13	Крисоватий А., Кізима А., Карпова В., Іванов Ю. [13]	Податкове регулювання – це заходи непрямого впливу на економіку, економічні та соціальні процеси шляхом зміни видів податків, податкових ставок, встановлення податкових пільг, зменшення або збільшення податкового навантаження, відрахувань до бюджету
14	Лук'яненко К. С. [14]	Податкове регулювання – це процес реалізації державою своєї фінансової функції за допомогою внесення змін у складові податкової системи, політики чи механізму з метою коригування макроекономічних пропорцій та впливу на діяльність суб'єктів підприємництва та населення в цілому
15	Шамота Г. М., Малиш Д. О. [15]	Податкове регулювання – система заходів цілеспрямованого економічного та законодавчого впливу держави на учасників економічних відносин за допомогою інструментів податкової політики з метою досягнення бажаних соціально-економічних результатів

Виклад основного матеріалу дослідження. Податкове регулювання відіграє важливу роль у державному регулюванні економіки. Це вплив державних органів влади на економічний процес шляхом корегування відповідно до поставлених цілей соціально-економічного розвитку в інтересах суспільства. На основі аналізу робіт вітчизняних і зарубіжних вчених, які займалися питанням податкового регулювання, ми можемо зробити висновок, що під податковим регулюванням сфери малого бізнесу необхідно розуміти систему заходів цілеспрямованого економічного та законодавчого впливу держави на суб'єктів малого бізнесу за допомогою інструментів податкової політики з метою досягнення соціально-економічних результатів.

Отже, узагальнюючи наукові підходи, під податковим регулюванням розвитку малого бізнесу необхідно розуміти процес реалізації державою фіскальної функції за допомогою податкового

механізму через економічні та нормативно-правові методи і способи з метою впливу на діяльність суб'єктів малого бізнесу.

Податкове регулювання розвитку малого бізнесу має особливу спрямованість і виступає як спеціальний елемент функції фінансового менеджменту малого підприємства, який необхідно врахувати при організації фінансів. Основні завдання, методи та шляхи реалізації податкового регулювання розвитку малого бізнесу нами зображено на рис. 1.

Податкове регулювання розвитку малого бізнесу держава здійснює через використання нормативно-правових і економічних методів. Застосування економічних методів податкового регулювання розвитку малого бізнесу передбачає опосередковане втручання з боку суб'єктів регулювання через створення певного економічного середовища. Використання економічних методів регулювання та податкових стимулів, таких як пільги, відстрочки,

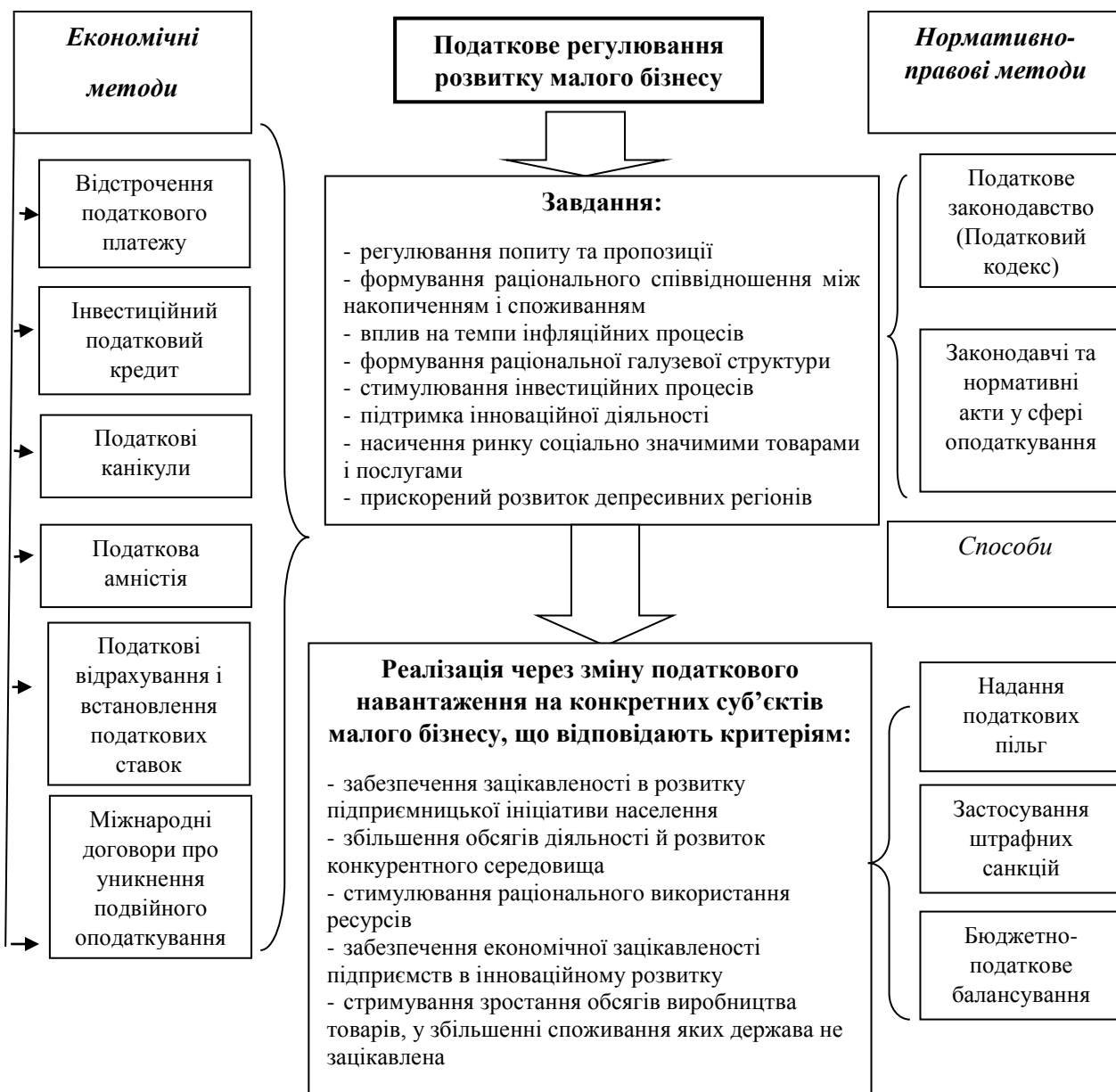


Рис. 1. Основи податкового регулювання розвитку малого бізнесу



Рис. 2. Загальна класифікація податкового регулювання

розстрочки податкових платежів, надання податкового кредиту та податкових канікул, створює можливість для зниження податкового тиску та зміцнення фінансового стану суб'єктів малого бізнесу [16].

Нормативно-правові методи передбачають прийняття законодавчих і нормативних актів у сфері оподаткування та прийняття ефективного податкового законодавства. Повинні бути створені єдині для всіх суб'єктів малого бізнесу умови правової поведінки ведення бізнесу і нарахування та сплати податків або надання обґрунтованих податкових пільг. Податкове регулювання малого бізнесу базується на чинному податковому законодавстві – Податковому кодексі та інших законодавчих і підзаконних актах. Воно є найобільнішою та найскладнішою частиною податкового менеджменту, адже включає систему організаційних заходів оперативного втручання у врегулювання господарських і фінансових взаємовідносин між суб'єктами малого бізнесу та державою, а також розподіл функцій щодо стягнення податків між різними рівнями управління.

Основні класифікаційні ознаками, що вирізняють податкове регулювання серед інших видів державного регулювання, наведені на рис. 2.

Податкове регулювання здійснюється в процесі мобілізації доходів бюджету. Інструментами регулювання є прями й непрямі податки. Регулюючий вплив здійснюється через підвищення або зниження ставок податків, їх диференціації для різних категорій платників податків або типів об'єкта оподаткування і неоподатковуваних мінімумів, звільнення від податків окремих категорій платників, надання

податкових пільг і податкових знижок. Зміни періодичності сплати податків визначаються за рівнями податкової системи.

В Україні діють два режими оподаткування для суб'єктів малого бізнесу, що відображено нами на рис. 3.

Обираючи режим оподаткування, суб'єкти малого бізнесу повинні опиратися на такі критеріальні показники, як обсяг доходу і витрат; вид діяльності, який планує здійснювати юридична особа чи фізична особа-підприємець; ставка оподаткування; необхідність сплати інших податків і зборів; кількість найманих працівників і розмір фонду оплати праці; ступінь ризику суб'єктів малого бізнесу та його вплив на ЄСВ; пільги, які може отримати суб'єкт малого бізнесу при переході на повну систему господарювання.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Особливістю сучасного етапу розвитку малого бізнесу в Україні є його поживлення, обумовлене появою ознак подолання кризових явищ в економіці. Проте названі процеси ще не набули стійкості. Збереження позитивних тенденцій розвитку малого бізнесу в Україні можливе за умов проведення відповідної економічної політики, у тому числі ефективного податкового регулювання малого бізнесу, за допомогою посилення використання нормативно-правових та економічних методів його регулювання. Перспективами подальших наукових розробок є вдосконалення механізму податкового регулювання малого бізнесу з урахуванням зміни умов в економічній політиці держави.

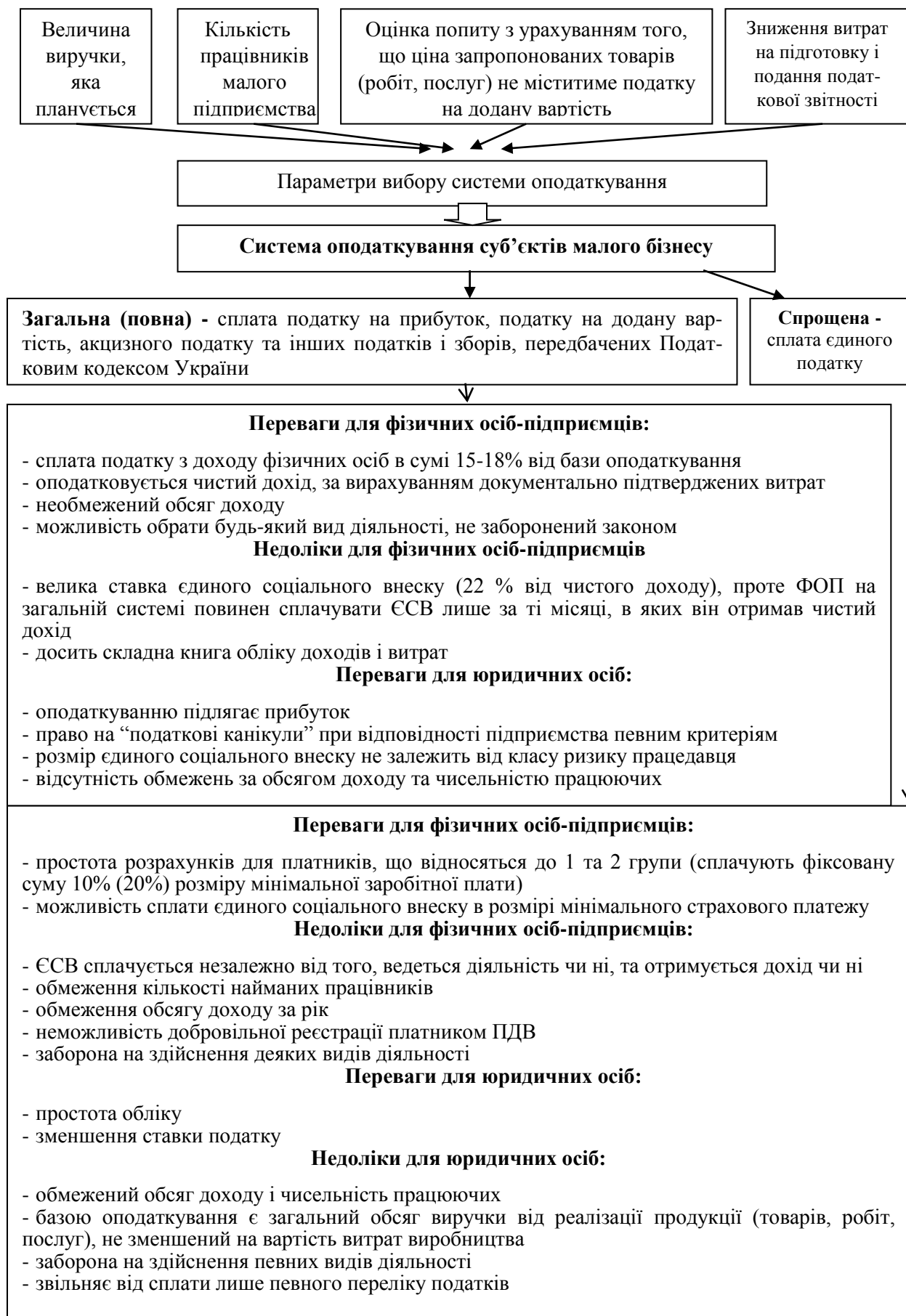


Рис. 3. Параметри вибору і види систем оподаткування суб'єктів малого бізнесу

ЛІТЕРАТУРА

1. Глоссарий бюджетных терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.budgetrf.ru>.
2. Василик О. Д. Податкова система України [Текст] : навч. посіб. / О. Д. Василик. – К. : ВАТ “Поліграфкнига”, 2004. – 478 с.
3. Єфименко Т. І. Податкове регулювання економічного розвитку [Текст] / Т. І. Єфименко : автореф. дис. [Електронний ресурс]. – Режим доступа : disser.com.ua/contents/37062.html.
4. Жарко Р. П. Теоретико-методичні засади удосконалення податкового регулювання підприємницької діяльності : автореф. дис. ...канд. екон. наук. – [Текст] / Р. П. Жарко. - К., 2006. – 24 с.
5. Заяц Н. Е. Теория налогов [Текст] : учебник / Н. Е. Заяц. – Мн. : БГЭУ, 2002. – 220 с.
6. Грушко В. І. Інструменти податкового регулювання інвестиційної активності [Текст] / В. І. Грушко, Л. О. Кошембар // Фінанси України. – 2008. – № 2. – С. 89-97.
7. Фокіна І. В. Формування механізму податково-субсидіарного регулювання вугільної промисловості : автореф. дис. ...канд. екон. наук [Текст] / І. В. Фокіна. – Донецьк, 2006. – 22 с.
8. Гланц В. Н. Сутність та елементи податкового регулювання / В. Н. Гланц [Електронний ресурс]. – Режим доступа : www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/VUABS/2011_2/31_04_04.pdf.
9. Ткачик Л. П. Особливості застосування методів та способів податкового регулювання підприємницької діяльності / Л. П. Ткачик // Науковий вісник НЛТУ. – 2015. – Вип. 25.7. – С. 106-112.
10. Прокопенко Н. С. Податкове регулювання фінансово-господарської діяльності / Н. С. Прокопенко [Електронний ресурс]. – Режим доступа : dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/.../1/38%20prokopenko_203-208.pdf.
11. Гудзенко І. С. Бюджетно-податкове регулювання фінансової діяльності підприємств / І. С. Гудзенко [Електронний ресурс]. – Режим доступа : www.ej.kherson.ua/journal/economic_09/75.pdf.
12. Іванов Ю. Б. Функції податків та податкове навантаження / Ю. Б. Іванов // Формування ринкової економіки України. – 2009. – Вип. 19. – С. 36-43.
13. Податковий менеджмент : підруч. / Ю. Б. Іванов, А. І. Крисоватий, А. Я. Кізіма, В. В. Карпова. – К. : Знання, 2008. – 525 с.
14. Лук’яненко К. С. Податкове регулювання в Україні / К. С. Лук’яненко [Електронний ресурс]. – Режим доступа : donnasa.ru/publish_house/journals/.../11_Lukianenko.pdf.
15. Шамота Г. М. Податкове регулювання інвестиційної діяльності / Г. М. Шамота [Електронний

ресурс]. – Режим доступа : journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/.../95.

16. Поколюдна О. В. Податкове регулювання в Україні / О. В. Поколюдна [Електронний ресурс]. – Режим доступа : cyberleninka.ru/.../podatkove-regulyuvannya-v-ukrayini.pdf.

REFERENCE

1. Glosariy byudgetnuh terminov (2011), available at: www.budgetrf.ru.
2. Vasuluk, O. D. (2004), Podatkova systema Ukrainu, Poligraftehnika, 478 s.
3. Yefimenko, T. I. Podatkove reguluvannya ekonomichnogo rozvutku, available at: disser.com.ua/contents/37062.html.
4. Garko, R. P. (2006), Teoretuko-metoduchni zasadu udoskonalennya podatkovogo reguluyuvannya pidpruyemnutskoi diyalnosti, K., 24 s.
5. Zayats, N. E. (2002), Teoria nalogov, BGEU, Mn., 220 s.
6. Grushko, V. I. (2008), Instrumentu podatkovogo reguluyuvannya investutsiynoi aktvnosti, *Financu Ukrainu*, №2, s. 89-97.
7. Fokina, I. V. (2006), Formuvannya mehanizmu podatkovo-subsudiarnogo reguluyuvannya vugilnoi promuslovosti, Donetsk, 22 s.
8. Glants, V. N. (2011), Sytnist ta elementu podatkovogo reguluyuvannya, available at: www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/VUABS/2011_2/31_04_04.pdf.
9. Tkachuk, L. P. (2015), Osobluhosti zastosuvannya metodiv ta sposobiv podatkovogo reguluyuvannya pidpruyemnutskoi diyalnosti, *Naukovuy visnik NLTU*, №25.7, s. 106-112.
10. Prokopenko, N. S. Podatkove reguluyuvannya finansovo-gospodarskoi diyalnosti, available at: dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/.../1/38%20prokopenko_203-208.pdf.
11. Gudzenko, I. S. Byudgetno-podatkovye reguluyuvannya finansovoi diyalnosti pidpruyemstv, available at: www.ej.kherson.ua/journal/economic_09/75.pdf.
12. Ivanov, Y. B. (2009), Funktsii podatkov ta podatkovye navantazheniya, *Formuvannya runkovoi ekonomiku Ukrainu*, №19, s. 36-43.
13. Ivanov, Y. B. (2008), Podatkovuy menegment, Znannya, K., 525 s.
14. Lukyanenko, K. S. Podatkove reguluyuvannya v Ukraina, available at: donnasa.ru/publish_house/journals/.../11_Lukianenko.pdf.
15. Shamota, G. M. Podatkove reguluyuvannya investutsiynoi diyalnosti, available at: journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/.../95.
16. Pokolodna, O. V. Podatkove reguluyuvannya v Ukraini, available at: cyberleninka.ru/.../podatkove-regulyuvannya-v-ukrayini.pdf.

Озимок Г. В.,

к.т.н., доц., доцент кафедри підприємництва, товарознавства та експертизи товарів, Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів

МОНІТОРИНГ ЯКОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ТУРИСТСЬКОЇ ОСВІТИ

Анотація. В статті досліджено систему діагностування і моніторингу навчального процесу в професійній туристській освіті. Розглянуто відмінність у підходах до системи моніторингу у вітчизняній і зарубіжній практиці, етапи дослідження якості освітніх процесів у навчальних закладах, напрями вивчення основних показників діяльності, періодичність контролю якості навчального процесу, значення стандартів, які є необхідною умовою та підґрунтям моніторингу в освіті. За результатами дослідження розроблено рекомендації щодо створення ефективної системи моніторингу якості професійної туристичної освіти. Даний моніторинг у вищих навчальних закладах повинен здійснюватися за ієрархічною системою управління.

Ключові слова: моніторинг, якість освіти, контроль навчального процесу, контроль знань студентів, етапи дослідження якості освітніх процесів, моніторинг діяльності навчального закладу.

Озимок Г. В.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Commodity Research and Examination of Goods, Lviv Institute of Economics and Tourism, Lviv

MONITORING QUALITY OF PROFESSIONAL TOURISM EDUCATION

Abstract. The article deals with the system of diagnosing and monitoring of educational process in professional tourism education. The differences in the approaches to the monitoring system in domestic and foreign practice, stages of studying the quality of educational processes in educational institutions, directions of studying the main indicators of activity, periodicity of the quality control of the educational process, the importance of standards, which are a prerequisite and the basis for monitoring in education, are considered. According to the results of the study, recommendations for creating an effective system for monitoring the quality of professional tourism education have been developed. This monitoring in higher education institutions should be carried out by a hierarchical management system.

Key words: monitoring, quality of education, control of the educational process, control of students' knowledge, stages of studying the quality of educational processes, monitoring the activity of an educational institution.

Постановка проблеми. Становлення в Україні галузі туризму, зміцнення її кадрового складу є актуальною проблемою економіки держави, у вирішенні якої суттєву роль має відіграти молодь, рівень її освіченості. Саме система освіти зобов'язана спрямувати розвиток туристсько-готельної індустрії в русло національних пріоритетів, адже вона є найбільш демократичним інститутом сучасної цивілізації.

Зміни, які відбуваються у галузі туристських послуг, вихід України на міжнародний рівень індустрії гостинності потребують ґрунтовного підходу до формування туристичної освіти, упровадження інноваційних методик навчання та практичної діяльності фахівців сфери туризму. Робота з моніторингу якості підготовки фахівців з туризму сприятиме зростанню кількості профільних навчальних закладів, навчальних напрямів, спеціальностей та спеціалізацій, якості навчального процесу як превентивної міри утримання якості на світовому рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз публікацій свідчить, що на сьогодні проведення зрізів, контролів, різного рівня тестувань, до чого звикли викладачі й керівники закладів освіти, втрачає актуальність, оскільки вони проводяться точково і не носять системного характеру. Саме тому створення ефективної системи моніторингу якості освіти на всіх етапах когнітивного та інтелектуального розвитку студентів, починаючи від абітурієнтів і закінчуючи випускниками вищого навчального закладу, є актуальним.

Постановка завдання. Основною метою цієї статті є розробка рекомендацій щодо створення ефективної системи моніторингу якості освіти, яка б сприяла розвитку творчої самостійності майбутнього фахівця і зокрема фахівця галузі туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система діагностування і моніторингу навчального процесу в професійній туристській освіті багатоплानова. Її завдання спрямувати навчальний процес на

безумовне підвищення його ефективності, не допустити знецінення професійної туристської освіти через низькі професійні якості випускників. Сьогодні до фахівців висуваються вимоги світового рівня, визначені Болонською декларацією університетів Європейського Союзу, тому вони викликають необхідність повного, глибокого та пильного контролю якості освіти як гаранта професійної і суспільної стійкості системи освіти в Україні.

Сьогодні для успішності навчання студенти повинні мати досить високий рівень інтелектуального розвитку, хорошу пам'ять, ерудицію, логічне мислення та пізнавальні інтереси, підвищену мотивацію до обраного фаху та працелюбність.

Згідно з основними критеріями, які відображають особливості туризму як соціально-економічного інституту і феномену вселюдської культури, сучасна туристська освіта основним своїм завданням визначає фахову підготовку спеціалістів широкої номенклатури, здатних ефективно працювати в організаціях, установах, на підприємствах туризму і гостинності. Тому зміст професійної освіти передбачає оволодіння компетентностями, які виходять за межі професійних навичок, безпосередньо потрібних для виконання змісту виробничих функцій на своєму робочому місці.

Професійно, отже ефективно, займатися туризмом без спеціальної освіти і фахової практичної підготовки дуже складно, а в сфері обслуговування клієнтів – неможливо. Компанії і готельні комплекси, у штатах яких бракує кваліфікованих співробітників, які володіють навичками управління фінансами, готельним менеджментом, туроператорською діяльністю, системою бронювання турпослуг, авіа-та автоперевезеннями, міжнародними стандартами обслуговування тощо, у найближчій перспективі приречені на відставання у конкурентних перегонах на туристичному ринку.

В жодній галузі індустрії, крім туризму, немає такої кількості працівників, які постійно перебувають у безпосередніх контактах зі споживачами її продукції. Тому людський фактор, особистісний капітал – кваліфікація, досвід, інтелект, моральна відповідальність, толерантність, ввічливість, сумлінне ставлення до своєї роботи в туризмі – посідають домінуючу позицію і відіграють кардинальну роль.

Саме тому головним завданням навчальних закладів і є підготовка конкурентоспроможних спеціалістів, які б відповідали особливостям галузі, володіли підприємницькими навичками та вміннями працювати творчо та ініціативно.

В Україні сформована мережа навчальних закладів різних рівнів акредитації. Особливе місце в координації туристської освіти належить Асоціації навчальних закладів туристського та готельного спрямування, до складу якої входить 70 навчальних закладів. Одним із головних напрямів роботи Асоціації є вивчення досвіду та якості підготовки туристських кадрів у різних навчальних закладах, здійснення вчасної корекції змісту навчання в межах моніторингових досліджень та галузевих стандартів туристської освіти.

Моніторинг освіти розглядається в теорії спеціального управління як одна з головних, відносно самостійних ланок управлінського циклу. На першому місці має бути інформаційний моніторинг щодо наявності нормативно-правової бази управління освітою, кадрового забезпечення підприємств сфери туризму, а також інформація про навчальні заклади, які ведуть підготовку кадрів для індустрії туризму. На другому місці – система моніторингу за розвитком знань студентів, якістю навчання, метою проведення якого є поліпшення якості знань, умінь і навичок студентів, якості проведення навчального процесу.

У межах моніторингу проводиться виявлення та оцінювання проведених педагогічних дій. При цьому забезпечується зворотний зв'язок, який інформує про відповідність фактичних результатів діяльності педагогічного колективу кінцевій меті.

Результати педагогічного процесу зумовлюються впливом різних зовнішніх і внутрішніх факторів: це зміни в навчальних планах, забезпечення інформаційною літературою та засобами навчання, застосування сучасних методик і технологій навчання, а також суб'єктивних факторів, таких як: як склад педагогічних працівників та тих, хто навчається.

Таким чином моніторинг освіти передбачає виявлення і врегулювання впливу факторів зовнішнього середовища та внутрішніх факторів самої педагогічної системи. У реальних умовах моніторинг тісно пов'язаний з функціями та стадіями управління навчальним закладом, тобто він охоплює цілі, інформації, рішення, організацію та рівень педагогічної діяльності колективу та управління ним.

Сьогодні є реальна, суттєва відмінність у підходах до системи моніторингу у вітчизняній і зарубіжній практиці, це різниця в тлумаченні ефективності та результативності роботи навчального закладу, в оцінці можливостей освітнього закладу та відповідальності за результати діяльності.

Моніторинг здійснюється принципово різними шляхами:

- контроль навчального процесу;
- контроль знань тих, хто навчається.

Перший шлях методично відпрацьований та застосовується систематично в кожному навчальному закладі, характерною рисою якого є всеохоплюючий характер.

Контроль навчального процесу реалізується періодично і постійно. Періодичність полягає у ліцензуванні, акредитації та атестації – зовнішня перевірка навчального закладу. Постійний контроль за станом навчального процесу здійснюється власними силами – ректором, дирекцією, деканами, відділеннями, кафедрами, методичними та адміністративними комісіями.

Постійний контроль ґрунтується на правовій основі й охоплює: стан навчально-методичного забезпечення, лабораторну базу, кадровий склад; організацію навчального процесу (розклад занять, ведення поточної документації, виховну роботу тощо).

Вихідним положенням моніторингу є його зв'язок з цілями навчання, які зазвичай передбачені навчальним планом, тобто моніторинг, пов'язаний із

оцінюванням реалізації цілей і планів, порівняння фактичного рівня підготовки за планами. Головним завданням моніторингу є зменшення різниці між ними, виявлення та усунення негативних факторів впливу на неї.

Якісною і кількісною мірою оцінювання результатів педагогічної діяльності є досягнення бажаного результату. Останній визначається нормами, стандартами відповідної спеціальності. Саме норма, стандарт є необхідною умовою та підґрунтям моніторингу в освіті, оскільки з ними порівнюються фактичні результати, після чого здійснюється оцінювання і корекція.

В освітньому процесі таке зіставлення фактичних досягнень з нормою, еталоном, вимогами стандартів називається перевіркою. За допомогою моніторингу є можливість дати відповідь на запитання про ефективність тієї чи іншої технології навчання, виділити фактори впливу на результати, довести залежність від кваліфікації педагога.

Одна з головних вимог оцінювання роботи навчального закладу – об'єктивність: відповідність фактичним успіхам науково-педагогічних працівників, студентів; оцінювання власного рівня знань відповідно до державних стандартів.

Дослідження якості освітніх процесів у навчальних закладах передбачає такі етапи: 1) діагностика та експертиза діяльності навчального закладу; 2) зіставно-порівняльний аналіз результатів, консультування та практична допомога в подоланні недоліків, труднощів, які виникають під час навчального процесу; 3) проектні плани майбутнього розвитку навчального закладу.

Вивчення основних показників діяльності навчальних закладів передбачає, як правило, кілька напрямів:

- аналіз ролі навчального закладу у вирішенні проблеми кадрового забезпечення галузі;
- аналіз діяльності адміністрації;
- аналіз складу педагогічного колективу, організації навчання і виховання;
- участь громадськості та органів студентського самоврядування у навчально-виховному процесі.

Моніторинг діяльності навчального закладу включає збір потрібної інформації, підготовку звіту та презентацію його перед учасниками навчального процесу. У звіті має бути представлений реальний стан діяльності навчального закладу, рівень невідповідності результатів навчального процесу зі спеціальностей передбаченим нормам, стандартам, освітнім цілям підготовки фахівців. Моніторинг і оцінювання будуть ефективні настільки, наскільки коректно сформовані стандарти і норми відповідно до принципів вимог сучасного виробництва.

Тому розробка і формування галузевих стандартів туристської освіти є процесом досить відповідальним, вони мають враховувати вітчизняні вимоги до майбутніх фахівців в освітньому і професійному планах, а також міжнародні стандарти з конкретних спеціальностей. Зміни в технології галузі обов'язково приводять до змін у стандартах, нормах. І саме моніторинг виступає не тільки як процес

виявлення відхилень від стандартів і норм, а й як підстава для їх перегляду. Отже, моніторинг – не тільки відстеження процесу руху до заданої мети, цілей, а й механізм корекції цілей та шляхів їх досягнення. Багато помилок може виникнути через те, що моніторинг розглядається лише як засіб мінімізації відхилень, а не як шлях вдосконалення цілей, планів, норм, стандартів, своєчасного внесення до них відповідних змін із врахуванням вимог часу та міжнародного досвіду.

Дотримання стандартів і нормативів передбачає підвищену відповідальність осіб, які здійснюють виявлення відхилень і оцінювання педагогічного процесу. Відповідальність за дотримання навчальних нормативів несуть викладачі, які за спеціально розробленими методиками контролюють і оцінюють рівень навченості студентів з відповідних дисциплін навчального плану.

Моніторинг як технологія передбачає визначення результатів навчання і його корекцію відповідно до стану засвоєння конкретних знань і умінь (когнітивна сфера діяльності), які студент повинен був сформулювати в процесі вивчення певного навчального матеріалу. Це передбачає виокремлення еталонів (навчальних елементів) засвоєння навчального матеріалу для всіх студентів; визначення рівнів засвоєння цих навчальних елементів (пізнання, розуміння тощо); підбір контролюючих засобів для визначення досягнення встановлених рівнів навченості; розробку підсумкових контролюючих засобів, які дадуть змогу підтвердити досягнутий студентами результат з основних тем і розділів кожної дисципліни.

Для оцінювання підготовки студентів на етапі закінчення вищого навчального закладу під час розробки галузевих стандартів формуються засоби діагностики якості вищої освіти зі спеціальностей, за допомогою яких можна здійснювати моніторингові дослідження, проводити атестацію науково-педагогічних кадрів, визначати ефективність методики професійної підготовки та використовувати як критерії професійного підбору.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проведені дослідження дозволяють констатувати, що в системі вищої освіти реалізуються: інформаційний моніторинг, який забезпечує збір, накопичення, систематизацію та розповсюдження спеціально організованого обстеження на етапі збору інформації; управлінський моніторинг – відстежування та оцінювання ефективності, наслідків та вторинних результатів, отриманих унаслідок прийняття управлінських рішень (введення дванадцятибальної шкали оцінювання тощо). Моніторинг у вищих навчальних закладах здійснюється за ієрархічною системою управління: факультетський, університетський, галузевий (туристська освіта та ін.), регіональний рівні. Всі види моніторингу відрізняються не лише поставленою метою, технологією організації та проведення, а й з погляду подання та розповсюдження інформації, способів прийняття та реалізації управлінських рішень за результатами обстеження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гринькевич О. С. Моніторинг професійних знань та навиків менеджерів у сфері готельно-туристичного бізнесу / О. С. Гринькевич, М. М. Юнко, А. В. Мацелюх // Вісник Львівського інституту економіки і туризму : зб. наук. статей. – Львів, 2007. – № 2. – С. 92-96.

2. Кісіль М. В. Моніторинг як складова системи управління якістю вищої освіти / М. В. Кісіль // Розвиток публічного адміністрування на засадах менеджменту: Європейський контекст : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2009. – С. 188-190.

3. Лукіна Т. Види моніторингових досліджень / Лукіна Т. // Моніторинг якості освіти: світові досягнення та українські перспективи / [за заг. ред. О. І. Локшиної]. – К. : КІС, 2004. – С. 41-47.

4. Моніторинг навчальної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://e-learning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=60>.

REFERENCES

1. Hryn'kevych, O. S. Yunko, M. M. and Matselyukh, A. V. (2007), *Monitorynh profesiynykh znan' ta navykiv menedzheriv u sferi hotel'no-turystychnoho biznesu*, *Visnyk L'vivs'koho instytutu ekonomiky i turyzmu*: zb. nauk. statey, L'viv, № 2, s. 92-96.

2. Kisil', M. V. (2009), *Monitorynh yak skladova systemy upravlinnya yakisty vyshchoyi osvity*, *Rozvytok publicnogo administruvannya na zasadakh menedzhmentu: Yevropeys'kyy kontekst: materialy mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi*, DRIDU NADU, D., s. 188-190.

3. Lukina T. (2004), *Vydy monitorynhovykh doslidzhen'*, *Monitorynh yakosti osvity: svitovi dosyahnennya ta ukrayins'ki perspektyvy*, KIS, K., s. 41-47.

4. *Monitorynh navchal'noyi diyal'nosti*, available at : <http://e-learning.kubg.edu.ua/course/view.php?id=60>.

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 658.018

Гончар О. І.,

д.е.н., проф., професор кафедри економіки підприємства і підприємництва, Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

ЕКОНОМІЧНІ ІНСТРУМЕНТИ ОПТИМІЗАЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

***Анотація.** Узагальнено дослідження засад антикризового управління підприємством. Обґрунтовано основну причину кризи – недосконалі норми сучасної економічної поведінки, що вимагають використання ресурсів, яких недостатньо у конкретній соціально-економічній системі. Антикризове управління має забезпечити збереження економічної та інституційної стабільності підприємства на засадах збалансування його когнітивної та маніпулятивної функцій економічної діяльності у відповідності до стану навколишнього середовища. Формування системи антикризового управління підприємствами доцільно проводити на засадах оптимізації складу параметрів оцінювання внутрішнього і зовнішнього середовища, здійснювати управління економічною безпекою підприємства – на засадах функціонально-ресурсного підходу. Це дозволить розпізнавати загрози, класифікувати їх і визначити, при яких обставинах і за якими напрямками необхідно здійснювати агресивний наступ та реалізовувати заходи антикризового управління.*

Ключові слова: загрози, чинники, антикризове управління, показники, принципи, інструменти, ефективність.

Gonchar O. I.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics of Enterprise and Entrepreneurship, Khmelnytskyi National University, Khmelnytskyi

ECONOMIC INSTRUMENTS FOR OPTIMIZING ANTI-CRISIS ENTERPRISE MANAGEMENT

***Abstract.** The research of the principles of anti-crisis management of the enterprise is generalized. It is substantiated that the main cause of the crisis is imperfect norms of modern economic behavior, which require the use of resources that are insufficient in a specific socio-economic system. Anti-crisis management should ensure the economic and institutional stability of the enterprise on the basis of balancing its cognitive and manipulative functions of economic activity in accordance with the conditions of external environment. The formation of the system of crisis management of enterprises is advisable to conduct on the basis of optimization of the composition of the parameters of internal and external environment assessment, to manage the economic security of the enterprise - on the basis of a functional and resource approach. This will allow to identify threats, classify them and determine under which circumstances and in what directions it is necessary to carry out an aggressive attack and to implement measures of anti-crisis management.*

Key words: threats, factors, anti-crisis management, indicators, principles, tools, efficiency.

Постановка проблеми. Складні умови господарювання, невизначеності актуалізують ключову проблему сучасності – недопущення кризових явищ та досягнення стабільного економічного розвитку підприємств. На успішне функціонування підприємств негативно впливає велика кількість зовнішніх та внутрішніх ризикових факторів, серед яких –

гостра конкурентна боротьба, розвиток міжнародного ринку, низький рівень виконання договірних зобов'язань, висока вартість кредитних коштів, дефіцит власних фінансових ресурсів, знос устаткування, зростання витрат і собівартості тощо. Для того, щоб підприємства могли вчасно реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища та

ухвалювати якісні управлінські рішення, необхідним є застосування дієвих інструментів антикризового управління підприємством і в першу чергу економічних.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У дослідження проблематики антикризового управління значний внесок зробили такі науковці, як І. Ансофф, І. О. Бланк, А. М. Дідик, О. О. Терещенко, Л. А. Лігоненко, В. О. Василенко, А. Д. Чернявський, А. Г. Грязнова та ін. Наукові публікації, присвячені проблемам антикризового управління на підприємствах, трактують його сутність як систему заходів з фінансового оздоровлення (відновлення платоспроможності й достатнього рівня фінансової стійкості) підприємств, що знаходяться у критичному стані чи навіть під загрозою банкрутства. Загалом антикризове управління визначають як тип управління, що носить більшою мірою тимчасовий характер, орієнтований загалом на досягнення короткострокових цілей і такий, що не гарантує стійкого фінансового стану в майбутньому.

Незважаючи на широке застосування в економічній теорії та практиці терміна “антикризове управління”, тлумачення його сутності є не однозначним. Крім того, відсутні систематизовані рекомендації щодо застосування дієвих економічних інструментів антикризового управління.

Постановка завдання. Складність застосування економічних інструментів антикризового управління підприємством у сучасних умовах зумовлена не лише мінливим зовнішнім і внутрішнім середовищем підприємств, а ще й наявністю альтернативних варіантів рішень господарських завдань, пошуком та вибором найбільш досконалих інструментів, які б забезпечували ефективність антикризового управління.

Викладення основного матеріалу дослідження. Функціонування будь-якого підприємства може бути представлене циклічним процесом, для якого характерною є закономірність настання та вирішення кризових ситуацій. Узагальнюючи результати досліджень, потрібно визначити, що найчастіше криза трактується як поворотний пункт у розвитку деякої системи, що не має чітко вираженого змісту.

Таким чином, кризу на підприємстві можна розуміти як незапланований і небажаний, обмежений за часом процес, який здатний істотно нашкодити або навіть зробити неможливим функціонування самого підприємства. Передумовою кризи може бути багато різних факторів, які загалом поділяють на дві основні групи: зовнішні фактори (які не залежать від діяльності підприємства); внутрішні чинники (залежні від діяльності підприємства). Отже, кризу потрібно досліджувати як сукупність об'єктивних процесів, що втілюються у вигляді фаз циклу соціально-економічних систем (у даному випадку – підприємства).

Незалежно від факторів, які провокують кризові ситуації на підприємстві, основною причиною кризи є управління. Для того, щоб максимально швидко і

менш проблематично вийти з несприятливої ситуації, що склалася на підприємстві, розробляються заходи з антикризового управління. Існують різні точки зору сутнісно-змістовного наповнення і методів здійснення антикризового управління.

Узагальнюючи результати часто протилежних поглядів на кризи, бачимо: основною причиною кризи можна вважати норми сучасної економічної поведінки, що вимагають використання ресурсів, яких немає в наявності у конкретній соціально-економічній системі. Такий підхід створює інституційну базу підвищеного споживання. Саме борг стає способом залучення ресурсів для систем різних рівнів: від макrorівня до рівня окремих підприємств.

За умови забезпеченості потреб власними ресурсами підприємств їх додаткове залучення у господарську діяльність зазвичай не спричиняє внутрішніх дисбалансів. Однак, коли в макросередовищі зростання споживання обумовлює економічно необґрунтований попит, стимулюється таке ж економічно необґрунтоване виробництво. Таким чином, мобілізуються та залучаються зовнішні ресурси. Інституціоналізація підвищеного споживання у порівнянні з наявними ресурсами провокує передумови виникнення кризи.

На рівні підприємства криза проявляється у першу чергу складністю мобілізації ресурсів для розрахунків. Антикризове управління має забезпечити збереження економічної та інституційної стабільності підприємства на засадах збалансування його когнітивної та маніпулятивної функцій економічної діяльності у відповідності до стану навколишнього середовища. Формування системи антикризового управління підприємствами доцільно проводити на засадах оптимізації складу параметрів оцінювання внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства.

Основна мета антикризової політики має визначатися не лише як боротьба з кризою, яка вже настала, але і створенням умов для того, щоб прояви та наслідки кризи були пом'якшені, не викликали великого ризику, зменшували негативні наслідки. Головне завдання антикризового управління полягає в забезпеченні такого становища підприємства на ринку, коли увага зосереджується на усуненні тимчасових труднощів, у першу чергу фінансових. Мають використовуватися всі можливості сучасного менеджменту, розроблятися та практично реалізовуватися на кожному підприємстві спеціальні програми стратегічного характеру, які б дозволили зберегти стабільність при різних ринкових колізіях.

Важливою передумовою ефективності антикризового управління є система моніторингу кризових ситуацій. Фінансовий стан підприємства можна оцінювати з точки зору короткострокової й довгострокової перспектив. У першому випадку в якості критеріїв оцінки фінансового стану можуть бути ліквідність і платоспроможність підприємства, тобто здатність своєчасно і в повному обсязі провести розрахунки за короткостроковими зобов'язаннями. Фінансовий стан підприємства в довгостроковому

плані характеризується показниками фінансової стійкості, що розраховується на основі співвідношення власного і позикового капіталу підприємства.

В якості економічних інструментів науковці часто виокремлюють фінансові та економічні важелі. Так, А. М. Дідик розглядає економічні важелі впливу на діяльність підприємств як інструменти економічного характеру, що забезпечують зміну параметрів функціонування підприємства із зовнішнього та внутрішнього середовищ, та пропонує їх комплексну типологію за низкою ознак [1, 2, 3]. На нашу думку, потрібно виокремлювати економічні інструменти як іззовні, так і зсередини самого підприємства. Зовнішні економічні інструменти можуть представлятися як економічні важелі на державному, галузевому та регіональному рівнях. Внутрішні економічні інструменти використовуються на рівні підприємства і впливають на його діяльність чинниками внутрішнього середовища. Економічні інструменти мають бути ефективним засобом попередження й оцінки імовірності настання кризи, зниження втрат та подолання кризових наслідків, запобігання банкрутству та ліквідації підприємства.

Про кризу на підприємстві може свідчити скорочення обсягів випуску і продажу продукції, зниження ліквідності та платоспроможності, зниження оборотності оборотних коштів, наявність простроченої дебіторської заборгованості, високий рівень витрат, збитковість продукції та ін. У сучасних умовах до порушення економічної рівноваги та погіршення

фінансово-економічного стану в першу чергу можуть привести такі загрози, як необґрунтований вихід підприємства на нові ринки, не вигідні умови укладання угод, погіршення взаємовідносин із бізнес-партнерами, із постачальниками, кредиторами, банками. В якості профілактичних заходів у першу чергу потрібно здійснювати стратегічний контролінг, формування страхових фондів, стратегічних резервів фінансових коштів, технічних засобів тощо [4]. Якщо фінансовий стан у цілому оцінюється як задовільний, а рівень виникнення загроз високий, то менеджмент підприємства повинен зосередити увагу на впровадженні програми ризикозахищеності, яка полягає у недопущенні виникнення кризи, створенні всіх необхідних умов для її найменшого прояву та подальшого поширення.

Механізм управління економічною безпекою машинобудівного підприємства має будуватись у вигляді цілісної системи, яка поєднує підсистеми: організаційну і систему забезпечення (рис. 1).

Побудову схеми механізму управління економічною безпекою підприємства, на наш погляд, доцільно здійснювати на основі функціонально-ресурсного підходу. Саме застосування цього підходу, на нашу думку, дозволить розпізнавати загрози, класифікувати їх як традиційні (очікувані) або нетрадиційні (нові) для даного підприємства з точки зору можливості розширення його життєвого простору, визначати, коли, при яких обставинах і за якими

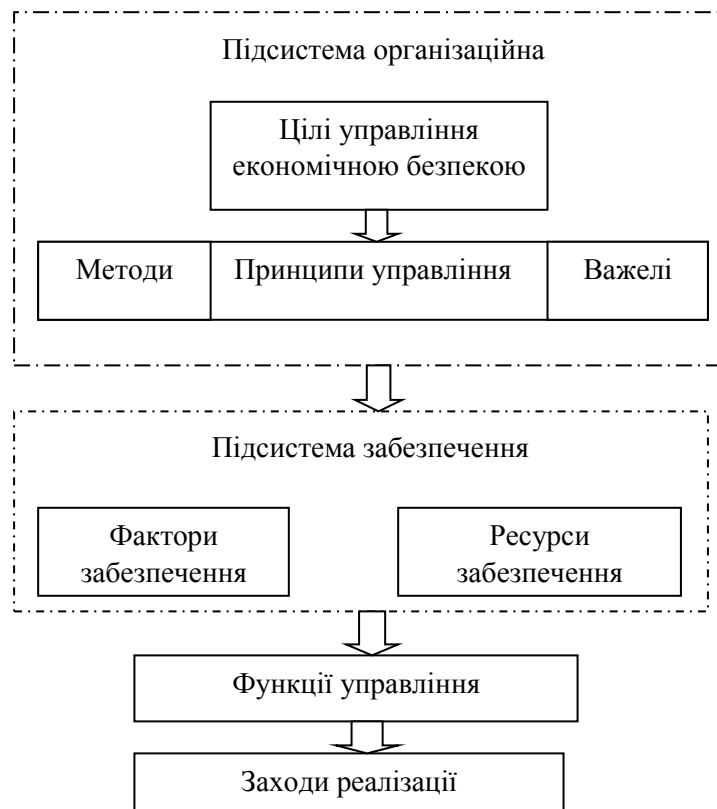


Рис. 1. Структура механізму управління економічною безпекою підприємства

напрямами необхідно здійснювати агресивний наступ (реалізувати контрзагрози), використовувати еволюційний підхід (метод ретельної методичної підготовки і поступового розширення життєвого простору), застосовувати метод адаптації або вичікування.

Механізм управління економічною безпекою та антикризового управління підприємством має сприяти реалізації головної мети шляхом виконання певних функцій управління, які за змістом доцільно розподіляти на функції управління економічною безпекою підприємства як керуючої системи та функції управління економічною безпекою як спеціалізованої системи управління.

Основними заходами, спрямованими на нейтралізацію загроз фінансової кризи, мають стати: страхування фінансових ризиків підприємства; реалізація зайвих або невживаних активів; вживання заходів зі стягнення дебіторської заборгованості; економія інвестиційних ресурсів; економія поточних витрат; вирішення стратегічних завдань, розширення експортної діяльності тощо. Заходи із запобігання кризовим ситуаціям мають реалізовуватися менеджментом підприємств “на випередження”, задовго до настання таких ситуацій.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, антикризове управління має будуватись як система управління підприємством. Його сутність повинна відповідати загальній теорії управління. В ринкових умовах будь-яке управління повинно стати антикризовим, побудованим на обліку можливостей і небезпеки настання кризи. Якщо усвідомлюється неминучість настання кризи, неможливість її усунення за допомогою різних простих управлінських і організаційних рішень, створюється алгоритм антикризового управління з використанням економічних інструментів.

Завдання антикризового управління часто розрізнені у часі, характеризують якісно різну оцінку стану підприємства й уможливають використання різних інструментів управління. Основними інструментами антикризового управління можуть визначатися моніторинг і діагностика на основі аналізу

показників фінансово-економічного стану підприємства: планування і розробка антикризової стратегії; контролінг. Їх системне застосування сприятиме успішності антикризового управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дідик А. М. Економічні важелі впливу на діяльність підприємств: етимологічний, семантичний та типологічний аспекти / Дідик А. М. // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2014. – №797. – С. 440-446.

2. Колосок В. М. Формування фінансового забезпечення стратегічного управління великих промислових підприємств / Колосок В. М., Дроботина К. М. // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. – 2012. – №1. – С. 5-11.

3. Лігоненко Л. Концептуальні засади економічного управління підприємством / Лігоненко Л. // Вісник КНТЕУ. – 2013. – №3. – С. 5-17.

4. Чернявський А. Д. Антикризове управління підприємством : навч. посібник / Чернявський А. Д. – К. : МАУП, 2006. – 256 с.

REFERENCES

1. Didyk, A. M. (2014), *Ekonomichni vazheli vplyvu na diialnist pidpriemstv: etymolohichni, semantychnyi ta typolohichni aspekty*, *Visnyk Natsionalnoho universytetu “Lvivska politekhnika”*, №797, s. 440-446.

2. Kolosok, V. M. and Drobotina, K. M. (2012), *Formuvannia finansovoho zabezpechennia stratehichnoho upravlinnia velykykh promyslovykh pidpriemstv*, *Visnyk Pryazovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu*, №1, s. 5-11.

3. Lihonenko L. (2013), *Kontseptualni zasady ekonomichnoho upravlinnia pidpriemstvom*, *Visnyk KNTEU*, №3, s. 5-17.

4. Cherniavskiy, A. D. (2006), *Antykryzove upravlinnia pidpriemstvom*, MAUP, K., 256 s.

Миценко Н. Г.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Різник Д. В.,

аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЕФЕКТИВНА МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** У статті обґрунтовано необхідність формування ефективної системи мотивації праці як базису управління персоналом підприємства. Запропоновано виокремлювати такі складові мотивації персоналу, як внутрішня мотивація, економічна мотивація та адміністративна мотивація, та їх цільову орієнтацію. На основі визначення тенденції зміни фонду основної та додаткової заробітної плати спрогнозовано мотиваційні витрати досліджуваних підприємств санаторно-курортного комплексу України. Виділено головні функціональні сфери (господарсько-виробничу, фінансову, інтелектуально-кадрову й соціальну, технологічну, інвестиційно-інноваційну, інтерфейсну), показники ефективності та запропоновано заходи й засоби економічного, адміністративного та внутрішнього мотиваційного впливу на персонал для кожної з функціональних сфер підприємств санаторно-курортного комплексу.*

Ключові слова: управління персоналом підприємства, мотивація праці, складові мотивації, ефективність системи мотивації праці, інструментарій управління мотивацією праці.

Mitsenko N. G.,

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

Riznyk D. V.,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

EFFECTIVE LABOR MOTIVATION AS THE BASIS OF ENTERPRISE PERSONNEL MANAGEMENT

***Abstract.** The article substantiates the necessity of forming an effective labor motivation system as a basis for enterprise personnel management. Proposed to distinguish such components of personnel motivation as internal motivation, economic motivation and administrative motivation, and their target orientation. On the basis of determining the trends of changes in the basic and supplementary wages fund, the motivational costs of the investigated enterprises of the sanatorium and resort complex of Ukraine are foreseen. The main functional areas (economic, production, financial, intellectual&personnel, social, technological, investment&innovational, interfacing) and performance indicators were allocated, ways and instruments of economic, administrative and internal motivational influence on the personnel for each of the functional spheres of the enterprises of the sanatorium and resort complex are proposed.*

Key words: enterprise personnel management, labor motivation, components of motivation, efficiency of the labor motivation system, tools for labor motivation managing.

Постановка проблеми. Сприятливі зовнішньо-економічні умови та унікальні природні ресурси формують можливості для впевненого розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу та медичного туризму в Україні. Розвиток регіональних програм, спрямованих на модернізацію державних та комунальних закладів санаторно-курортного комплексу, не тільки дозволяє налагодити

міжнародну наукову співпрацю з санаторно-курортними установами за кордоном і зробити ці суб'єкти підприємництва місцем сучасного лікування та відпочинку вітчизняних і зарубіжних споживачів, а й привабливим місцем праці.

Формування та реалізація інтелектуально-кадрового потенціалу підприємств у значній мірі визначається ефективністю управління мотивацією

персоналу. Світовим досвідом напрацьовано доволі багато теорій мотивації, але загалом вони розвивалися за двома напрямками: дослідження змістовної сторони мотивації – вивчення потреб людини як головних мотивів її поведінки (теорії А. Маслоу, Ф. Герцберга, Д. Мак Клееланда та ін.); вивчення структури розподілу зусиль працівників і обрання ними певного виду поведінки (процесуальний підхід) для досягнення конкретних цілей (теорії очікувань В. Врума, теорія справедливості М. Портера – А. Лоулера та ін.). Питання застосування сучасних систем мотивації праці, поєднання відповідних методів, інструментів і засобів мотивації на етапах підбору кадрів, виконання посадових обов'язків і завдань, професійно-кваліфікаційного розвитку персоналу, узгодження з особливостями господарської діяльності підприємств та специфікою структури їх персоналу донині залишаються недостатньо дослідженими.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Значний внесок у вирішення проблем формування та управління розвитком персоналу підприємств з урахуванням реалій сьогодення зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, серед яких: Б. Базилук, Д. Богиня, П. Буряк, Н. Гавкалова, О. Гетьман, О. Грішнова, Н. Єсінова, Г. Завіновська, А. Лаурент, Е. Лібанова, С. Пасека, В. Петюх, О. Хандій, Л. Шимановська-Діанич, Г. Шредер та ін. На питаннях мотивації праці акцентували свої дослідження А. Вознюк, О. Гончар, В. Гриньова, А. Колот, І. Лепюхіна [3], Л. Мельник, В. Нижник [5], Л. Семенова [7], М. Семикіна, О. Харчишина [10] та ін. Дослідженню проблем організації, мотивації та стимулювання праці в підприємствах санаторно-курортного комплексу присвячені праці таких науковців, як М. Войнарченко, К. Гаспарян [1], Р. Коблев [2], Н. Нечева [4; 6], В. Семенов [6], О. Столяренко [8], І. Цветкова [11] та ін. Водночас проблема управління персоналом підприємств санаторно-курортного комплексу крізь призму мотивації праці є малодослідженою та вимагає детальнішого розгляду.

Постановка завдання полягає у визначенні складових і практичного інструментарію створення ефективної системи мотивації праці як основи управління персоналом підприємств санаторно-курортної сфери.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Особливості еволюції та сучасні тенденції розвитку теорій мотивації персоналу необхідно враховувати при формуванні теоретико-прикладних засад управління персоналом підприємств. Сучасні теорії мотивації, у тому числі теорія партисипативного управління [12], в значній мірі орієнтуються на формування й використання трудового потенціалу підприємств, посилення дії мотивів і стимулів участі найманих працівників в управлінні бізнесом. Крім того, погоджуючись з О. Тужилкіною [9, с. 185], зауважимо, що ефективна мотивація посідає провідне місце серед проблем забезпечення якості життя в

контексті сучасного розуміння взаємозв'язку економічного та людського розвитку. Безперечно, головним завданням мотивації праці є вплив на активізацію трудової діяльності персоналу, спонукання його до якісного виконання поставлених завдань. Але цього буде недостатньо, якщо відповідні результати мотивації не будуть спрямовані на підвищення ефективності функціонування та розвитку підприємств.

Розглядаючи мотивацію праці на рівні санаторно-курортних підприємств як сукупність стимулів для персоналу (економічних та моральних), створення умов для активної результативної діяльності, використання творчого потенціалу працівників, підвищення професійної кваліфікації персоналу, можливості кар'єрного зростання [6, с. 130], В. Семенов та Н. Нечева розрізняють внутрішню та зовнішню мотивацію (інтровертну та екстравертну) та вважають важелями ефективності мотивації заохочення та стягнення [там же, с. 132].

Ефективна система мотивації праці персоналу підприємства, на думку Л. Семенової [7], має охоплювати такі складові, як: система оплати, соціальні гарантії, надання пільг, участь працівників у власності підприємства, участь працівників в управлінні підприємством, участь працівників у розподілі прибутку підприємства, ротація персоналу, покращення умов праці, особисте та публічне визнання, формування і розвиток позитивного клімату на підприємстві. Вважаємо, що система мотивації праці повинна враховувати також всі елементи системи преміювання, до яких слід віднести показники преміювання, умови преміювання та покарання, фінансування преміальних виплат. Доцільним є виокремлення в системі мотивації персоналу низової ланки економіки таких її складових, як: внутрішня мотивація, економічна мотивація та адміністративна мотивація. При цьому внутрішня мотивація спрямована на впровадження інституціональних чинників мотивації та залежність внеску кожного працівника в результати праці; економічна – на підвищення ефективності формування та використання трудового потенціалу працівника, матеріальну винагороду за сприяння інноваційному розвитку підприємства; адміністративна – на розвиток трудового партнерства та системи відповідальності за дотримання стандартів якості бізнес-процесів.

Оскільки базисом мотивації праці виступає її економічна складова, важливо оцінити, який обсяг фінансових ресурсів підприємства готові скерувати на стимулювання праці персоналу. У табл. 1 наведено прогноз мотиваційних витрат досліджуваної сукупності підприємств санаторно-курортного комплексу України на 2017-2020 рр.

Фонд основної заробітної плати зросте за прогнозом на 20997,1 тис. грн, або на 34,3%. Фонд додаткової оплати праці та інших заохочувальних і компенсаційних виплат у 2020 р. збільшиться на 10833,8 тис. грн, переважно за рахунок зростання на великих підприємствах (ПрАТ “Трускавецькурорт”, ПрАТ “Миргородкурорт”, ПрАТ “Укрпрофоздоровниця” та ПрАТ “Санаторно-готельний комплекс “Дніпро-Бескид”). Якщо розглянути співвідношення

фонду основної та додаткової оплати праці, то остання становитиме 34% у загальному фонді оплати праці. Загалом оплата праці працівників досліджуваних підприємств санаторно-курортного комплексу зростає з урахуванням премій на 31830,9 тис. грн, що, безперечно, є позитивним фактором стимулювання праці.

Водночас слід визначити, за якими напрямками та на які конкретні заходи доречно спрямувати

відповідне ресурсне забезпечення. У цьому контексті варто орієнтуватися на головні показники ефективності господарювання, що будуть покращені внаслідок більш ефективного управління персоналом. Показники медичної результативності, дотримання вимог та стандартів, навчання та розвиток, задоволеність споживачів медичних і профілактичних послуг підприємства повинні виступати першочерговими критеріями при управлінні мотивацією праці його персоналу.

Таблиця 1

Прогноз мотиваційних витрат підприємств санаторно-курортного комплексу України на 2017-2020 рр.
(тис. грн)

Назва підприємства	Роки					Відхилення, +/-
	2016	2017	2018	2019	2020	
<i>Фонд основної заробітної плати</i>						
ПрАТ «Санаторій «Рай-Оленівка»	143,5	160,7	176,8	182,1	192,7	49,2
ПрАТ «Санаторій Мошногір'я»	1409,8	1579,0	1736,9	1789,0	1892,7	482,9
ПрАТ «Санаторій «Смерічка»	32,0	35,8	39,4	40,6	43,0	11,0
ПрАТ «Санаторно-готельний комплекс «Дніпро-Бескид»	6681,5	7483,3	8231,6	8478,6	8970,3	2288,8
ПрАТ «Дитячий оздоровчо-санаторний комплекс «Нива»	33,0	37,0	40,7	41,9	44,3	11,3
ПрАТ «Спільне підприємство «Санаторій Полтава»	128,8	144,3	158,7	163,4	172,9	44,1
ПрАТ «Трускавецькурорт»	19499,9	21839,9	24023,9	24744,6	26179,8	6679,9
ПрАТ «Миргородкурорт»	24819,9	27798,3	30578,1	31495,5	33322,2	8502,3
ТОВ «Санаторний комплекс «Деренівська Купіль»	24,5	27,4	30,2	31,1	32,9	8,4
ТОВ «Санаторій «Борисфен»	39,2	43,9	48,3	49,7	52,6	13,4
ПрАТ «Лікувально-оздоровчий комплекс «Айвазовське»	3180,8	3562,5	3918,7	4036,3	4270,4	1089,6
ПрАТ «Укрпрофоздоровниця»	5239,5	5868,2	6455,1	6648,7	7034,3	1794,8
ПрАТ «Каховський дитячий оздоровчий табір «Лісова казка»	25,9	29,0	31,9	32,9	34,8	8,9
ПрАТ «Дитячий оздоровчий табір «Олімпія»	36,4	40,8	44,8	46,2	48,9	12,5
Разом	61294,7	68650,1	75515,1	77780,5	82291,8	20997,1
<i>Фонд додаткової оплати праці та інших заохочувальних і компенсаційних виплат</i>						
ПрАТ «Санаторій «Рай-Оленівка»	62,4	69,9	76,9	79,2	83,8	21,4
ПрАТ «Санаторій Мошногір'я»	837,9	938,4	1032,3	1063,3	1124,9	287,0
ПрАТ «Санаторно-готельний комплекс «Дніпро-Бескид»	2831,4	3171,2	3488,3	3592,9	3801,3	969,9
ПрАТ «Спільне підприємство «Санаторій Полтава»	51,6	57,8	63,6	65,5	69,3	17,7
ПрАТ «Трускавецькурорт»	12752,7	14283,0	15711,3	16182,7	17121,3	4368,6
ПрАТ «Миргородкурорт»	11404,5	12773,0	14050,3	14471,9	15311,2	3906,7
ТОВ «Санаторний комплекс «Деренівська Купіль»	10,5	11,8	12,9	13,3	14,1	3,6
ТОВ «Санаторій «Борисфен»	17,1	19,2	21,1	21,7	23,0	5,9
ПрАТ «Лікувально-оздоровчий комплекс «Айвазовське»	1365,9	1529,8	1682,8	1733,3	1833,8	467,9
ПрАТ «Укрпрофоздоровниця»	2266,5	2538,5	2792,3	2876,1	3042,9	776,4
ПрАТ «Каховський дитячий оздоровчий табір «Лісова казка»	11,1	12,4	13,7	14,1	14,9	3,8
ПАТ «Дитячий оздоровчий табір «Олімпія»	14,4	16,1	17,7	18,3	19,3	4,9
Разом	31626,0	35421,1	38963,2	40132,1	42459,8	10833,8

Узагальнення теоретико-методичних засад і специфіки функціонування підприємств санаторно-курортного комплексу дозволяє визначити головні функціональні сфери, показники ефективності та запропонувати інструментарій управління мотивацією праці їх персоналу (табл. 2).

Саме за наведеними напрямками посилення мотивації праці необхідно здійснювати діяльність з підвищення ефективності господарської діяльності підприємств санаторно-курортного комплексу. Важливо враховувати кожен зі складових мотивації. Керівництво підприємств санаторно-курортного

Таблиця 2

Параметри ефективності та орієнтовані на них засоби управління мотивацією праці на підприємствах санаторно-курортного комплексу

Функціональні сфери	Показники ефективності	Заходи, засоби посилення мотивації	Складові мотивації
Господарсько-виробнича	<ul style="list-style-type: none"> - обсяг доходу від наданих санаторно-курортних послуг; - якість санаторно-курортних послуг; - рівень використання пропускнуої спроможності; - витратомісткість лікувально-курортної послуги; - ефективність інфраструктури 	<ul style="list-style-type: none"> - запровадження відрядної (змішаної) системи оплати праці; - впровадження преміювання 	Економічна
		<ul style="list-style-type: none"> - становлення прогресивних форм управління та обслуговування 	Адміністративна
		<ul style="list-style-type: none"> - довгострокова співпраця 	Внутрішня
Фінансова	<ul style="list-style-type: none"> - обсяги доходу і прибутку; - рентабельність; - ділова активність; - фінансова стійкість; - ліквідність та платоспроможність; - капіталізація матеріально-технічної бази 	<ul style="list-style-type: none"> - розвиток культури поводження з матеріально-технічними цінностями; - навчання фінансовій грамотності 	Внутрішня
		<ul style="list-style-type: none"> - ротация керівних кадрів; - залучення робітничих кадрів до управління 	Адміністративна
Інтелектуально-кадрова та соціальна	<ul style="list-style-type: none"> - коефіцієнт формування і використання інтелектуального капіталу; - професійно-кваліфікаційний рівень персоналу; - рівень соціальної захищеності працівників; - рівень безпеки праці; - стабільність персоналу 	<ul style="list-style-type: none"> - фінансування навчання; - впровадження інформаційно-комп'ютерних технологій; - реалізація заходів соціальної відповідальності; - формування сприятливого психологічного клімату 	Внутрішня
		<ul style="list-style-type: none"> - покращення соціально-побутових умов працівників 	Економічна
Технологічна	<ul style="list-style-type: none"> - якість та стандартизація бізнес-процесів надання санаторно-курортних послуг; - раціональність організаційної структури управління; - сучасність технологій; - рівень інформатизації технологій лікування і відпочинку 	<ul style="list-style-type: none"> - запровадження гнучких умов зайнятості; - фінансування відряджень та програм підвищення кваліфікації персоналу 	Економічна
		<ul style="list-style-type: none"> - придбання сучасного високо-технологічного обладнання; - тренінги, коучинг-технології 	Внутрішня
Інвестиційно-інноваційна	<ul style="list-style-type: none"> - рівень інвестиційної активності; - ефективність інвестицій; - частка нематеріальних активів в структурі капіталу; - приріст доходу від витрат на інновації 	<ul style="list-style-type: none"> - участь персоналу у прибутках за умов спільного інвестування; - підтримка науково-дослідної діяльності персоналу 	Економічна
		<ul style="list-style-type: none"> - використання і впровадження новітніх наукових досліджень в лікуванні й оздоровленні 	Внутрішня
Інтерфейсна	<ul style="list-style-type: none"> - конкурентоспроможність санаторно-курортних послуг; - рівень соціальної відповідальності бізнесу; - чисельність оздоровлених; - обсяги інвестування у розвиток територій 	<ul style="list-style-type: none"> - маркетингові заходи 	Економічна
		<ul style="list-style-type: none"> - підтримка суспільно-політичної діяльності та активності працівників; 	Внутрішня
		<ul style="list-style-type: none"> - делегування працівників до участі в громадських, ділових та владних структурах; - участь в управлінні програмами кластеризації і міжгалузевої співпраці 	Адміністративна

комплексу повинно створити умови, за яких працівник зацікавлений у покращенні своїх трудових показників. В економічному аспекті варто перейти від оплати праці за посадовими окладами до відрядної (або змішаної) системи оплати праці, яка більш тісно пов'язує стимулювання праці кожного працівника з результатами цієї праці; чітко встановити й довести до працівників умови преміювання за збільшення чисельності споживачів санаторно-курортних послуг; поширити практику укладання довгострокових контрактів з працівниками підприємств для активізації їх внутрішньої мотивації через поєднання можливості стабільної довгострокової зайнятості та кар'єрного зростання та ін.

З метою посилення інтелектуально-кадрової та соціальної складової ефективності слід активізувати засоби внутрішньої мотивації працівника: формування сприятливого психологічного клімату в трудовому колективі; фінансування програм навчання і розвитку персоналу; придбання та використання сучасних інформаційно-комунікаційних і програмних продуктів. Зважаючи на те, що підприємства санаторно-курортного комплексу, як правило, територіально розміщені поза великими населеними пунктами (на сільських, віддалених, депресивних територіях), актуальним є питання економічної мотивації працівників через покращення їх соціально-побутових умов. Ігнорування цього аспекту мотивації ставить під загрозу утримання на робочих місцях перспективних працівників та їх відтік на підприємства, що здійснюють діяльність на більш економічно та соціально розвинених територіях.

Підкреслимо, що у санаторно-курортних підприємствах важливість впровадження прогресивних технологій є меншою в порівнянні з сектором промислового виробництва, зважаючи передусім на унікальні природні лікувальні ресурси як основний виробничий фактор. Разом з тим, для якісного впровадження сучасних технологій лікування та обслуговування персоналу потрібні стимули економічного та внутрішнього характеру: гнучкі умови зайнятості, фінансування відряджень та програм підвищення кваліфікації на провідних підприємствах галузі з міжнародним визнанням, реалізація програм тренінгів і коучингів, тощо.

Реалізація інвестиційно-інноваційної складової необхідна для забезпечення сталого довгострокового розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу. Надання працівнику можливості претендувати на частку в прибутках суттєво підвищить рівень його мотивації у контексті розвитку не лише своєї конкретної спеціалізації, а й підприємства загалом. Дієва підтримка науково-дослідної діяльності персоналу (передусім лікарів і молодшого лікарського персоналу), використання та впровадження новітніх наукових досліджень у сфері лікування й оздоровлення позитивно позначатиметься як на мотивації працівників та реалізації їх особистісного потенціалу, так і на забезпеченні розвитку санаторіїв на інноваційній основі.

Критеріями реалізації інтерфейсної складової ефективності є конкурентоспроможність пропонованих санаторно-курортних послуг, внесок підприємства у

розвиток території, лікування та оздоровлення населення. Ця складова тісно корелює з впровадженням заходів і засобів мотивації праці персоналу у всіх аспектах.

Поєднання заходів і засобів посилення мотивації, з одного боку, та конкретних критеріїв ефективності, з іншого, на нашу думку, і формуватиме те мотиваційне поле, яке позитивно впливатиме на комплексне забезпечення належної ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств санаторно-курортного комплексу.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Для забезпечення системного, комплексного та повноцінного впливу мотивації праці на результати господарювання слід чітко встановити й забезпечити зв'язки на рівні конкретних критеріїв ефективності санаторно-курортного бізнесу та практичних заходів і дій, які будуть реалізовані щодо покращення системи управління персоналом підприємств. Для цього запропоновані заходи й засоби економічного, адміністративного та внутрішнього мотиваційного впливу на персонал, що зорієнтовані на позитивні зміни в таких функціональних складових ефективності функціонування та розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу, як господарсько-виробнича, фінансова, інтелектуально-кадрова та соціальна, технологічна, інвестиційно-інноваційна, інтерфейсна.

Задля досягнення ефективної мотивації праці підприємства санаторно-курортного комплексу повинні володіти певним набором мотиваційних ресурсів, що сприятимуть зміцненню корпоративного духу працівників та їх націленості на посилення конкурентного статусу підприємства, примноження його фінансових результатів та збільшення чисельності лояльних споживачів лікувальних та профілактичних послуг. Такими ресурсами є реалізація принципів соціального партнерства, трудовий потенціал, ефективна організація праці та її стимулювання, дієва соціальна політика підприємства санаторно-курортного комплексу.

Подальших досліджень потребує створення та реалізація механізму ефективної мотивації праці в санаторно-курортних підприємствах за окремими складовими, видами та напрямками мотивації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гаспарян К. Л. Корпоративный подход к управлению персоналом предприятий санаторно-курортной сферы : автореф. дисс. канд. экон. наук : спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (экономика труда)" / К. Л. Гаспарян. – Краснодар, 2009. – 26 с.
2. Коблев Р. М. Кадровое обеспечение санаторно-курортного комплекса как основа повышения конкурентоспособности оказываемых услуг [Электронный ресурс] / Р. М. Коблев // Управление экономическими системами : электр. науч. журн. – Режим доступа : <http://uecs.ru/uecs-26-262010/item/322-2011-03-25-10-25-27>.

3. Лепьохіна І. О. Розробка методичного підходу до ефективного управління мотивацією праці персоналу підприємства на основі інноваційного розвитку / І. О. Лепьохіна // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. трудов ДонНУ. – 2013. – Т. 2. – С. 335-340.

4. Нечева Н. В. Забезпечення ефективного управління персоналом підприємств курортно-рекреаційної сфери : дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / Н. В. Нечева. – Одеса, 2016. – 239 с.

5. Нижник В. М. Механізм мотивації високопродуктивної праці персоналу підприємств : монографія / В. М. Нижник, О. А. Харун. – Хмельницький : ХНУ, 2011. – 210 с.

6. Семенов В. Ф. Ефективність мотивації праці трудових ресурсів підприємств санаторно-курортного комплексу / В. Ф. Семенов, Н. В. Нечева // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2015. – № 2. – С. 127-133.

7. Семенова Л. Ю. Формування ефективної системи мотивації праці на промислових підприємствах [Електронний ресурс] / Л. Ю. Семенова, А. С. Мірjasов. – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/1/35.pdf>.

8. Столяренко О. В. Ефективність діяльності санаторно-курортного комплексу: методологічні засади [Електронний ресурс] / О. В. Столяренко. – Режим доступу : <http://infotour.in.ua/stolyarenko.htm>

9. Тужилкіна О. В. Основні напрями забезпечення ефективної мотивації праці з метою підвищення якості трудового життя / О. В. Тужилкіна // Бізнес Інформ. – 2014. – № 9. – С. 184-189.

10. Харчишина О. В. Мотивація персоналу на основі теорії організаційної культури / О. В. Харчишина // Економіка. Управління. Інновації : зб. наук. праць ЖДУ ім. І. Франка. – 2014. – № 1(11). – С. 26-39.

11. Цветкова И. И. Факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность персонала в санаторно-курортном комплексе / И. И. Цветкова // Культура народов Причерноморья. – 2005. – № 74. – Т. 1. – С. 92-94.

12. Якубенко В. Д. Партисипативне управління в соціалізації корпоративних відносин / В. Д. Якубенко // Науковий вісник ЧТЕУ КНТЕУ : зб. наук. праць. – 2003. – Вип. IV. – С. 19-24.

2. Koblev, R. M. Kadrovoe obespechenie sanatorno-kurortnogo kompleksa kak osnova povysheniya konkurentosposobnosti okazyvaemykh uslug, Upravlenie jekonomicheskimi sistemami, available at : <http://uecs.ru/uecs-26-262010/item/322-2011-03-25-10-25-27>.

3. Lep'okhina, I. O. (2013), Rozrobka metodychnoho pidkходу do efektyvnoho upravlinnya motyvatsiyeyu pratsi personalu pidpryyemstva na osnovi innovatsynoho rozvytku, *Problemy razvitija vneshnejekonomicheskikh svyazej i privlechenija inostrannykh investicij: regional'nyj aspekt*, vol. 2, s. 335-340.

4. Niecheva, N. V. (2016), Zabezpechennia efektyvnoho upravlinnia personalom pidpryyemstv kurortno-rekreatsijnoi sfery : dys. na zdob. nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.04 “Ekonomika ta upravlinnia pidpryyemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diial'nosti)”, Odesa, 239 s.

5. Nyzhnyk, V. M. and Kharun, O. A. (2011), Mekhanizm motyvatsiyi vysokoproduktyvnoyi pratsi personalu pidpryyemstv, KhNU, Khmel'nitsky.

6. Semenov, V. F., Nyecheva, N. V. (2015), Efektyvnist' motyvatsiyi pratsi trudovykh resursiv pidpryyemstv sanatorno-kurortnogo kompleksu, *Problemy i perspektivy rozvytku pidpryyemstva*, vol. 2, s. 127-133.

7. Semenova, L. Ju. and Mirjasov, A. S. (2016), Formuvannja efektyvnoyi systemy motyvatsiyi praci na promyslovykh pidpryyemstvakh, available at : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/1/35.pdf>.

8. Stolyarenko, O. V. Efektyvnist' diyal'nosti sanatorno-kurortnogo kompleksu: metodolohichni zasady, available at : <http://infotour.in.ua/stolyarenko.htm>.

9. Tuzhylkina, O. V. (2014), Osnovni naprjamy zabezpechennja efektyvnoyi motyvatsiyi praci z metoju pidvyschennja jakosti trudovogo zhyttja, *Biznes Inform*, vol. 9, s. 184-189.

10. Kharchyshyna, O. V. (2014), Motyvatsiya personalu na osnovi teorii orhanizatsiyi kul'tury, *Ekonomika. Upravlinnya. Innovatsiyi*, vol. 1(11), s. 26-39.

11. Cvetkova, I. I. (2005), Faktory, okazyvajushhie vlijanie na konkurento-sposobnost' personala v sanatorno-kurortnom komplekse, *Kultura narodiv Prychornomoria*, vol. 74.1, s. 92-94.

12. Jakubenko, V. D. (2003), Partysypatyvne upravlinnja v socializatsiyi korporativnykh vidnosyn, *Naukovyj visnyk Chernivec'kogo torgovel'no-ekonomichnogo instytutu KNTEU*, vol. IV, s. 19-24.

REFERENCES

1. Gasparjan, K. L. (2009), Korporativnyj podhod k upravleniju personalom predpriyatij sanatorno-kurortnoj sfery : avtoref. diss. kand. jekon. nauk : spec. 08.00.05 “Jekonomika i upravlenie narodnym hozjajstvom (jekonomika truda)”, Krasnodar, 26 s.

Федулова І. В.,

д.е.н., проф., професор кафедри менеджменту, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ РИЗИК-АПЕТИТУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

***Анотація.** Доходи підприємств є проявом того ризику, на який вони погодяться і врахують у процесі своєї діяльності. Для цього використовується концепція ризик-апетиту, яка дозволяє встановити баланс між бажаним результатом і можливою небезпекою в процесі досягнення цілей. У статті розглядаються пропозиції, які можуть допомогти організаціям розробити та представити чітке уявлення про їх бажання ризику, щоб визначити, які завдання слід досягти в межах визначення і врахування апетиту організації до ризику. Ризик-апетит розглядається як допустимий для компанії рівень шкоди, який вона в змозі собі дозволити для досягнення своїх стратегічних цілей. Для кращого розуміння апетиту компанії до ризику також розглядається ємність ризику і толерантність до ризику. Визначено місце, значення й основні характеристики ризик-апетиту в загальному процесі ризик-менеджменту на підприємстві.*

Ключові слова: ризик, ризик-менеджмент, ємність ризику, ризик-апетит, толерантність до ризику.

Fedulova I. D.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Management, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

THE ESSENCE AND SIGNIFICANCE OF RISK APPETITE IN ENTERPRISE MANAGEMENT

***Abstract.** Income of enterprises is a manifestation of such risk, which they will agree to and will take into account in the process of their activity. For this purpose, the concept of risk appetite is used, which allows to establish a balance between the desired result and the possible danger in the process of achieving the goals. The article discusses suggestions that can help organizations to develop and present a clear idea of their risk appetite in order to determine what tasks should be achieved in defining and taking into account the organization's appetite for risk. Risk appetite is seen as acceptable to the company for the level of harm that it is able to afford to achieve its strategic goals. To better understand the company's appetite for risk, risk capacity and risk tolerance are also considered. The place, significance and basic characteristics of risk appetite in the general process of risk management at the enterprise are determined.*

Keywords: risk, risk management, risk capacity, risk appetite, tolerance to risk.

Постановка проблеми. Сьогодні кожна організація працює в умовах нестабільності й невизначеності зовнішнього середовища і, відповідно, в умовах ризику. В процесі досягнення своїх цілей суб'єкти господарювання стикаються з ризиком кожен день. Всі доходи, які вони можуть отримати, є проявом того ризику, на який вони погодяться і врахують у процесі своєї діяльності. Таким чином, кожна організація зазначає, який результат вона сподівається отримати; цей результат є відправною точкою формування портфелю стратегічних напрямів її розвитку. В даному контексті важливим є визначення, наскільки ризик є прийнятним у досягненні таких цілей. Для цього використовується концепція ризик-апетиту, яка дозволяє встановити баланс між бажаним результатом і можливою небезпекою в процесі досягнення цілей. Нові стратегічні

ініціативи здатні відкрити привабливі можливості, але очікувані винагороди повинні бути збалансовані з відповідними ризиками. Це робиться за допомогою встановлення ризик-апетиту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням ризику і ризик-менеджменту приділило увагу багато вчених, зокрема є підстави виділити таких, як Ф. Найт [1], Т. Колеман і Б. Літтерман (Coleman and Litterman, 2012) [2], лауреат Нобелівської премії з економіки 2002 р. Д. Канеман [3], І. Бланк [4], В. Вітлінський, П. Верченко, А. Сігал, Я. Наконечний [5-6], А. Карол (Carol, 2008) [7], Т. ДеМарко, Т. Лістер [8].

Значна кількість наукових праць присвячена питанням визначення сутності, класифікації, методам аналізу ризиків і формуванню системи

ризик-менеджменту на підприємстві. Питанням ризик-апетиту приділили увагу D.Tattam (2015) [9], B. Hassani (2015) [10], L. Rittenberg і F. Martens (2012) [11]. Недостатня увага приділялася дослідженню ризик-апетиту у становленні системи ризик-менеджменту в організації. Виникає необхідність в уточненні сутності ризик-апетиту і розробленні рекомендацій його встановлення.

Постановка завдання. Метою статті є розроблення пропозицій, які можуть допомогти організаціям розробити та представити чітке уявлення про їх бажання ризику, щоб визначити, які завдання слід досягти в межах визначення і врахування апетиту організації до ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ризик-апетит – це сукупний граничний розмір ризику, який компанія готова прийняти, виходячи із завдання підтримки на певному рівні ключових показників ефективності. Інакше кажучи, ризик-апетит – це допустимий для компанії рівень шкоди, який вона в змозі собі дозволити для досягнення своїх стратегічних цілей.

В дослідженні Larry Rittenberg and Frank Martens (2012) ризик-апетит розглядається як сума ризику, що організація готова прийняти з метою забезпечення бажаної цінності результату [11].

Рекомендації COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) визначають, що відправною точкою при формуванні стратегії є ризик-апетит підприємства, котрий розглядається як прийнятне співвідношення між рівнем ризику та доходності або як збільшення вартості підприємства, скориговане на ризик [12].

Відповідно до стандарту FERMA (Федерація європейських асоціацій ризик-менеджменту) ризик-апетит розглядається на етапі оцінки стратегічних альтернатив, потім на етапі постановки цілей, які відповідають обраній стратегії, і при розробці механізмів управління відповідними ризиками [13].

Таким чином ризик-апетит поєднує оцінку і вибір альтернатив, які найкращим чином допоможуть досягти бажаних цілей у процесі прийняття стратегічних рішень із врахуванням ризиків.

Відповідно до стандарту ISO 31000:2009 схильність до ризику (ризик-апетит) – це рівні та типи ризиків, можливі наслідки від приймання або утримання котрих організація розглядає як прийнятні для себе [14].

Схильність до ризику визначає баланс між ризиком та винагородою з точки зору стратегії розвитку організації. Таким чином встановлюється баланс між отриманням бажаного результату в результаті реалізації стратегій розвитку і ризиком. Ризик-апетит при цьому використовується для обґрунтування напрямів оброблення, тобто свідомого впливу на ризик.

Цікаво, що в стандарті ISO 31000:2009 також розглядаються такі схожі поняття, як ставлення до ризику – поведінка організації стосовно ризику, яка проявляється в її підході до оцінювання ризику, а в

кінцевому результаті до прагнення, утримання, прийняття або неприйняття ризику [14].

Толерантність до ризиків розглядається як готовність організації або причетних сторін прийняти певний діапазон відхилення ризиків після їх оброблення, це може бути наслідком юридичних або нормативних вимог. Неприйняття ризику розглядається як ставлення до ризику, що полягає в повній відмові від нього.

Відповідно до Проекту Положення про організацію системи управління ризиками в банках України (2017) [15] ризик-апетит розглядається як обмеження та економічні обґрунтування, згідно з якими банк має діяти під час впровадження своєї стратегії. Декларація схильності до ризиків банків розглядається як основний документ щодо управління ризиками. Вона повинна включати: загальний рівень ризик-апетиту; ризик-апетит до кожного з видів ризику, який має стати основою для встановлення лімітів щодо кожного з видів ризику; розрахунок банку з метою визначення ризик-апетиту та перелік припущень, що використовуються в процесі такого розрахунку; ризики, щодо яких банк визначив нульову толерантність; визначає обмеження та економічні обґрунтування, згідно з якими банк має діяти під час впровадження своєї стратегії.

Спостерігаються наукові позиції, які ототожнюють ризик-апетит та толерантність до ризику, але потрібно розділяти ці поняття. Для того, щоб краще зрозуміти апетит компанії до ризику, вводять додаткові категорії: ємність ризику (risk capacity) і толерантність до ризику (risk tolerance). На рис. 1 показано взаємодію термінів, які пов'язані із ризик-апетитом.

Як свідчить наведена вище схема, для того, щоб компанія визначилася зі своїм апетитом на ризик, вона повинна в першу чергу визначити свою ємність ризику. Простіше кажучи, це абсолютний ліміт, в межах чого компанія бажає працювати без банкрутства. Ґрунтуючись на цьому, компанія в змозі визначити, скільки вона готова дозволити собі втратити. Відповідно до даної концепції ризик-апетит повинен бути встановлений у межах своєї ємності ризику. Після того, як компанія визначилася з ємністю ризику і зі своїм апетитом на ризик, вона може вирішити, яка її толерантність до ризику, тобто дійсний рівень ризику, який компанія в змозі понести, з урахуванням специфічного фактора ризику. Виходячи з цього, сума ризиків всередині категорії толерантності до ризику не повинна перевищувати загальний ризик-апетит компанії.

Апетит і толерантність до ризику відображають поняття міри ризику, тобто максимально можливий обсяг втрат внаслідок ризиків, який організація готова понести внаслідок настання ризикової події. У той же час толерантність до ризику – це гранично допустиме значення неочікуваних втрат у зв'язку з реалізацією ризиків, яке підприємство може прийняти у ході реалізації стратегії управління ризиками.

Апетит ризику – це регулятор вищого рівня управління компанією, широкий рівень ризику, який менеджмент вважає прийнятним у відповідності із

своїми бажаннями, пересторогами і рівнем комфорту господарської діяльності. Власники та інші наглядові органи повинні закликати до формалізації опису процесів управління ризиками організацій, в тому числі контролю з боку ради директорів. Ризик-апетит тісно пов'язаний із внутрішнім контролем, моніторингом і консультуванням всередині організації. Виходячи з наведеного, ризик-апетит – це здатність та бажання організації приймати, утримувати та ефективно управляти очікуваними втратами внаслідок настання ризикових подій для досягнення своїх стратегічних цілей. Апетит до ризику пов'язаний з довгостроковою стратегією того, що потрібно досягти, і наявними ресурсами для досягнення цього, вираженими кількісними показниками.

ідентифікованих ризикових подій, якщо вони трапляються, і наявністю необхідних ресурсів та контролю для управління таким ризиком, тобто це готовність до конкретної ризикової події.

Толерантність до ризику визначається для певних категорій ризиків, включаючи стратегічні, операційні, фінансові, людські тощо. Така толерантність виражає певний оперативний максимальний ризик, який організація готова прийняти щодо кожного конкретного виду ризику, часто в кількісному вираженні.

Для розуміння місця і сутності ризик-апетиту в загальному процесі ризик-менеджменту на підприємстві розглянемо сам процес управління ризиками.

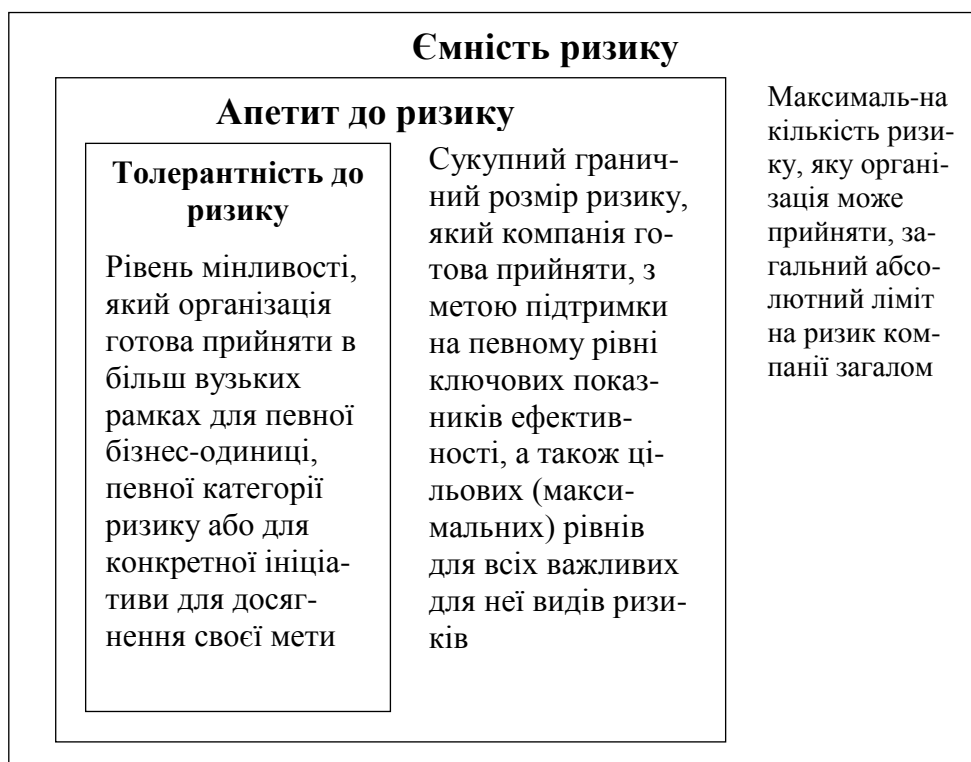


Рис. 1. Структура апетиту до ризику

Джерело: побудовано автором

На рівень ризик-апетиту буде впливати стратегія суб'єкта, а сам ризик-апетит буде впливати на ступінь розробки всіх інших компонентів управління ризиками. Таким чином, чим вищий ризик-апетит, тим менш детальні і надійні процеси управління ризиками. Однак встановлення високого ризику-апетиту не обов'язково небажане для суб'єкта. Все залежить від економічної доцільності витрати ресурсів на впровадження процесів управління ризиками та можливими втратами у разі виникнення ризиків.

Введення до практики ризик-менеджменту концепції толерантності до ризику дозволить у повній мірі врахувати особливості ведення господарської діяльності окремих підприємств і окремих ризиків всередині підприємства. Толерантність до ризику пов'язана з прийняттям результатів конкретних

Такий процес передбачає систематичне застосування управлінських механізмів (політик, рішень, процедур та ін.) і передового досвіду в з'ясуванні контексту, ідентифікації, аналізуванні, атестуванні, обробленні, моніторингу та ревізуванні ризиків, а також при проведенні консультацій та здійсненні інформаційної взаємодії [14].

На самому базовому рівні процес ризик-менеджменту простий: виявити й оцінити критичні ризики по всій організації, визначити найкращий спосіб відповісти на дані ризики, а потім повідомити про це зацікавленим сторонам і контролювати результати.

У табл. 1 показано зміст, об'єкт, методи і завдання окремих етапів процесу ризик-менеджменту на підприємстві.

Характеристика етапів процесу ризик-менеджменту підприємства

Етапи	Об'єкт	Методи	Завдання
1. Встановлення контексту	Інформаційний простір підприємства: макро-, мікро- і внутрішнє середовище	Структурно-логічний аналіз, індукція, дедукція, метод аналогій	1. Збір та систематизація необхідних даних про стан середовища організації. 2. Оцінка макро- і мікроекономічної ситуації. 3. Оцінка стану внутрішнього середовища організації.
2. Оцінка ризику:			
2.1. Ідентифікація ризиків	Джерела (матеріальні і нематеріальні фактори) ризиків, події, їх причини, можливі наслідки	Експертні методи, метод аналогій, статистичні методи, кількісні та якісні методи оцінки ризиків	1. Визначення параметрів ризикової ситуації (що може трапитися, де, коли, як і чому?). 2. Знаходження, складання переліку та опис елементів ризику. 3. Встановлення толерантності до основних видів ризиків.
2.2. Аналіз ризиків	Джерела (фактори) ризиків, що отримані під час ідентифікації, їх характеристика, результати експертних опитувань	Аналіз фінансових результатів діяльності; аналіз господарської діяльності; кількісні та якісні методи оцінки ризиків	1. Ступінь (величина) впливу на організацію. 2. Ймовірність настання ризикової події. 3. Напрямок впливу ризикової ситуації на організацію. 4. Можливий обсяг втрат або позитивний результат використання можливостей. 5. Можливість оброблення ризикової ситуації.
2.3. Визначення ступеня ризиків	Результати аналізу ризиків	Оцінка бажаного результату; величина витрат; оцінка швидкості реакції на зовнішнє середовище; кількісні та якісні методи оцінки ризиків	1. Узагальнена оцінка ризиків. 2. Рейтингування ризиків за ймовірністю настання і величиною впливу на організацію. 3. Встановлення ризик-апетиту і толерантності до ризику для кожного окремого ризику організації (індикатори, ліміти, тощо).
3. Обробка ризику	Ціль ризикової ситуації; ступінь бажаного ризику; ризик-апетит	Формалізовані й неформалізовані (експертні) методи. Методи прийняття, ухилення, локалізації, диверсифікації, передачі, компенсації, зниження (пом'якшення наслідків) ризиків.	Процес свідомого змінювання ризиків, а саме: 1. Ухилення від ризиків. 2. Розшарування ризиків. 3. Фінансування ризиків. 4. Утримування ризиків.
4. Комунікації та консультування	Характер, форми, вірогідності, значущості, оцінювання, застосовності ризиків	Вплив на процес і результат приймання рішень через певний вплив.	Процедури, які організація виконує з метою отримання, поширення, обміну інформацією між організацією та причетними сторонами, а також підтримання постійного діалогу з причетними сторонами, який передуює прийняттю певного рішення
5. Моніторинг та аналіз	Управління ризиками, власне ризик або модифікатори ризику	Методи визначення результативності аналізованого об'єкта в контексті досягнення встановленої мети	Постійне поточне контролювання, наглядання, критичне спостереження та визначення стану з метою виявлення змін у потрібних або очікуваних показниках

Джерело: складено автором

Як бачимо з аналізу, ризик-апетит з'являється на етапі визначення ступеня ризику. Цей етап визначає оцінку ступеня ризику за найбільш важливими для підприємства характеристиками, а саме: ймовірність, вплив, значущість; саме на даному етапі відбувається визначення рівня ризик-апетиту для найбільш небезпечних ситуацій.

Хороший опис апетиту ризику компанії матиме як якісні, так і кількісні елементи, він може містити визначення того, що є прийнятним, а що ні.

Індикатори, які здатні виступати в якості визначення ризик-апетиту, показані в табл. 2.

Якщо організація не зробила формалізованої заяви про свої апетити на ризик, то вона має всі шанси стикнутися в майбутньому з проблемами

контролю. Без такої заяви менеджери не здатні управляти компанією ефективно на тому рівні ризику, який їм дозволяється приймати, і не упустити важливі можливості там, де потрібно.

досягнення своїх бізнес-цілей, з урахуванням структури свого капіталу та доступу до фінансових ринків, а також професійних знань і компетентностей людського капіталу компанії.

Таблиця 2

Індикатори апетиту і толерантності до ризику

Ризик-апетит	Ризик-толерантність
<p>Компанія готова понести більші витрати, сподіваючись на більший прибуток.</p> <p>Компанія готова інвестувати в новий бізнес за умов жорсткого контролю над витратами.</p> <p>Погіршення якості продукції, що випускається, може бути за умов значної економії на якості сировини.</p> <p>Найнижчий рівень ризик-апетиту до безпеки й узгодженості завдань, які включають здоров'я і безпеку співробітників.</p> <p>Компанія не хоче втратити більше певної кількості грошей свого капіталу, щоб у разі форс-мажорних обставин або комбінацій екстремальних ситуацій не зазнати колосальних збитків.</p> <p>Покриття капіталу - потрібно, щоб компанія мала достатньо капіталу для багаторазового покриття збитків певного рівня.</p> <p>Компанія не хоче втрачати більше ніж певний відсоток суми від доходів або прибутків.</p> <p>Компанія бажає розрахувати розмір і види ризику, які максимізують вартість компанії.</p>	<p>Конкретний рівень допустимих фінансових, сировинних, маркетингових, технологічних, трудових і інших ризиків.</p> <p>Питома вага бракованої продукції.</p> <p>Максимальний коефіцієнт варіації прибутку.</p> <p>Максимальна ймовірність настання несприятливої події.</p> <p>Високий рейтинг ризику (в процесі побудови профілю або матриці ризику).</p> <p>Питома вага продукції, яка надходить на підприємство і не відповідає стандартам якості.</p> <p>Частота і терміни подання фінансової звітності.</p> <p>Формалізація процесів внутрішнього контролю.</p> <p>Максимальна сума витрат на маркетингове дослідження ринку щодо конкретного продукту.</p>

Формалізація ризик-апетиту означає оформлення його на папері. Це робиться з метою уникнення непорозумінь на предмет того, що рада директорів і вище керівництво думає з приводу ризику. Формалізація ризик-апетиту полегшує комунікацію з усіма, на кого спрямована інформація.

Визначення апетиту до ризику є завданням ради та вищого керівництва, оскільки це тісно пов'язане з визначенням загальної стратегії компанії. До складу ради повинні входити члени, які мають компетенції в управлінні ризиками та визначенні апетиту до ризику.

Обговорення апетиту до ризику зазвичай включатиме різні теми, такі як: ліквідність, нестабільність прибутку та прибутковості, кредитний рейтинг, репутація та бренд, впровадження нових продуктів, розширення кола клієнтів, управління ланцюгами поставок, зливання і поглинання, адаптація або зміна навколишнього середовища, корпоративне управління, людські ресурси тощо. Іноді доцільно поглянути на реакції всередині компанії та за її межами на недавні ризикові події, щоб визначити справжній апетит. Також інколи є доцільним перевірити апетит щодо ризику серед правління та виконавчого керівництва за допомогою сценарних ігор щодо можливих ризикових подій.

Вирішуючи свій апетит щодо ризику для кожної категорії ризику, рада директорів повинна розглянути потенціал ризику компанії. Це включає кількість та тип ризику, які організація може підтримати для

Критерії, які встановлюються при визначенні ризик-апетиту і толерантності до ризику, повинні розрізнятися не тільки стратегічним і тактичним рівнем прийняття, але й самим змістом. Так, для визначення ризик-апетиту потрібне встановлення критерію, який дозволить визначити, скільки організація може дозволити собі вкладати коштів для досягнення своїх цілей. Критерії при визначенні толерантності до ризику мають дати відповідь, скільки організація готова втратити від здійснення конкретної ризикової діяльності.

Для досягнення своїх цілей організації обирають стратегію і розробляють показники, щоб визначити, наскільки вони близькі до досягнення цих цілей. Менеджери мотивовані на досягнення цілей за допомогою винагороди від реалізації програм. Стратегія потім перетворюється в реалізацію рішень, прийнятих у межах всієї організації. Рішення приймаються для досягнення цілей (збільшення частки ринку, рентабельність і ін.). Але досягнення цілей залежить від визначення ризику і того, чи знаходиться цей ризик у межах ризик-апетиту організації. Рівень ризику визначає порогове значення не перевищення бажаного оптимуму. Граничні межі ризику, як правило, виступають в якості інструменту для корегувальних дій на рівні процесу управління ризиками.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Порушення рівня толерантності до ризику має слугувати важливим попередженням щодо управління; в цьому разі позиція

ризиків повинна бути зменшена. Така гнучкість у реагуванні на порушення межі ризику є наслідком того факту, що ризики постійно змінюються. Отже, визначення апетиту і толерантності до ризику не може бути одноразовим. Вони потребують постійного оновлення у відповідності зі змінами в середовищі компанії.

Бажаний апетит до ризику допомагає полегшити прийняття бізнес-портфельних рішень на основі порівняння профілів ризику і прибутків. Чітко визначений апетит до ризику змушує компанію включити фактор ризику в будь-яке важливе стратегічне або тактичне рішення з метою визначення відповідності вимогам щодо ризику.

Подальші дослідження будуть стосуватися методів визначення ризик-апетиту і толерантності до ризику для забезпечення оптимізації процесу досягнення цілей організації в умовах мінливості зовнішнього середовища.

ЛІТЕРАТУРА

1. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Найт; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 2003. – 360 с.
2. Coleman T. Quantitative Risk Management A Practical Guide to Financial Risk / T. Coleman, B. Litterman. - Wiley, 2012. — 558 p. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/1419806/>.
3. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро / Д. Канеман. — М. : АСТ, 2014. — 653 с.
4. Бланк И. А. Управление финансовыми рисками / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2005. – 600 с.
5. Економічний ризик: ігрові моделі / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко, А. В. Сігал, Я. С. Наконечний. – К. : КНЕУ, 2002. – 287 с.
6. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком : [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко. – К. : КНЕУ, 2000. – 292 с.
7. Alexander Carol Value-at-Risk Models / Alexander Carol. - John Wiley & Sons, 2008. — 494 p.
8. ДеМарко Т. Вальсируя с Медведями. Управление рисками в проектах по разработке программного обеспечения / Т. ДеМарко, Т. Листер. – Компания p.m.Office, 2005. - 196 с.
9. Tattam D. Risk Appetite: How hungry are you for risk? / D. Tattam. - Protecht Risk Management Insights. Retrieved from: <http://blog.protecht.com.au/risk-appetite>.
10. Hassani B. Risk Appetite in Practice: *Vulgaris Mathematica* / B. Hassani // *The IUP Journal of Financial Risk Management*, Vol. XII, No. 1, March 2015, pp. 7-22. Retrieved from: <https://ssrn.com/abstract=2672757>.
11. Rittenberg L. Understanding and Communicating Risk Appetite. Enterprise risk management / L. Rittenberg and F. Martens. - Research Commissioned by COSO: 2012. - 23 p.
12. Enterprise Risk Management – Integrated Framework / Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) [Електронний ресурс]. – New York, NY. – September 2004. – Режим доступу : <http://www.coso.org>.
13. Стандарты управления рисками – Федерация Европейских Ассоциаций Риск-менеджеров [Електронний ресурс]. - AIRMIC, ALARM, IRM: 2002, translation copyright FERMA: 2003. - Режим доступу: <http://www.ferma.eu/app/uploads/2011/11/a-risk-management-standard-russian-version.pdf>.
14. ISO 31000:2009 Risk Menedzhment – Principy i rukovodstva, 2009, available at: [http://www.pqm-online.com/assets/files/standards/iso_31000-2009\(r\).pdf](http://www.pqm-online.com/assets/files/standards/iso_31000-2009(r).pdf).
15. Proekt Polozhennia pro orhanizatsiiu systemy upravlinnia ryzykamy v bankakh Ukrainy, available at: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=49307D221AE8F5D3B2224DE34097D130?id=44982363>.

REFERENCES

1. Najt F. (2003), Risk, neopredelennost' i pribyl', Delo, M., 360 s.
2. Coleman T. and Litterman B. (2012), Quantitative Risk Management A Practical Guide to Financial Risk, Wiley, 558 p., available at: <http://www.twirpx.com/file/1419806/>.
3. Kaneman D. (2014), Dumaj medlenno... reshaj bystro, AST, M., 653 s.
4. Blank, I. A. (2005), Upravlenie finansovymi riskami, Nika-Centr, K., 600 s.
5. Vitlins'kyj, V. V. Verchenko, P. I. Sihal, A. V. and Nakonechnyj, Ya. S. (2002), Ekonomichnyj ryzyk: ihrovi modeli, KNEU, K., 287 s.
6. Vitlins'kyj, V. V. and Verchenko, P. I. (2000), Analiz, modeliuвання та upravlinnia ekonomichnym ryzykom, KNEU, K., 292 s.
7. Alexander Carol (2008), Value-at-Risk Models, John Wiley & Sons, 494 p.
8. DeMarko T. and Lister T. (2005), Val'siruja s Medvedjami. Upravlenie riskami v proektah po razrabotke programmnogo obespechenija, Kompanija p.m.Office, 196 s.
9. Tattam D. Risk Appetite: How hungry are you for risk?, Protecht Risk Management Insights. Retrieved from: <http://blog.protecht.com.au/risk-appetite>.
10. Hassani B. Risk Appetite in Practice: *Vulgaris Mathematica*, The IUP Journal of Financial Risk Management, vol. XII, No. 1, March 2015, pp. 7-22. Retrieved from: <https://ssrn.com/abstract=2672757>.
11. Rittenberg L. and Martens F. (2012), Understanding and Communicating Risk Appetite. Enterprise risk management, Research Commissioned by COSO, 23 p.
12. Enterprise Risk Management – Integrated Framework / Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), New York, NY, September 2004, available at : <http://www.coso.org>.
13. Standarty upravlenija pickami - Federacija Evropejskih Asociacij Risk-menedzherov, AIRMIC, ALARM, IRM: 2002, translation copyright FERMA: 2003, available at: <http://www.ferma.eu/app/uploads/2011/11/a-risk-management-standard-russian-version.pdf>.
14. ISO 31000:2009 Risk Menedzhment – Principy i rukovodstva, 2009, available at: [http://www.pqm-online.com/assets/files/standards/iso_31000-2009\(r\).pdf](http://www.pqm-online.com/assets/files/standards/iso_31000-2009(r).pdf).
15. Proekt Polozhennia pro orhanizatsiiu systemy upravlinnia ryzykamy v bankakh Ukrainy, available at: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document;jsessionid=49307D221AE8F5D3B2224DE34097D130?id=44982363>.

УДК 658.7.01

*Мишук І. П.,
д.е.н., проф., професор кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торго-
вельно-економічний університет, м. Львів*

*Гадада В. Г.,
аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Марій О. Т.,
магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

***Анотація.** Стаття присвячена проблемі формування інституційного забезпечення логістичної діяльності підприємств. На основі критичної оцінки підходів до розгляду сутності логістичної діяльності запропоновано розглядати її з точки зору реалізації логістичних функцій як виробничого, так і управлінського характеру, та виконання елементарних логістичних операцій у межах відповідних логістичних процесів. Визначено сутність і місце інституційного забезпечення логістичної діяльності в контексті формування системи логістики підприємства торгівлі. Обґрунтовано окремі напрями активізації менеджменту логістики підприємств щодо створення адекватного інституційного забезпечення їх логістичної діяльності. Висвітлено роль договорів як інструменту інституційного забезпечення інтеграційної взаємодії підприємств у логістичних ланцюгах. Подальших досліджень потребують напрями поєднання комплексу засобів державного регулювання сфери логістики та інституцій, які повинні забезпечувати умови для взаємодії суб'єктів логістичної діяльності.*

Ключові слова: логістика, підприємство торгівлі, логістична діяльність, менеджмент логістики, інституційне забезпечення, інфраструктура логістики.

*Mishchuk I. P.,
Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Gadada V. G.,
Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Mariy O. T.,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

INSTITUTIONAL SUPPORT OF LOGISTIC ACTIVITY OF ENTERPRISES

***Abstract.** The article is devoted to the problem of formation of institutional support of logistic activity of enterprises. On the basis of critical assessment of approaches to considering the essence of logistic activity, it is proposed to consider it from the point of view as of logistic functions implementation of production and managerial character, and performing elementary logistic operations within the limits of corresponding logistic processes. The essence and place of logistic activity institutional support in the context of the trade enterprise logistics system formation are determined. Grounded separate directions of enterprise logistics management activization in order to create an adequate institutional support for their logistics activities. The role of contracts as an instrument of institutional support of enterprise integrational interaction in logistics chains is highlighted. Further research needs directions of combination of a complex of state regulation of the logistics sphere and institutions, which should provide conditions for interaction of subjects of logistics activities.*

Keywords: logistics, trade enterprise, logistics management, institutional support, logistics infrastructure.

Постановка проблеми. Досвід провадження торговельного бізнесу свідчить про необхідність побудови діяльності вітчизняних підприємств на засадах концепції логістики та їх розгляду як суб'єктів логістичних формувань, створюваних з метою задоволення потреб споживачів у певних товарах на засадах систематичного, неодноразового здійснення процесів просування товарних (матеріальних) потоків як складової їх логістичної діяльності. Умовою реалізації економічного потенціалу підприємства та об'єднання комплексу його логістичної діяльності з маркетинговою, комерційною, виробничою, фінансовою діяльністю є застосування інструментарію логістичного менеджменту як основи науково-теоретичного підґрунтя управління логістикою в адаптованій до умов провадження торговельної діяльності системі логістики. Остання шляхом розробки та реалізації логістичним персоналом управлінських рішень на принципах системності, комплексності, інтеграційності зв'язків, адаптованості до змін забезпечує:

- координацію та оптимізацію всього комплексу логістичної діяльності;
- реалізацію системоутворюючої, інтегруючої, регулюючої та результуючої функцій з утворенням синергетичного ефекту;
- відповідне підвищення ефективності господарювання підприємства та посилення його конкурентних переваг.

Своєю чергою, побудова системи логістики підприємства потребує не суто механічного об'єднання у ній таких складових, як управління логістикою, безпосередньо логістична діяльність в межах логістичної системи та застосовувана для підтримки логістичних процесів логістична інфраструктура, але й інституційної підтримки функціонування створюваної інтегрованої поліструктурної системи, упорядкована сукупність підсистем та елементів якої взаємодіє з метою досягнення цілей суб'єкта торгівлі шляхом організації, реалізації й управління логістичними потоками та процесами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми змісту, організації та управління логістичною діяльністю підприємств глибоко розглядаються в працях вітчизняних і зарубіжних вчених: К. Вітолїньша, Дж.Джонсона, В. Колодійчука, С. Крикавського, Н. Крумінша, Д. Ламберта, М. Ліндерса, Л. Малярєць, Г. Матвієнко-Біляєвої, Ю. Пономарьової, А.Родникова, З. Саріуш-Вольського, Ч. Сковронєка, Дж. Стока, О. Сумця, Н. Тюріної, Х. Фірона та ін. Особливості управління матеріальними та пов'язаними потоками в межах окремих сфер логістики, виділених за ознаками її функціонального чи фазового розподілу, є предметом великої кількості наукових і прикладних досліджень. Однак питання інституційного забезпечення логістичної діяльності підприємств у полі зору науковців перебувають нечасто, і, зважаючи на це, існує потреба у теоретичному уточненні сутності логістичної діяльності та її інституційного забезпечення.

Постановка завдання. Об'єктивна потреба створення теоретико-методологічного підґрунтя та практичних рекомендацій з активізації формування й ефективного функціонування систем логістики підприємств торгівлі за рахунок створення їх інституційного забезпечення визначає актуальність теми та мету даної публікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. В працях вітчизняних та зарубіжних вчених зміст логістичної діяльності визначається як "...удосконалення параметрів вхідних потоків ресурсів на основі покращення зв'язків з постачальниками; удосконалення внутрішніх потоків, тобто результатів і погодженості дій підрозділів підприємства; удосконалення зв'язків зі споживачами, забезпечення найбільш точної відповідності вихідних потоків товарів і послуг з їх вимогами" [5, с. 64], тобто логістична діяльність ототожнюється з оптимізацією системи її показників у процесі управління суб'єктом господарювання. Подібною є й позиція авторів [9, с. 101], що визначають логістичну діяльність як координацію діяльності виробничого підрозділу з оперативно-календарними планами виконання робіт з просторово-часових трансформацій матеріального потоку, як "...практичну реалізацію логістичної концепції в управлінні підприємствами", яка конкретизується у виконанні комплексних логістичних функцій та елементарних логістичних операцій над елементами матеріальних та інформаційних потоків. Цікавою у визначенні сутності логістичної діяльності є позиція авторів [3], що тлумачать її як "...діяльність зі здійснення системного вдосконалення потокових процесів підприємства з метою скорочення його витрат та підвищення рівня обслуговування споживачів" [3, с. 68]. В такий спосіб логістична діяльність фактично визначається як винятково управлінська діяльність, натомість виробничі логістичні функції (і, відповідно, реально виконувані логістичні операції та логістичні процеси) необгрунтовано виводяться за межі логістичної діяльності. Такий підхід суперечить класифікації видів логістичної діяльності за функціональною ознакою, за якою виділяють: управління замовленнями; транспортування; складування; пакування; управління запасами; логістичне обслуговування, здійснення яких пов'язане з перетворенням логістичних потоків на різних фазах інтегрованого логістичного процесу. На наш погляд, діяльність з системного удосконалення логістичних процесів є змістом їх реінжинірингу (у більш широкому сенсі – менеджменту логістичної діяльності), в той час, як реалізація логістичних функцій і виробничого, і управлінського характеру, а також виконання елементарних логістичних операцій у межах відповідних логістичних процесів (як послідовно упорядковані в часі та забезпечуючі зміну параметрів простору, часу, форми, властивостей логістичних потоків, їх видового складу та кількісної та якісної структури [6] має трактуватися як логістична діяльність суб'єкта господарювання.

Найважливішим завданням організації логістичної діяльності суб'єкта господарювання є

забезпечення ефективного управління його логістичною діяльністю та формування цілісної системи логістики. Аналіз публікацій та вивчення практики управління логістичною діяльністю вітчизняних підприємств засвідчує відсутність у них бажаних (планових, оптимальних) результатів, попри те, що процеси управління логістичною діяльністю або об'єктами, які формують на підприємстві сферу логістики, реально здійснюються. Ймовірно, крім неналежної якості управління, основною причиною недосагнення бажаних результатів на підприємствах є відсутність комплексного підходу до формування системи логістики (рис. 1), яка мала б охоплювати всі складові сфери логістики в організаційних межах підприємства, управління якими забезпечується відповідно до принципів логістичного менеджменту.

Необхідною умовою здійснення логістичних процесів і загалом логістичної діяльності є наявність відповідної логістичної інфраструктури, основним призначенням якої є створення можливостей та

умов для системного, систематичного переміщування матеріального потоку шляхом виконання таких завдань, як: складування продукції (в спеціальних ємностях, спорудах, складських приміщеннях); переміщування продукції (за допомогою транспортних і маніпуляційних засобів); збереження продукції (з використанням системи пакування); передача та перетворення інформації щодо логістичних процесів (шляхом використання системи зв'язку) тощо [2]. Проте формування інфраструктури логістики для досягнення цілей логістичної діяльності підприємства (групи підприємств у ланцюгу постачань) є необхідною, але не достатньою умовою побудови ефективної системи логістики. Обов'язковим є також створення відповідної системи інституційного забезпечення логістичної діяльності підприємства та його взаємодії з партнерами в створюваній інтегрованій економічній системі.

Саме поняття інституційного забезпечення в [1; 4; 8] трактується як сукупність норм, алгоритмів,

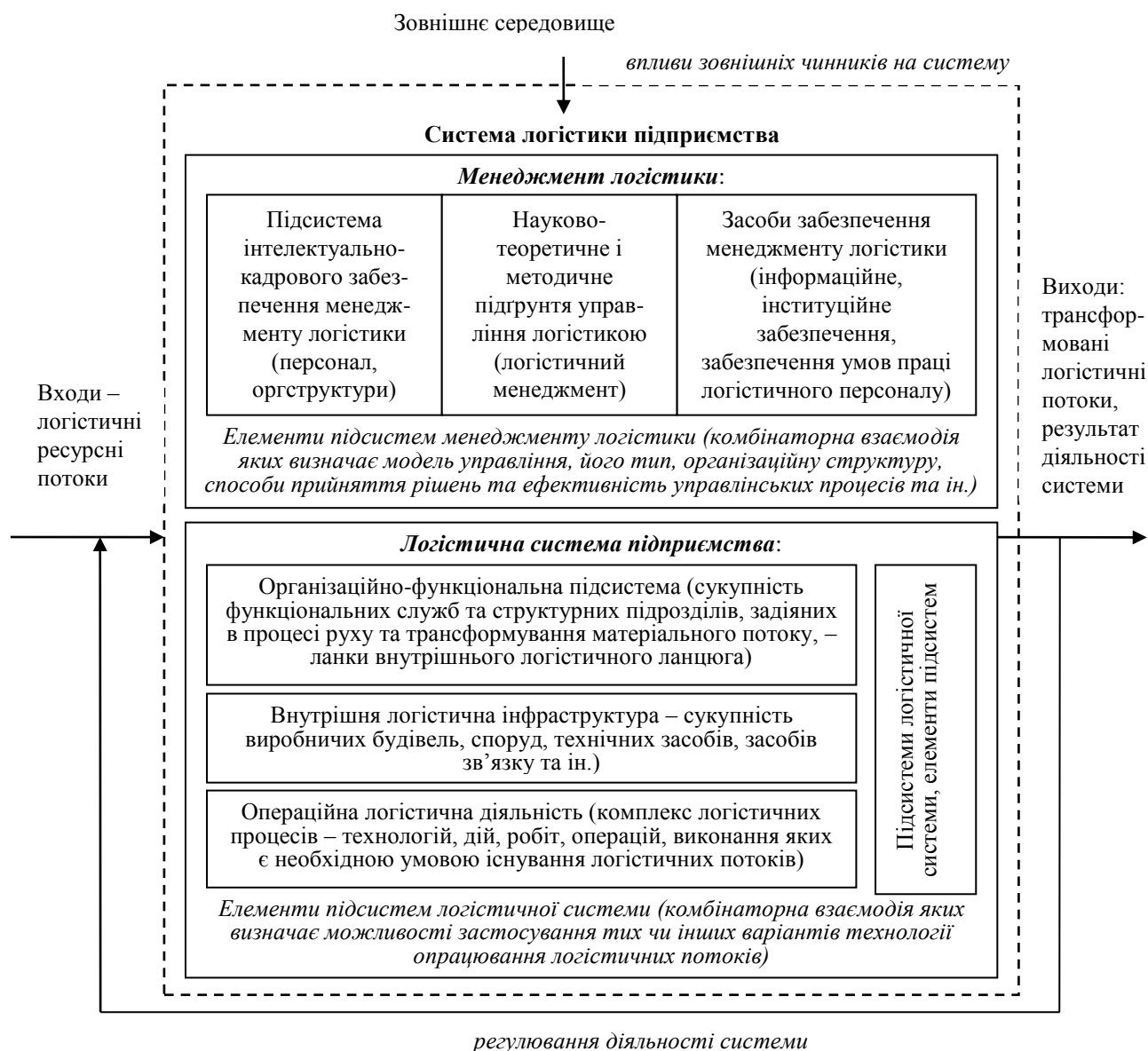


Рис. 1. Принципова схема системи логістики підприємства

процедур, як система соціально-економічних правил та законодавчих норм, що регулюють визначену сферу діяльності і які разом з утвореними новими або удосконаленими існуючими інституціями (організаціями, структурними підрозділами, іншими організаційними утвореннями) повинні забезпечити відповідні умови для взаємодії та координації процесів функціонування всіх елементів системи логістики підприємства, а також дії щодо кадрової підготовки з метою організаційного забезпечення діяльності цих інституцій, комплексу логістичних процесів і логістичної діяльності в цілому. Виходячи з цього, інституційного забезпечення потребує як комплекс логістичних операцій, процесів, дій, функцій виробничого (матеріального) характеру, так і управління логістикою. Останнє, як визначено в Стандарті з логістики ЕІА, включає в себе управління вхідним та вихідним транспортуванням, управління автопарком, управління складуванням, управління транспортуванням матеріалів, логістичні комунікації, управління виконанням замовлень, управління зворотним матеріальним потоком, проектування логістичної мережі, управління запасами, управління постачанням, управління т. зв. “3PL” (зовнішніми) постачальниками логістичних послуг. В тій чи іншій мірі, як зазначають [7, с. 30; 10], функція управління логістикою включає в себе пошук і закупівлю матеріальних і товарних ресурсів, прогнозування потреби в перевезеннях, формування господарських зв'язків з поставок товарів, управління складськими операціями, планування виробництва, планування процесів упакування і комплектування, а також процесів обслуговування клієнтів (логістичний сервіс), планування, контроль і регулювання потоків та ін.

Управління логістичною діяльністю підприємства зосереджується на організації руху логістичних потоків, на забезпеченні виконання комплексу логістичних операцій та процесів з метою доведення матеріальних потоків до інших учасників логістичного ланцюга або до кінцевих споживачів товарів, що обумовлює потребу в розробці їх нормативно-правового регулювання як складової компоненти інституційного забезпечення системи логістики. Інституційне забезпечення дозволяє створити умови для розвитку та функціонування логістичних формувань, раціональної інфраструктури логістичних процесів, ефективного управління відносинами їх учасників щодо спектра допустимих дій, регламентації інструментарію досягнення основних цілей у сфері логістики.

Для підприємств торгівлі основу інституційного забезпечення логістичної діяльності формують нормативно-правові акти з питань створення передумов для розвитку економіки країни, добробуту та платоспроможного попиту населення, розвитку внутрішнього ринку та торгівлі в Україні, підприємництва, конкуренції товарів, товаровиробників і торговців, формування інноваційної, інформаційної та транспортної складових ринкової інфраструктури. Базовими елементами такої платформи мають бути положення систем стандартизації та міжнародних

правил у сфері логістики, засади та правила міжнародних конвенцій щодо здійснення логістичної діяльності, вітчизняні законодавчі (Закони України “Про транспорт”, “Про зовнішньоекономічну діяльність”, “Про захист прав споживачів”, “Про транспортно-експедиторську діяльність” тощо) та інші нормативно-правові акти (меморандуми, розпорядження, накази, постанови), положення Господарського, Митного, Цивільного, Адміністративного, Податкового Кодексів України тощо. Критично оцінюючи їх зміст та рівень, можна констатувати відсутність законодавчого регулювання та взагалі тлумачення терміна “логістична діяльність” як економічної категорії чи окремого виду господарської діяльності, відставання нормативно-правової бази від потреб зайнятих у сфері логістики суб'єктів реального сектора, обмеженість її змістового наповнення лише аспектами транспортно-експедиторського, митного, до певної міри – страхового забезпечення цієї сфери діяльності, низький рівень уніфікації та адаптації нормативних актів з питань регламентації логістичної діяльності в Україні до міжнародних правових норм і стандартів, слабкість урегульованості відносин між суб'єктами логістичної діяльності та їх контрагентами, недостатність сформованості національної нормативно-правової бази з питань змісту основних норм логістичної діяльності, правил поведінки її суб'єктів, регламентів функціонування логістичної інфраструктури тощо.

Найбільшу увагу привертає проблема створення законодавчих норм та правил, що регулюють формування макроекономічних умов інфраструктурного забезпечення логістичної діяльності суб'єктів господарювання України у сферах виробництва та обігу, нормативно-правового забезпечення діяльності у сфері торгівлі та інфраструктури ринку як передумови розвитку сфери логістики, в частині вирішення питань як стратегічного (оптимізація структурної організації й територіального розташування елементів, підвищення рівня керованості та впровадження ефективного механізму управління логістичною інфраструктурою та логістичною мережею, досягнення високого рівня інтеграції логістичної інфраструктури), так і тактичного (ефективна реалізація потужностей інфраструктури, мінімізація логістичних витрат) характеру щодо формування адекватної економічним реаліям логістичної інфраструктури в контексті т. зв. логістизації управління підприємствами з врахуванням їх галузевої специфіки.

Системний підхід до організації логістичної діяльності та загалом системи логістики підприємств обумовлює потребу в самостійній регламентації зазначених аспектів, а тому конкретизація інституційного забезпечення системи логістики кожного суб'єкта господарювання має досягатися завдяки розробці внутрішніх документів та нормативів, що визначають порядок організації логістичної діяльності та управління логістичними процесами, зокрема в частині визначення організаційної структури підприємства та місця, завдань, функцій, повноважень і відповідальності в ній служб

логістики, закріплення у відповідних інструктивних матеріалах посадових обов'язків відповідальних за логістику працівників, затвердження типових процедур, алгоритмів, корпоративних стандартів з питань виконання окремих логістичних процесів тощо.

Завданням менеджменту підприємств торгівлі (менеджменту логістики) є перехід на нові підходи до організації управління товарними потоками, зміщення пріоритетів від розрізненого управління товарними потоками і запасами в організаційних межах окремого підприємства до оперування категорією наскрізного товарного потоку та забезпечення на цій основі узгодженості дій всіх ланок-учасників процесу просування потоків товарів. Тому питання прийняття стратегічних і тактичних рішень щодо вибору оптимальних способів, методів, прийомів, організаційних форм взаємодії з іншими учасниками ланцюгів постачань має бути предметом аналізу служби менеджменту логістики, а його результати – закріплюватися у відповідних документах. Визначальне місце в системі зазначених документів повинні відігравати типові регламенти системи процесно-орієнтованого управління комплексом логістичних бізнес-процесів підприємства, в яких на основі декомпозиції логістичного процесу встановлюються основні, допоміжні та обслуговуючі бізнес-процеси, затверджуються оптимальні моделі їх виконання (через стандартизацію технологічних процесів та діяльності окремих категорій задіяного персоналу, складання технологічних карт, технологічних графіків, мережеве планування технологічних процесів, розробку планогам тощо), визначаються форми, засоби і методи відображення стану, проблем і результатів їх виконання в інформаційній системі підприємства, встановлюються центри відповідальності та точки контролю якості виконання процесів. Зважаючи на особливу складність реалізації ідей процесно-орієнтованого управління в інтегрованих логістичних ланцюгах, надзвичайної ваги набуває формування системи організаційно-правових (договірних) відносин та інституційного забезпечення міжсуб'єктної взаємодії підприємств-учасників ланцюгів постачань шляхом закріплення змісту логістичних процесів, їх виконавців, принципів, алгоритмів, процедур виконання, повноважень, відповідальності тощо у системі відповідних господарських договорів, угод, контрактів (рис. 2).

Активний управлінський вплив на процеси логістичної діяльності підприємств актуалізує роль служби менеджменту логістики, включення її до організаційної структури підприємств, забезпечення інституційного базису в формі інтелектуально-кадрових ресурсів підприємства для вирішення таких завдань, як: формування логістичної системи підприємства як складової ланки інтегрованого ланцюга просування матеріальних ресурсів (товарів); вибір організаційної форми служби управління логістикою, визначення її місця і повноважень у структурі управління підприємством; регламентація

прав та обов'язків персоналу цієї служби; планування й контроль організації функціональних блоків логістики; організація логістичної інформаційної системи; управління, контроль та оптимізація логістичних процесів та логістичних витрат.

Зважаючи на зростаючу роль логістичного персоналу, інституційне забезпечення логістичної діяльності підприємств торгівлі повинно формуватися також за рахунок підвищення якості управління кадровими потоками: забезпечення їх кадрами необхідної кваліфікації в необхідній кількості в потрібному місці з найкращими з точки зору співвідношення “результат/витрати” витратами на оплату праці та іншими витратами з утримання персоналу. Тому торговельні підприємства зацікавлені в якісному підборі кадрів на такі первинні посади, як: менеджер (управитель) з логістики; менеджер (управитель) з постачання; менеджер (управитель) зі збуту; менеджер (управитель) із зовнішньоекономічної діяльності; менеджер (управитель) з адміністративної діяльності. Вважаємо, що торговельні підприємства (HR-служби) повинні формувати профіль зазначених посад (портрет ідеального кандидата) через розробку їх кваліфікаційних карт (що містять вимоги підприємства до професії (спеціальності), рівня освіти й досвіду роботи (визначені посадовими інструкціями та кваліфікаційними характеристиками професій і посад працівників згідно з Довідником кваліфікаційних характеристик професій працівників), а також вимоги до спеціальних знань і навичок працівника, що претендуватиме на певну посаду) та карт компетенцій (які відображають перелік професійних та особистісних характеристик працівника, знань, навичок, здібностей, стилю мислення, моделей поведінки, необхідних для якісного виконання посадових обов'язків).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Активізація розвитку підприємств торгівлі на засадах логістичного підходу обумовлює потребу в створенні цілісної системи логістики торговельного підприємства, формування якої потребує розробки адекватного інституційного забезпечення логістичної діяльності. В зв'язку з цим набувають актуальності питання поєднання існуючого комплексу засобів державного регулювання (соціально-економічних правил та законодавчих норм) сфери логістики та інституцій, які повинні забезпечувати умови для взаємодії суб'єктів логістичної діяльності у сфері підприємництва і торгівлі, та конкретного прикладного інструментарію (внутрішньокорпоративних норм, правил, алгоритмів, процедур) регламентації логістичної діяльності окремих суб'єктів господарювання та управління інтелектуально-кадровими потоками, орієнтованого на організаційне забезпечення діяльності цих інституцій та комплексу логістичних процесів і логістичної діяльності в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Геєць В. М. Інституційні перетворення і суспільний розвиток / В. М. Геєць // Економіка і прогнозування. – 2005. – № 2. – С. 9-36.
2. Довба М. О. Теоретико-методичні засади створення і функціонування логістичної інфраструктури / М. О. Довба, Н. В. Чернописька // Вісник Національного університету “Львівська політехніка” : зб. наук. праць. – 2004. - № 499. – С. 40-44. – (Логістика).
3. Економіка логістики / [за ред. Є. В. Крикавського, О. А. Похильченко]. – Львів : Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2014. – 640 с.
4. Забуранний С. В. Інституційне забезпечення інноваційної діяльності в аграрній сфері [Електронний ресурс] / С. В. Забуранний // Ефективна економіка. – 2015. – № 9. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4316>.
5. Крикавський Є. В. Логістичні системи / Є. В. Крикавський, Н. В. Чернописька. – Львів : Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2009. – 264 с.
6. Круминьш Н. Логистика в Восточной Европе : справочник по управлению системами логистики / Н. Круминьш, К. Витольнш. – Рига, 2007. – 191 с.
7. Малярець Л. М. Формалізація задач контролінгу логістичної діяльності підприємства : монографія / Л. М. Малярець, Г. Л. Матвієнко-Біляєва. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2010. – 227 с.
8. Почерніна Н. В. Інституційне забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Н. В. Почерніна // Зб. наук. праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – № 1(3). – С. 192-199. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdau_2013_1_3_28...
9. Тюріна Н. М. Логістика : навч. посіб. / Н. М. Тюріна, І. В. Гой, І. В. Бабій. – К. : Центр учбов. літ-ри, 2015. – 392 с.
10. Supply Chain and Logistics Terms and Glossary [Електронний ресурс] // Updated October 2006. – Режим доступу : www.logisticsservicelocator.com/resources/glossary03.pdf.

REFERENCES

1. Heyets', V. M. (2005), Instytutsiyni peretvorennya i suspil'nyy rozvytok, *Ekonomika i prohnozuvannya*, vol. 2, pp. 9-36.
2. Dovba, M. O. and Chornopys'ka, N. V. (2004), Teoretyko-metodychni zasady stvorennya i funktsionuvannya lohistrychnoyi infrastruktury, *Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnikha"*, vol. 499 (Lohistryka), pp. 40-44.
3. Krykavs'kyy, Ye. V. and Pokhyl'chenko, O. A. (2014), *Ekonomika lohistryky*, NU “L'vivs'ka politekhnikha”, L'viv.
4. Ziburannyy, S. V. (2015), “Instytutsiynе zabezpechennya innovatsiynoyi diyal'nosti v ahrarniy sferi”, *Efektivna ekonomika*, vol. 9, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4316>.
5. Krykavs'kyy, Ye. V. and Chornopys'ka, N. V. (2009), Lohistrychni systemy, NU “L'vivs'ka politekhnikha”, L'viv.
6. Krumin'sh, N. and Vitolin'sh, K. (2007), *Logistika v Vostochnoj Evrope : spravochnik po upravleniju sistemami logistiki*, Riga.
7. Malyarets', L. M. and Matviyenko-Bilyayeva, H. L. (2010), *Formalizatsiya zadach kontrolinhu lohistrychnoyi diyal'nosti pidpryemstva*, KhNEU, Kharkiv.
8. Pochernina, N. V. (2013), Instytutsiynе zabezpechennya innovatsiyno-investytsiynoyi diyal'nosti v Ukrayini, *Zbirnyk naukovykh prats' Tavriys'koho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universytetu (ekonomichni nauky)*, vol. 1(3), available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpdau_2013_1_3_28.
9. Tyurina, N. M., Hoy, I. V. and Babiy, I. V. (2015), *Lohistryka*, Tsentri uchbovoyi literatury, Kyiv.
10. Supply Chain and Logistics Terms and Glossary, updated October 2006, available at: www.logisticsservicelocator.com/resources/glossary03.pdf.

Заярна Н. М.,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Ціцяла Н. С.,

магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ІННОВАЦІЙ ТА АЛГОРИТМ ЇЇ ОЦІНКИ

***Анотація.** Розглянуто теоретичні засади формування та реалізації конкурентної стратегії підприємства, а також алгоритм її оцінки. В основу формування конкурентної стратегії покладено інноваційний підхід, що базується на реалізації інновацій у декомпоновані структурні підрозділи підприємства. Визначено імперативний алгоритм оцінки інноваційної діяльності підприємства в контексті визначення рівня ефективності конкурентної стратегії. Оцінку інноваційної діяльності пропонується проводити за окремо виділеними шістьма етапами, а саме: 1) визначення цілей і постановка завдань оцінки, на якому визначається мета та описується застосування в подальшому результатів оцінки; 2) вибір стадії життєвого циклу підприємства, що відбувається за допомогою узагальненого алгоритму, в основу якого покладено інтегральний показник, для вибору вектора оцінки інноваційної діяльності; 3) відбір груп показників, серед яких виділено чотири базисних блоки: оцінки навчання та розвитку персоналу, оцінки внутрішніх бізнес-процесів; оцінки клієнтської бази підприємства, оцінки фінансового стану; 4) переведення показників оцінки інноваційної діяльності підприємства у безрозмірний вигляд за допомогою таксономічного показника; 5) розрахунок узагальнюючого інтегрального показника інноваційної діяльності для визначення рівня конкурентоспроможності підприємства; 6) аналіз отриманих результатів для прийняття стратегічних підходів щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства за рахунок інновацій. За кожним етапом, який вимагає аналізу статистичної інформації підприємства, запропоновано розроблені алгоритми його здійснення..*

Ключові слова: конкурентна стратегія, конкурентоспроможність, інноваційна діяльність, інновації.

Zaiarna N. M.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economic, Lviv

Tsitsiala N. S.,

Master's degree student, Lviv University of Trade and Economic, Lviv

ASPECTS OF FORMING COMPETITIVE STRATEGY OF AN ENTERPRISE ON THE BASIS OF INNOVATIONS AND THE ALGORITHM OF ITS EVALUATION

***Abstract.** Considered the theoretical principles of formation and implementation of the competitive strategy of the enterprise, as well as the algorithm of its evaluation. At the base of the formation of a competitive strategy is an innovative approach based on the implementation of innovations in the disintegrated structural divisions of the enterprise. The imperative algorithm of estimation of innovative activity of the enterprise is determined in the context of the effectiveness level of a competitive strategy. The evaluation of innovative activities is proposed to be carried out in a separate six stages, namely: 1) the definition of goals and objectives, which defines the purpose and describes the application of following evaluation results; 2) choice of the stage of the enterprise life cycle, which takes place with the help of a generalized algorithm, based on which is an integral indicator, for choosing a vector for evaluation innovative activity; 3) choice of groups of indicators, among which there are four basic units: evaluation of training and personnel development, evaluation of internal business processes; evaluation of the client base of the enterprise, evaluation of the financial condition; 4) the transfer of indicators of evaluation of enterprise innovation in a dimensionless form with the help of a taxonomic indicator; 5) calculation of the generalizing integral*

indicator of innovation activity to determine the level of enterprise competitiveness; 6) analysis of the results obtained for adopting strategic approaches to ensuring the competitiveness of the enterprise through innovations. For each stage, which requires the analysis of the statistical information of the enterprise proposed algorithms for its implementation.

Keywords: competitive strategy, competitiveness, innovative activity, innovation.

Постановка проблеми. Трансформація української економіки супроводжується значним науково-технічним та технологічним відставанням від індустріально розвинених країн. У сучасних ринкових умовах відбуваються зміни, що впливають на стратегічні підходи до управління підприємством. Саме такі зміни відображають імперативну роль інновацій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Зважаючи на те, що останні десятиріччя ознаменувалися активізацією впровадження на підприємствах інновацій, які вибудовують певну конкурентну стратегію, для ефективної її реалізації необхідно проводити відповідний аналіз здатності підприємства до інновацій та безпосередньо самої інноваційної діяльності.

Відтак суттєвої актуальності набуває проблема пошуку алгоритму оцінки інноваційної діяльності підприємства як запоруки прийняття стратегічних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначимо, що проблемі інтерпретації та оцінці інноваційної діяльності присвячено праці багатьох закордонних та вітчизняних науковців. Серед закордонних вчених, що займалися цією проблемою, варто відзначити І. Ансоффа, П. Друкера, М. Портера, К. Фрімена, Й. Шумпетера, І. Роджерса, Ф. Ніксона, Дж. Стрікланда та А. Томпсона, У. Чан Ким та Р. Моборн, В. Аньшіна, Р. Фатхутдінова та інших. Значний внесок у розробку алгоритму оцінки інноваційної діяльності зробили й вітчизняні науковці: Л. Антонюк, В. Василенко, А. Гріньов, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, О. Кузьмін, І. Павленко, Н. Гончарова та Г. Швиденко, В. Чубай, З. Шершньова та інші.

Однак широкий спектр питань, які стосуються змісту та інтерпретації алгоритму оцінки інноваційної діяльності підприємства у стратегічному контексті функціонування та розвитку, ще недостатньо досліджені, вивчені та з'ясовані.

Постановка завдання. Виходячи з вищевикладеного, основним завданням статті є дослідити аспекти формування конкурентної стратегії підприємства, а також інтерпретувати алгоритм оцінки інноваційної діяльності підприємства в контексті розробки стратегічних підходів на основі інновацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах динамічності макро- та мікросередовища під впливом економічної нестабільності ефективна інноваційна діяльність виступає імперативом створення конкурентної стратегії. Зазначимо, що конкурентна стратегія на основі інновацій виступає «каркасом» інноваційного розвитку підприємства,

який характеризується підвищенням його конкурентоспроможності. Тому перед менеджерами вищої ланки на підприємстві постає завдання у формуванні раціональної стратегії, на основі інновацій, завдання якої інтерпретують загальні цілі підприємства.

Посилення конкурентної боротьби супроводжується появою великої кількості конкуруючих підприємств як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, зростанням вимог ринку, що змушує підприємство весь час розвивати свій стратегічний потенціал, шукати можливі варіанти його ефективного використання, створення нових конкурентних переваг та вибору конкурентних стратегій [2, с. 121-128]. Стратегія конкуренції являє собою основу конкурентної поведінки підприємства на ринку й описує схему забезпечення переваг над конкурентами. Конкурентна стратегія концентрується на діях і підходах, які пов'язані з управлінням, спрямованим на встановлення і зміцнення довгострокової конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку в одній специфічній сфері підприємництва.

Розглянемо процес формування конкурентної стратегії на основі інновацій. Він являє собою процес поетапного моделювання, в ході якого встановлюється взаємозв'язок конкурентоспроможності підприємницької структури з факторами зовнішнього і внутрішнього середовища, враховуючи її інноваційну діяльність. Виходячи з цього, основними складовими розробки конкурентної стратегії є наступні етапи (рис. 1).

Проте наведені етапи до формування конкурентних стратегій не враховують важливість поточної конкурентної позиції компанії при виборі стратегії, внаслідок чого відбувається недооцінення ролі конкурентного середовища, не передбачають гнучкого механізму реагування на зміну факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. На нашу думку, поява єдиного методу формування конкурентної стратегії не лише неможлива, а й позбавлена сенсу. Це пояснюється тим, що у кожного підприємства свої умови ведення бізнесу, власна сукупність факторів зовнішнього та внутрішнього середовища та ін. Найбільш доцільним є синтез декількох методів, тобто своєрідна адаптація сукупності підходів для розроблення унікальної стратегії, яка буде дієвою для підприємства в даний час для вирішення конкретної проблеми. Оскільки неможливо передбачити всю сукупність викликів, які постають перед компаніями, то необхідно сконцентрувати свою увагу на певних базових підходах до формування конкурентних стратегій, які базувалися б на інноваціях [1, с. 6-13]. Адже за наявності релевантного набору правил можна створювати нові, які були б адекватні для вирішення поставлених задач та цілей.

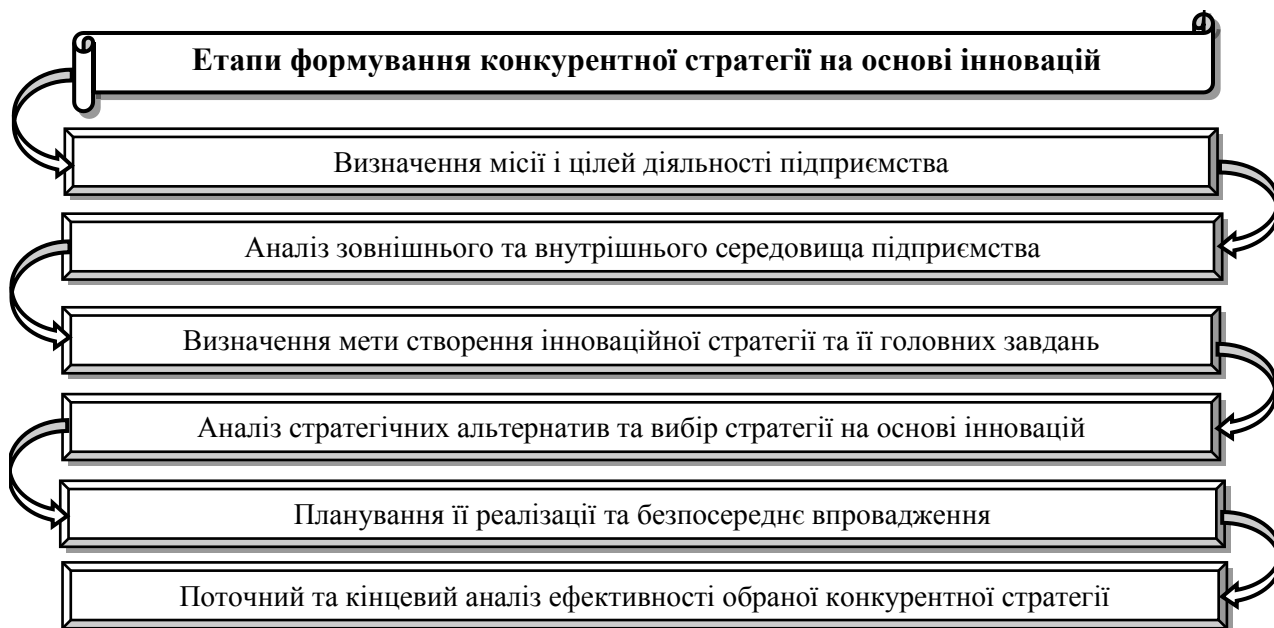


Рис. 1. Основні етапи формування конкурентної стратегії підприємства на основі інновацій (узагальнено автором)

Відмітимо, що формування будь-якої конкурентної стратегії, в тому числі й інноваційної, має підпорядковуватися наступним принципам: врахування сфер конкуренції підприємства; адаптація до змін навколишнього середовища; врахування мети підприємства; використання конкурентних переваг підприємства. Врахування та дотримання таких принципів розробки конкурентної стратегії на основі інновацій дозволить створити ефективний засіб досягнення цілей підприємства, забезпечить високу конкурентоспроможність та гнучкість, яка вкрай необхідна в нинішніх мінливих умовах сучасного ринку.

Доцільно зазначити, що на практиці вибір та розробка стратегій щодо реалізації конкурентних переваг повинні базуватися на результатах діагностики фінансового стану підприємств та їх споживчої привабливості, що проводиться в межах оцінки конкурентоспроможності [4, с. 51-53]. Проте в даний час це пов'язане з рядом проблем. По-перше, в науковій літературі не відображена модель, що характеризує взаємозв'язок і взаємозалежність

конкурентоспроможності та інструментів її досягнення, по-друге, відсутня комплексна кількісна методика її оцінки, що ускладнює дослідження переваг і недоліків у порівнянні з конкуруючими підприємствами, по-третє, не визначені рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності, які зумовлені виявленням конкурентних переваг, по-четверте, не сформований вибір конкурентної стратегії, яка спрямована на досягнення довгострокових конкурентних позицій підприємства в конкретній галузі [3, с. 174].

Досвід найбільш економічно розвинених інноваційних країн світу показує, що одним із головних елементів управління конкурентоспроможністю підприємства є оцінка рівня його інноваційної діяльності [5, с. 155-163]. Зауважимо, що єдиного підходу до оцінки інноваційної діяльності підприємства у дослідників не існує, як немає і єдиного алгоритму. Однак, на нашу думку, при оцінці інноваційної діяльності підприємства та його здатності до впровадження інновацій слід дотримуватися певної поетапності дій (табл. 1).

Таблиця 1

Алгоритм оцінки інноваційної діяльності підприємства (розроблено автором)

Етапи	Зміст етапу
1	Визначення цілей і постановка завдань оцінки
2	Вибір стадії життєвого циклу підприємства
3	Відбір груп показників (показники навчання та розвитку персоналу, показники внутрішніх бізнес-процесів, показники оцінки клієнтської бази, фінансові показники)
4	Трансформація показників оцінки інноваційної діяльності у безрозмірний вигляд за допомогою таксономічного показника
5	Розрахунок інтегрального показника інноваційної діяльності для визначення рівня конкурентоспроможності підприємства
6	Узагальнення інформації для прийняття стратегічних підходів щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства за рахунок інновацій

Відзначимо, що наведений алгоритм оцінки інноваційної діяльності, відображений у таблиці 1, розроблений для підприємства з урахуванням результатів його діяльності. Отож, на першому етапі оцінки інноваційної діяльності визначаються цілі та постановки завдань оцінки. Тут розглядається мета проведення даної оцінки та описується застосування в подальшому результатів оцінки. На другому етапі

визначається, на якій стадії життєвого циклу знаходиться підприємство за допомогою відповідного алгоритму (табл. 2), адже саме від цього буде залежати вектор оцінки.

Третій етап характеризується відбором основних показників, які відображають рівень інноваційної діяльності підприємства. На нашу думку, саме такі групи показників, які наведені на рис. 2, дадуть

Таблиця 2

Алгоритм розрахунку стадії життєвого циклу підприємства (узагальнено автором)

Етап	Характеристика	Методика розрахунку
1	Формування матриці системи показників підприємств регіону	$X = \begin{vmatrix} x_{11} & x_{1j} & x_{1n} \\ x_{21} & x_{2j} & x_{2n} \\ x_{i1} & x_{ij} & x_{in} \\ x_{m1} & x_{mj} & x_{mn} \end{vmatrix}$ <p>де n – кількість підприємств ($j = 1, 2 \dots n$); m – кількість показників ($i = 1, 2 \dots m$); x_{ij} – значення i-го фінансового показника j-го підприємства.</p>
2	Розрахунок середньоарифметичного значення в цілому по регіону кожного з фінансових показників, \bar{x}_i .	$\bar{x}_i = \sum_{j=1}^n x_{ij}, \quad (i=1, 2, \dots, m),$ <p>де $\sum_{j=1}^n x_{ij}$ – показник фінансового стану (обсяг ознаки); n – обсяг сукупності.</p>
3	Визначення загальних показників варіації, яке здійснюється за такими формулами: а) дисперсія (δ^2) визначає середній квадрат відхилень варіантів від їх середньої арифметичної; б) за формулою різниці квадратів; в) середньоквадратичне відхилення (δ_x) вказує на абсолютне коливання значень варіаційної ознаки; г) для оцінки симетричності проводиться визначення коефіцієнта варіації (V_i)	<p>а) $\delta_{xi}^2 = \frac{\sum_{j=1}^n (x_{ij} - \bar{x}_i)^2}{n} \quad (i = 1, 2, \dots, m),$</p> <p>б) $\delta^2 = \overline{x^2} - (\bar{x})^2,$ <p>де $\overline{x^2}$ – середнє значення квадрата; $(\bar{x})^2$ – квадрат середнього значення.</p></p> <p>в) $\delta_x = \sqrt{\delta_x^2}$</p> <p>г) $V_i = \frac{\delta_{xi}}{\bar{x}_i}.$</p>
4	1. Визначення граничних значень ряду розподілу по всіх підприємствах за кожним із показників ($x_{ij \min}$, $x_{ij \max}$) та розмах розсіювання. 2. Визначення частоти q попадання окремого значення x_{ij} в підінтервал. 3. Пошук значення варіантів, що найчастіше повторюється в ряду розподілу. 4. Визначення відносного відхилення індивідуального значення від моди для кожного з показників.	<p>1. $R = x_{ij \max} - x_{ij \min}$.</p> <p>2. $q = \frac{n_k}{n}$, де n_k – кількість попадань у кожний окремий інтервал k.</p> <p>3. $M_o = x_{ok} + h \frac{f_2 - f_1}{(f_2 - f_1) + (f_2 - f_3)},$ <p>де x_{ok} – нижня межа модального інтервалу k; h – величина модального інтервалу; f_2, f_1, f_3 – частота відповідно передмодального, модального та післямодального інтервалів.</p></p> <p>4. $I_j = \frac{x_i - M_o}{R}.$</p>
5	5. Розрахунок величини інтегрального показника на основі такого співвідношення	$I_{nj} = \frac{\sum_{j=1}^n I_j}{m},$ <p>де I_{nj} – інтегральний показник по j-му підприємству; m – кількість показників.</p>

змогу найбільш точно оцінити інноваційну діяльність, адже характеризують усю діяльність підприємства загалом.

На четвертому етапі необхідно перевести показники у безвимірний вигляд. Для цього процесу рекомендується обрати таксономічний показник, який за допомогою приведення показників до безвимірного вигляду дасть змогу оцінити вектор інноваційного розвитку підприємства (табл. 3).

Враховуючи те, що показники набудуть безрозмірний вигляд і не будуть адекватно відображати рівень інноваційності підприємства, виникає необхідність врахувати значимість кожного показника в

аспекті розрахунку на їх основі узагальнюючого інтегрального показника на п'ятому етапі (табл. 3).

Заключним етапом алгоритму оцінки інноваційної діяльності підприємства виступає узагальнення інформації для прийняття інноваційних стратегічних рішень, які б дозволили підприємству здобути конкурентні переваги у боротьбі з учасниками ринку. Зауважимо, що стратегічні рішення слід розробляти для кожної декомпонованої структури підприємства. Лише в такому випадку, коли інновації будуть охоплювати кожен структурний елемент, можна говорити про інноваційний розвиток підприємства та забезпечення ним конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Показники оцінки інноваційної діяльності підприємства

<i>Показники навчання та розвиток персоналу:</i>	<i>Показники внутрішніх бізнес-процесів:</i>
➤ Рентабельність персоналу, тис.грн./ос.	➤ Частка витрат на інноваційні активи, %
➤ Продуктивність праці, тис.грн./ос.	➤ Коефіцієнт зносу інноваційних технологій
➤ Кількість тренінгів щодо підвищення кваліфікації працівників, од.	➤ Коефіцієнт придатності інноваційних основних засобів
➤ Частка працівників з вищою освітою, %	➤ Коефіцієнт вартості використання інноваційного устаткування
➤ Частка працівників, зайнятих інноваційною діяльністю, %.	➤ Коефіцієнт рентабельності реалізації інноваційних продуктів
➤ Частка працівників з дипломом ІТ державного зразка, %	
➤ Частка працівників з дипломом ІТ міжнародного зразка, %	
➤ Частка робітників, залучених у НДДКР, %	
➤ Коефіцієнт спротиву працівників змінам на підприємстві	
➤ Коефіцієнт реалізованих інноваційних ідей	
<i>Показники оцінки клієнтської бази:</i>	<i>Фінансові показники:</i>
➤ Коефіцієнт залучення клієнтів за рахунок інновацій	➤ Чистий дохід від інноваційної діяльності, тис. грн.
➤ Коефіцієнт розширення клієнтської бази за рахунок інновацій	➤ Витрати на інноваційну діяльність, тис. грн.
➤ Коефіцієнт прискорення обслуговування 1 клієнта за рахунок інновацій	➤ Чистий прибуток від інноваційної діяльності, тис. грн.
➤ Індекс задоволеності клієнтів	➤ Рівень доходу від інноваційної діяльності, %
➤ Індекс якості обслуговування	➤ Рівень витрат на інноваційну діяльність, %
	➤ Частка чистого прибутку від інноваційної діяльності у чистому прибутку, %
	➤ Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів
	➤ Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами
	➤ Коефіцієнт фінансової автономії
	➤ Коефіцієнт фінансової стійкості

Рис 2. Імперативні показники оцінки інноваційної діяльності підприємства (сформовано автором)

Алгоритм розрахунку узагальнюючого інтегрального показника на основі таксономічного коефіцієнта інноваційного розвитку (узагальнено автором)

Показник	Алгоритм розрахунку
Узагальнюючий інтегральний показник	$\overline{K}_i = \frac{n}{\sum \frac{1}{x}}$
Таксономічний показник коефіцієнта розвитку	$K_i = 1 - d$
Величина співвідношення відстаней та C_o	$d = \frac{C_{io}}{C_o}$
C_o	$C_o = \overline{C_o} + 2 \cdot S_o$
$\overline{C_o}$	$\overline{C_o} = \frac{1}{m} \cdot \sum_{i=1}^m C_{io}$
S_o	$S_o = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m (C_{io} - \overline{C_o})^2}$, де m - к-сть досліджуваних періодів; C_{io} - це вектор відстаней між періодами спостереження та вектором-еталоном

Беручи до уваги динаміку розвитку ринкових процесів та непередбачуваність розвитку подій у майбутньому, сформувавши чіткий підхід на основі інновацій і план заходів щодо його реалізації досить важко. Формування підходу повинно відбуватися на основі стратегічного бачення, тут необхідне визначення основних орієнтирів на короткостроковий період. При цьому слід розглядати кілька можливих сценаріїв розвитку подій у майбутньому. Проте керівництво повинно пам'ятати, що єдиного правильного підходу до формування підходу на основі інновацій підприємства немає. А це, своєю чергою, вимагає постійного коригування дій підприємства відповідно до змін навколишнього середовища. Окрім врахування змін макросередовища, при формуванні інноваційного підходу слід враховувати такі складові, як інноваційний потенціал та ризики інноваційної діяльності підприємства.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. На сучасному етапі розвитку ринкової кон'юнктури ефективна діяльність підприємства та забезпечення його конкурентоспроможності можливі лише при реалізації ним конкурентної стратегії в основі, яка ґрунтується на інноваційних підходах. Таким чином, підбиваючи підсумок вищезазначеного, можна зробити висновок, що для оцінювання інноваційної діяльності підприємства доцільно використовувати відповідний алгоритм, наведений у табл. 1, який є важливим інструментом управління підприємством та за допомогою якого не лише можна провести оцінку інноваційної діяльності за фінансовими та нефінансовими показниками, а також оцінити зовнішнє та внутрішнє середовища підприємства, але і визначити пріоритетні шляхи розвитку підприємства, які згодом слід

реалізувати через підхід, що базуватиметься на основі інновацій.

Зважаючи на це, перспективи подальших досліджень повинні базуватися на доповненні теоретичної бази щодо формування та реалізації інноваційно-конкурентної стратегії та її інтерпретації, практичному дослідженні інноваційної діяльності підприємства, виявленні переваг та недоліків алгоритмів оцінки інноваційної діяльності, а також формуванні стратегічних підходів на основі інновацій у контексті їх реалізації з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бельтюков Є. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності / Є. А. Бельтюков, Л. А. Некрасова // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 2. – С. 6-13 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No2/6-13.pdf>.
2. Іванов Ю. Б. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби / Ю. Б. Іванов, О. Ю. Іванова // Проблеми економіки. – 2012. – №4. – С. 121-128 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-4_0-pages-121_128.pdf.
3. Ковтун О. І. Інноваційні стратегії в системі забезпечення конкурентоспроможності для вітчизняних підприємств: теоретико-методологічні засади формування та реалізації : монографія / Ковтун О. І. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. – 352 с.

4. Маховський Д. В. Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємств АПК / Д. В. Маховський // АГРОСВІТ. - 2013. - № 13. - С. 51-53.

5. Островська Г. Й. Можливість використання зарубіжних оцінювальних систем для комплексного оцінювання інноваційної діяльності вітчизняних підприємств / Островська Г. Й., Соловій Х. Я. // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 1 (103). – С. 155-163.

REFERENCES

1. Bel'tiukov, Ye. A. (2014), Konkurentna stratehiia pidpriemstva: sutnist' ta formuvannia na osnovi otsinky rivnia konkurentospromozhnosti, *Ekonomika: realii chasu*, vol. 2, pp. 6-13.

2. Ivanov, Yu. B. (2012), Stratehiia formuvannia konkurentnykh perevah pidpriemstva v umovakh intensyvnoi konkurentnoi borot'by, *Problemy ekonomiky*, vol. 4, pp. 121-128.

3. Kovtun, O. I. (2013), Innovatsijni stratehii v systemi zabezpechennia konkurentospromozhnosti dlia vitchezniannykh pidpriemstv: teoretyko- metodolohichni zasady formuvannia ta realizatsii, Vydavnytstvo L'vivs'koi komertsijnoi akademii, L'viv.

4. Makhovs'kyj, D. V. (2013), Formuvannia stratehii pidvyschennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv APK, *AHROSVIT*, vol. 13, pp. 51-53.

5. Ostrovs'ka, H. J. and Solovij, Kh. Ya. (2010), Mozhyvist' vykorystannia zarubizhnykh otsiniuvannykh system dlia kompleksnoho otsiniuvannia innovatsijnoi diial'nosti vitchezniannykh pidpriemstv, *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 1 (103), pp. 155-163.

Бабенко О. М.,

аспірант, Вищий навчальний заклад Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі", м. Полтава

ХАРАКТЕРИСТИКИ СТАНУ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЛІДЕРСТВА В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Анотація. У статті розроблено методичну послідовність (логіку) аналізу реалізації лідерства в управлінні персоналом підприємств ресторанного господарства. Наведено результати аналізу стану лідерства на підприємствах ресторанного господарства за результатами анкетного опитування працівників підприємств цього виду економічної діяльності. Ідентифіковані такі параметри лідерства, як чисельність лідерів на підприємствах ресторанного господарства, їх статево-вікові та управлінські характеристики, міра охоплення та реалізації потенціалу за функціями лідерства, охоплення елементів лідерства, рівня сприятливості умов формування та реалізації лідерства на підприємствах ресторанного господарства, перешкоди реалізації лідерства, ставлення персоналу підприємств до лідерів, причини несприйняття лідерства, рівень реалізації потенціалу лідерства на підприємствах ресторанного господарства. Зроблені висновки відносно удосконалення системи управління лідерством на підприємствах ресторанного господарства.

Ключові слова: лідерство, підприємства ресторанного господарства, управління персоналом, стан та ефективність застосування.

Babenko O. O.,

Postgraduate, Higher Educational Establishment of Ukoopspilka "Poltava University of Economics and Trade", Poltava

CHARACTERISTICS OF THE STATE AND EFFICIENCY OF LEADERSHIP APPLICATION IN THE MANAGEMENT OF PERSONNEL OF RESTAURANT ENTERPRISES

Abstract. In the article the methodical sequence (logic) of the analysis of the implementation of leadership in the management of personnel of enterprises of the restaurant industry is developed. The results of the analysis of the state of leadership in restaurant enterprises are presented based on the results of a questionnaire survey of employees of enterprises of this type of economic activity. Identified such leadership parameters as the number of leaders in restaurants, their gender-age and management characteristics, the extent of reaching and implementing the potential of leadership functions, the coverage of leadership elements, the level of favorable conditions for the formation and implementation of leadership in restaurant enterprises, obstacles to leadership, the attitude of enterprise staff to leaders, the reasons for the lack of leadership, the level of implementation of leadership potential in restaurant industry. Conclusions are made regarding the improvement of the management system of leadership in restaurant enterprises.

Keywords: leadership, restaurant management, personnel management, state and application efficiency.

Постановка проблеми. В умовах зростання рівня конкуренції, інтелектуалізації економічних відносин та певного послаблення в зв'язку з цим значимості традиційних факторів виробництва для забезпечення економічного розвитку та підвищення ефективності функціонування підприємств все більше актуалізується завдання посилення ролі й використання можливостей економічних методів управління, виникає необхідність стратегічно мислити та управляти, застосовуючи найкращі методи

управління з вітчизняного досвіду, та адаптувати прогресивні надбання закордонних досягнень.

Успішне функціонування вітчизняних підприємств дедалі більше пов'язане з впровадженням нових методів управління, що орієнтуються на нові механізми активізації трудової поведінки колективів, впровадження сучасних методів керівництва, застосування лідерства. Таким чином, провідною ідеєю розвитку підприємств стає розуміння того, що класичні методи менеджменту (управління)

доцільно доповнювати застосуванням принципів лідерства. Адже глобалізація, комп'ютеризація та інформатизація діяльності, необхідність швидкого реагування на зміну ринкової ситуації та вплив внутрішніх і зовнішніх чинників призводять до значно вищої відповідальності управлінців за результати власних рішень та функціонування і розвиток суб'єкта бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед українських вчених, які зробили вагомий внесок у становлення та розвиток знань про лідерство та його роль у розвитку підприємств, слід відзначити таких науковців, як С. Бойко, Л. Борщ, М. Мартненко, В. Міляєва, С. Нестуля, О. Нестуля, Л. Скібіцька, Г. Старовойтова та ін.

Постановка завдання. Завданнями статті є оцінювання характеристик стану та ефективності застосування лідерства в управлінні персоналом підприємств ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Якісні методи аналізу лідерства дозволяють більш ефективно вирішувати такі завдання, як вивчення іміджу лідера, його основних раціональних та емоційних складових іміджу, переваг та недоліків; виявлення специфіки та типових моделей поведінки лідера і його впливу на персонал; вивчення основних стимулів та бар'єрів для реалізації лідерства; виявлення нереалізованих потреб працівників у відносинах із лідером; тестування можливостей застосування різного роду поведінки, стилів і підходів до лідерства, функцій та відносин лідера з підлеглими; тестування концепції реалізації нових програм лідерства.

В економічній та соціологічній літературі можна відшукати доволі багато підходів до обрання найбільш раціонального підходу чи методу аналізу, формування відповідного методичного апарату, визначення методичної послідовності, безпосереднього проведення аналізу та опрацювання його результатів, формування висновків і розробки стратегії та політики вибудування та впровадження необхідної підприємству моделі лідерства. Відомо, що чи не найбільшого поширення в царині методології лідерства набула концепція "7-С", елементами якої є (1) стратегія, (2) структура, (3) система цінностей, (4) стиль взаємовідносин на підприємстві, (5) склад персоналу, (6) сума навичок, (7) система управління. За наведеними складовими, власне, і рекомендується проведення опитування персоналу в цілях подальшого формування висновку відносно інтегральної характеристики лідерства на підприємстві.

Відомими є й інші підходи до формування базових засад методики оцінювання й аналізу лідерства на підприємствах та в організаціях. Позаяк найбільш доречною в таких цілях є послідовність, наведена нами на рис. 1. Для збору та подальшого опрацювання даних, необхідних для оцінювання характеристик лідерства на аналізованих нами підприємствах ресторанного господарства (на прикладі Полтавської

області), було розроблено анкету, питання якої об'єднані у чотири блоки у відповідності до етапів запропонованої вище послідовності аналізу.

Відповідне опитування здійснювалося серед працівників аналізованих підприємств ресторанного господарства у травні-грудні 2016 року. Було прийнято рішення відносно оптимальності вибірки в обсязі 62 респонденти - щодо загальної вибіркової сукупності (чисельність зайнятих у виді економічної діяльності "Тимчасове розміщення й організація харчування" у Полтавській області) складає не менше 5%), то похибка такого опитування становила не більше 1%.

Встановлено, що персонал аналізованих підприємств ресторанного господарства ідентифікує доволі велику чисельність лідерів. Так, загалом це 10,9% від усієї чисельності працівників підприємств. На нашу думку, це пояснюється особливостями аналізованого виду економічної діяльності. Такими, зокрема, є творчий характер виконуваних робіт, порівняно велика частка управлінського персоналу, що здійснює різноманітні функції управління, важливість командної роботи, що згуртовує персонал та виокремлює працівників із лідерськими і управлінськими якостями.

Закономірно, що в структурі персоналу підприємств ресторанного господарства найбільша частка лідерів припадає на керівників – 11 осіб, що складає лише 6,3% від всього персоналу. Водночас безпосередньо в структурі керівників частка лідерів становить 45,8%, що, на нашу думку, слід вважати високим значенням, коли майже кожен другий керівник сприймається персоналом підприємства як лідер.

Позитивно, що лідери присутні й у такій категорії персоналу підприємств ресторанного господарства, як фахівці. Загалом респонденти виокремили п'ять таких осіб, але безпосередньо в структурі фахівців частка лідерів становила 38,5%. Це засвідчує високу схильність фахівців підприємств до прояву лідерських навичок. Позитивно, що лідери присутні і серед службовців. Хоча частка працівників з такими характеристиками становила лише 8,3%, все ж вважаємо такий стан справ позитивним.

Зауважимо, що на аналізованих підприємствах доволі високою є частка жінок-лідерів – 47,4%, що знову ж таки обумовлене специфікою підприємств галузі, де часто необхідний творчий креативний підхід до організації ресторанного бізнесу, впровадження відповідних технологій, організації приміщень та безпосередньо ресторанної зали і т. ін. Та все ж частка чоловіків-лідерів переважає і становить 52,6%.

На аналізованих підприємствах ресторанного господарства найбільша частка лідерів (47,4%) перебуває у віці 36-59 років, що можна розцінювати як позитивне, оскільки сюди потрапили особи з достатньо значним життєвим та професійним досвідом, а також високою є частка молодих лідерів – у віці 23-35 років, яка становить 31,6%. Відтак, у підприємств є можливості до реалізації потенціалу лідерства, його подальшого розвитку по мірі реалізації професійної кар'єри працівників та їх подальшого професійно-кваліфікаційного зростання.

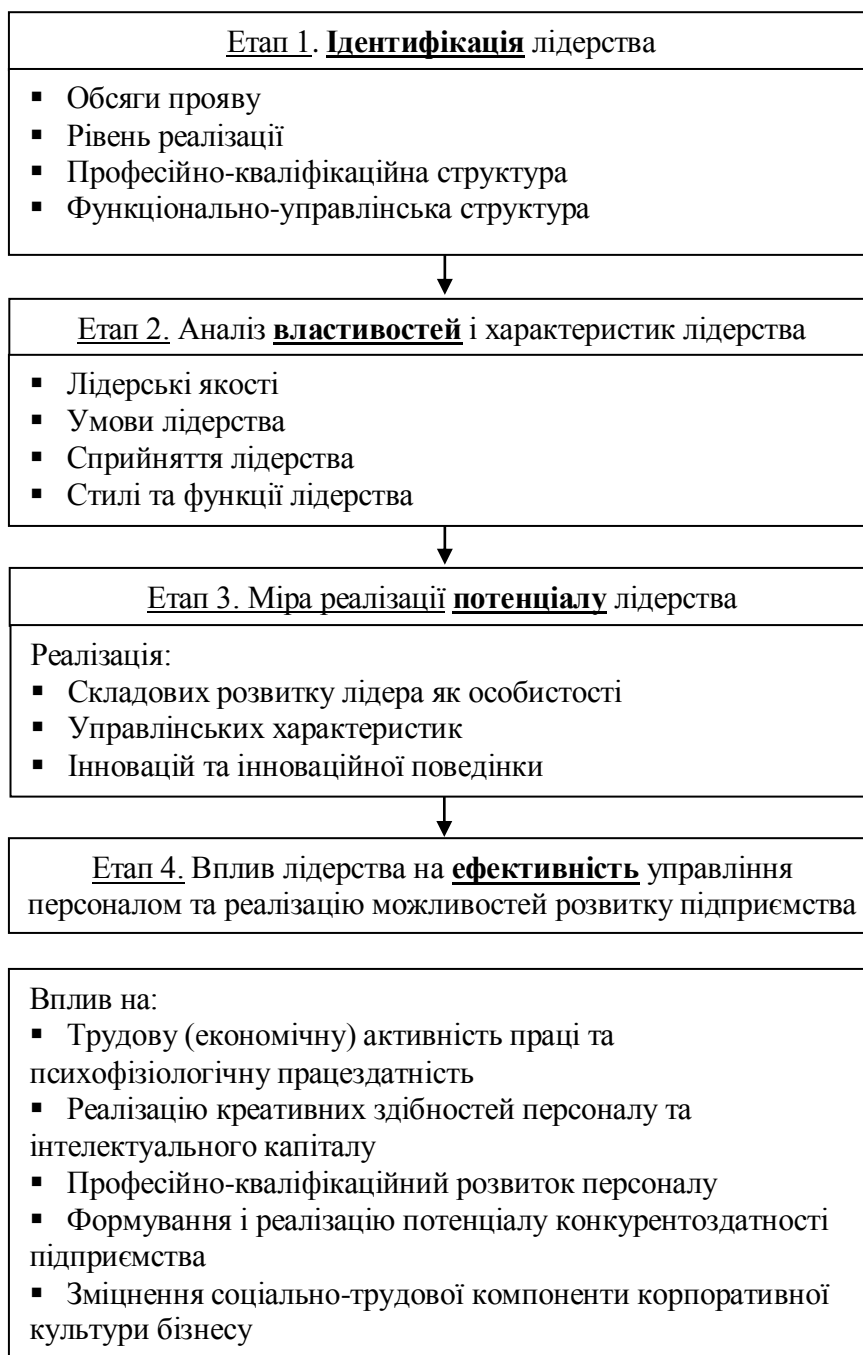


Рис. 1. Методична послідовність (логіка) аналізу реалізації лідерства в управлінні персоналом підприємств ресторанного господарства

Як можна спостерігати, на аналізованих підприємствах ресторанного господарства наявне як формальне, так і неформальне лідерство. Проте частку останнього (42,1 %) розцінюємо як дещо завищено, оскільки неформальне лідерство об'єктивно менш контрольоване з боку керівництва підприємства. Тому підприємствам потрібно або "перевести" частину неформального лідерства у формальне, або реалізувати ефективні програми (заходи) з високо-ефективного управління лідерами.

Для аналізованих підприємств характерним стало й те, що на них у більш-менш рівномірній мірі застосовуються всі стилі лідерства: авторитарний (42,1 %), демократичний (31,6 %) та ліберальний

(26,3 %). Вважаємо це позитивним аспектом, який дозволяє комплексно впливати на підлеглих і колег по роботі, знаходячи всі можливі підходи для впливу на персонал.

Аналогічний висновок робимо й за стилями поведінки лідерів, де 36,8 % припадає на директивний, 31,6 % на наставницький, 21,1 % на підтримуючий та 10,5 % на делегуючий стилі. На наш погляд, така структура доволі раціональна і свідчить про хороші передумови реалізації та впливу лідерства на управління персоналом підприємств ресторанного господарства. Більше того, 72,6 % працівників визначили рівень охоплення впливу лідерів на колектив підприємства як 75-99 %.

Втім, існують і недоліки в стані сформованості та поширенні лідерства на аналізованих підприємствах. Зокрема, такі характеристики, як толерантність та довіра до персоналу, виявилися низькими (5,87 та 6,84 бали відповідно (при максимальному значенні в 10 балів)). На нашу думку, ці недоліки слід виправляти, оскільки без зазначених характеристик складно в повній мірі позитивно впливати на персонал і управляти ним.

Водночас позитивно, що на підприємствах ресторанного господарства у повній мірі реалізуються такі характеристики лідерів, як емоційність та активність (9,35), ініціативність та рішучість (8,87), бачення перспектив розвитку підприємств (8,03). Посередні значення отримали повага персоналу (7,35) та надихання персоналу до роботи (7,84). Вважаємо, що ці тенденції потрібно виправляти.

Додамо сюди й такий недолік, як недостатнє охоплення лідерами підприємств таких функцій управління, як функція аналізу (37,4 %), планування (41,3 %), а також контролю (62,4 %). Ці недоліки стану лідерства на аналізованих підприємствах також потрібно виправляти.

У контексті функцій лідерства виявлено, що на аналізованих підприємствах ресторанного господарства в найбільшій мірі охоплені діяльністю лідерів виявилися функції: адміністративна (8,52) та представницька (7,68), а найменш охопленою – політична (4,19). Відтак, на аналізованих підприємствах не в повній мірі реалізується одна з найважливіших функцій лідерства щодо встановлення цілей і основної лінії поведінки групи шляхом вказівок згори від керівництва чи безпосереднього лідера (за умови, що він володіє автономією в ухваленні рішень).

Як показали результати аналізу, решта лідерських функцій також не в повній мірі охоплені на аналізованих підприємствах, що потрібно вважати суттєвим недоліком. Йдеться, зокрема, про експертну (коли лідер є особою, до котрої звертаються як до джерела достовірної інформації або кваліфікованого фахівця), регулюючу (коли коригування особистісних і ділових стосунків усередині групи здійснюється через комунікативну мережу, яка може мати різний вигляд) та випробувальну (коли впроваджуються нові підходи до взаємодії персоналу та управління ним) функції.

Закономірно, що потенціал більшості функцій лідерства на аналізованих підприємствах реалізований у меншій мірі, ніж рівень їх охоплення. Проте спостерігається надмірна диференціація реалізації потенціалу за такими функціями, як адміністративна, регулятивна та експертна. При цьому низьким рівнем реалізації потенціалу характеризуються політична та випробувальна функції. Відповідно, ефективність реалізації цих функцій лідерства є недостатньою. Таким чином, керівництву підприємств необхідно реалізувати політику, спрямовану на підвищення ефективності реалізації зазначених функцій.

Деяко низькими, а через це й неприйнятними потрібно вважати і реалізацію окремих елементів лідерства на підприємствах ресторанного

господарства Полтавської області. Йдеться, зокрема, про формування корпоративної культури (6,06 бала), прийнятність стилю управління (6,09), оптимізацію кадрів та розвиток персоналу (6,45).

Вважаємо ці елементи важливими завданнями в системі реалізації лідерського потенціалу підприємств. Відповідно, керівництву суб'єктів ресторанного бізнесу необхідно реалізувати ефективні заходи на шляху до підвищення ефективності реалізації даних елементів лідерства. Причому така політика має впроваджуватися диференційовано, залежно від міри реалізації відповідних елементів на підприємствах різних розмірів. Зокрема, для мікропідприємств ресторанного бізнесу важливо підсилити такі елементи лідерства, як оптимізація кадрів та розвиток персоналу, прийнятність стилю управління; малих підприємств – прийнятність стилю управління, формування корпоративної культури; середніх підприємств – формування корпоративної культури, оптимізація кадрів та розвиток персоналу.

Передумови для покращення зазначених елементів існують, адже працівники підприємств визначають наявне на підприємствах середовище щодо формування та реалізації лідерства як загалом сприятливе. Так вважають 48,4 % опитаних.

При цьому ще 24,2 % вважають середовище абсолютно сприятливим. Лише 17,7 % респондентів визначили середовище реалізації лідерства як сприятливе, але з великою кількістю перешкод. Очевидно, керівникам підприємств потрібно детальніше вивчити ситуацію з перешкодами формування і реалізації лідерства, аби в найближчій перспективі їх повністю усунути. Наразі головними вадами реалізації лідерства на підприємствах ресторанного господарства Полтавської області залишаються авторитарний стиль керівництва (рівень цієї перешкоди для середніх підприємств галузі становив 0,42 (за шкалою 0-1), мікропідприємств – 0,29, малих підприємств – 0,25), недостатність кваліфікованих кадрів (0,57 для мікропідприємств), недостатність підготовки і розвитку кадрів (0,25 для малих підприємств, 0,21 для середніх підприємств).

Деяко слабшими, втім все ж наявними перешкодами реалізації потенціалу лідерства на підприємствах ресторанного господарства також залишаються відсутність належної мотивації персоналу, технологічна ізоляваність працівників та недостатність комунікації між ними, висока зайнятість. Відтак, констатуємо, що важливий напрям реалізації лідерства на підприємствах галузі тісно пов'язаний із підготовкою кваліфікованих кадрів і розвитком персоналу.

Цьому сприяє й загалом позитивне ставлення на підприємствах до лідерів. Так, 59,7 % опитаних у більшій мірі позитивно сприймають формальних лідерів та 54,8 % – неформальних.

Ще 30,6 % повністю сприймає і підтримує неформальних лідерів та 20,9 % – формальних. Показники несприйняття лідерства виявилися доволі низькими: повністю негативно ставиться до неформального лідерства 3,3 % респондентів, а в більшій мірі негативно – 4,8 % для неформального та 3,3 %

формального лідерства. Вважаємо хороше ставлення персоналу до лідерів позитивним аспектом і необхідною передумовою для накопичення і в подальшому ефективного використання його потенціалу.

Та все ж часткове несприйняття лідерства на підприємствах ресторанного господарства області наявне. Аналіз його причин дав такі результати. Головними чинниками, які до цього призводять, є неоднакове ставлення керівництва до персоналу (20,9 %), несправедливий розподіл обов'язків (19,4 %) та несправедлива винагорода за працю (16,1 %).

Сумарно названі три чинники більш ніж на 50 % визначають причини несприйняття лідерства, що вагомо. Відтак, керівникам підприємств потрібно більшу увагу приділити взаємовідносинам "керівник – підлеглий" і максимально технологічно стандартизувати ці процеси. Такі заходи сприятимуть підвищенню рівня довіри і позитивному ставленню до лідерів. Водночас ефективність реалізації потенціалу лідерства на аналізованих підприємствах ресторанного господарства доволі висока. Зокрема, 62,9 % опитаних визначили рівень реалізації потенціалу лідерства як високий (75-99 %). Втім, достатньо високий відсоток залишилося й тих, що вважають ефективність реалізації потенціалу лідерства низькою. Зокрема, 17,7 % персоналу підприємств оцінює міру реалізації потенціалу на рівні 20-49 %. Це свідчить про те, що недоліки у такій роботі все ще залишаються.

Про відповідні прогалини більш детально свідчать результати опитування відносно рівня реалізації потенціалу за характеристиками лідерства. Зокрема, встановлено, що керівництву підприємств незадовільними потрібно визнати такі характеристики лідерів, як зацікавленість у зростанні організації (35,65 %), делегування повноважень (38,39 %), визнання досягнень всіх працівників (45,16 %), здатність до співпраці (46,13 %), інноваційність і схильність до ризику (49,19 %).

Власне, такі недоліки, якими наділені лідери підприємств, і призводять до формування в персоналі недовіри як до формальних, так і до неформальних лідерів, не дозволяють у повній мірі реалізувати потенціал лідерства та його позитивний вплив на ефективність управління персоналом підприємств. Вважаємо, що це також є однією з причин все ще невисоких характеристик впливу лідерства на ефективність функціонування підприємств ресторанного господарства. Так, встановлено, що в найбільшій мірі позитивно позначається реалізація потенціалу лідерства на впровадженні на практиці креативних здібностей персоналу та інтелектуального капіталу (33,9 % опитаних вважає, що лідерство на понад 70 % позитивно позначається на цій характеристиці), а також зміцненні конкурентоспроможності послуг підприємств (відповідний показник становив 14,5 %) (табл. 1).

Таблиця 1

Результати оцінювання впливу лідерства на ефективність управління персоналом та розвиток підприємств ресторанного господарства Полтавської області станом на початок 2017 р., %

Підприємства	Напрями ефективності				
	психофізіологічна працездатність, продуктивність праці та економічна активність персоналу	реалізація креативних здібностей персоналу та інтелектуального капіталу	професійно-кваліфікаційний розвиток персоналу	конкурентоспроможність послуг	соціально-трудова компонента корпоративної культури
Додаткового впливу не спостерігається	9,7	3,2	27,4	-	11,3
Лідерство позначається, але у доволі малій мірі (сприяє приросту рівня до 15 %)	67,7	12,9	51,6	24,2	35,5
Лідерство позначається, але в середній мірі (сприяє приросту рівня на 16-35 %)	17,7	22,6	17,7	25,8	20,9
Лідерство доволі значимо позначається (сприяє приросту рівня на 35-70 %)	4,8	27,4	3,2	35,5	32,3
Лідерство визначає приріст рівня на понад 70 %	-	33,9	-	14,5	-

Натомість потрібно констатувати про низьку ефективність впливу лідерства на професійно-кваліфікаційний розвиток персоналу. Зокрема, на низький (до 15 %) вплив лідерства на цю характеристику вказали 79 % опитаних. На жаль, немає наразі на аналізованих підприємствах ресторанного господарства належного впливу лідерства і на продуктивність, ефективність праці та психофізіологічну готовність до праці (низький (до 15 %) рівень впливу лідерства на цю характеристику визначили 67,7 % опитаних та ще 9,7 % вказали на відсутність такого зв'язку). Слабо позначається лідерство і на покращенні соціально-трудової компоненти корпоративної культури підприємств, зокрема так вважає майже половина (46,8 %) опитаних.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, є підстави до висновку, що визначені недоліки знижують ефективність та здатність підприємств реалізувати вплив лідерства на управління персоналом і мають стати головними напрямками та стратегічними пріоритетами для керівників підприємств відносно реалізації дієвої політики, спрямованої на значно більш ефективне використання лідерства відносно управління персоналом. У значній мірі недостатньо ефективне функціонування підприємств ресторанного господарства обумовлене недостатньою реалізацією потенціалу лідерства. Хоча на підприємствах й наявні позитивні висліди, за багатьма аспектами лідерства спостерігаються недоліки, над усуненням яких слід працювати.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойко С. Політичне лідерство в Україні: генезис і динаміка розвитку / С. Бойко // Політичний менеджмент. – 2011. – № 6. – С. 91-100.
2. Борщ Л. В. Економічні засади та інноваційні технології формування й використання лідерського потенціалу / Л. В. Борщ // Економіка та право. – 2012. – № 12. – С. 20-28.
3. Мартиненко М. М. Люди як елемент організації: поведінка, влада, лідерство / М. М. Мартиненко // Основи менеджменту : підручник. – К. : Каравела, 2008. – 424 с.
4. Міляєва В. Р. Розвиток лідерського потенціалу в процесі формування управлінської компетентності керівників навчальних закладів В. Р. Міляєва // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. – 2014. – № 1. – С. 34-40.

5. Нестуля С. І. Емоційне лідерство – новий напрям у лідерології XXI ст. / С. І. Нестуля // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – Серія: Економічні науки. – 2010. – № 40. – С. 77-83.

6. Нестуля О. О. Лідерство за визначенням “артхашастри” Каутільї / О. О. Нестуля // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – Серія: Економічні науки. – 2012. – № 2(53). – С. 112-119.

7. Скібіцька Л. І. Лідерство та стиль роботи менеджера : навч. посібник / Л. І. Скібіцька. - К. : Центр учб. л-ри, 2009. - 192 с.

8. Старовойтова Г. М. Харизматичне лідерство як предмет соціально-філософського розгляду / Г. М. Старовойтова // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Серія: Гуманітарні науки. – 2012. – № 2. – С. 84-90.

REFERENCES

1. Boyko, V. V. (2011), *Politychne liderstvo v Ukraini: henezys i dynamika rozvytku, Politychnyj menedzhment*, № 6, s. 91-100.
2. Borshch, L. V. (2012), *Ekonomichni zasady ta innovatsiyni tekhnolohiyi formuvannya y vykorystannya liders'koho potentsialu, Ekonomika ta pravo*, № 12, s. 20-28.
3. Martynenko, M. M. (2008), *Lyudy yak element orhanizatsiyi: povedinka, vlada, liderstvo, Osnovy menedzhmentu*, Kyiv, Karavela.
4. Milyayeva, V. R. (2014), *Rozvytok liders'koho potentsialu v protsesi formuvannya upravlins'koyi kompetentnosti kerivnykiv navchal'nykh zakladiv, Visnyk Natsional'noi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy*, № 1, s. 34-40.
5. Nestulya, S. I. (2010), *Emotsiyne liderstvo – novyy napryam u liderolohiyi XXI st., Naukovyj visnyk Poltav's'koho universytetu spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy*, Seriya: Ekonomichni nauky, № 40, s. 77-83.
6. Nestulya, O. O. (2012), *Liderstvo za vyznachenymy “artkhashasty” Kautil'yi, Naukovyj visnyk Poltav's'koho universytetu ekonomiky i torhivli*, Seriya: Ekonomichni nauky, № 2(53), s. 112-119.
7. Skibits'ka, L. I. (2009), *Liderstvo ta styl' roboty menedzhera*, Kyiv, Tsentr uchb. l-ry.
8. Starovoytova, H. M. (2012), *Kharyzmatychno liderstvo yak predmet sotsial'no-filosofs'koho roz'hlyadu, Visnyk Donets'koho natsional'noho universytetu ekonomiky i torhivli im. M. Tugan-Baranov's'koho*, Seriya: Humanitarni nauky, № 2, s. 84-90.

Кліпкова О. І.,

к.е.н., старший викладач кафедри економіки і менеджменту, Відокремлений структурний підрозділ “Інститут інноваційної освіти Київського національного університету будівництва і архітектури”, м. Львів

ОПТИМІЗАЦІЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЧЕРЕЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ

Анотація. Актуальність статті полягає у необхідності формування нових підходів до оптимізації операційної діяльності підприємства, зокрема за рахунок впровадження в управління логістичних концепцій. Метою статті є обґрунтування доцільності використання логістичних концепцій управління з метою оптимізації, зростання ефективності оптимізації та зростання ефективності результатів діяльності підприємства. Застосовано аналітичні методи дослідження, що дозволяють у повній мірі висвітлити шляхи досягнення поставленої мети. В статті здійснено порівняльну характеристику понять “оптимальність” та “ефективність”. Досліджено поняття операційної діяльності підприємства. Окреслено цілі логістичної діяльності, зокрема напрями управління ресурсами та логістичними витратами. Проаналізовано, які критерії логістичних концепцій та підходів стануть вирішальними для їх впровадження на вітчизняних підприємствах.

Ключові слова: оптимальність, ефективність, операційна діяльність, матеріальні потоки, логістичні витрати, логістичні концепції.

Klipkova O. I.,

Ph.D., Senior Lecturer of the Department of Economics and Management, Separate structural unit of the “Institute of Innovative Education of Kyiv National University of Construction and Architecture”, Lviv

OPTIMIZATION OF OPERATING ACTIVITY OF THE ENTERPRISE THROUGH THE IMPLEMENTATION OF THE LOGISTIC CONCEPT OF MANAGEMENT

Abstract. The topicality of the article is in the need to formulate new approaches to optimizing the operating activities of the enterprise, in particular through the introduction of logistic concepts into the management. The purpose of the article is to substantiate the feasibility of using the logistic concepts of management with the aim of optimization, increase the efficiency of optimization as well as the efficiency of enterprise performance. Analytical research methods have been applied, which allow to fully highlight ways to achieve the goal. The article gives a comparative description of the concepts of "optimality" and "efficiency". The concept of operating activity of the enterprise is investigated. The purposes of logistics activities, in particular directions of resource management and logistics costs, are outlined. It is analyzed, what criteria of logistic concepts and approaches will be decisive for their implementation at domestic enterprises.

Key words: optimality, efficiency, operational activity, material flows, logistics costs, logistic concepts.

Постановка проблеми. У результаті зростання ефективності основної (виробничої, комерційної, сервісної тощо) діяльності підприємства отримують можливість скорочувати витрати і, як наслідок, генерувати більші прибутки. Проблематика забезпечення постійного зростання прибутковості підприємства залежить від вдалого поєднання набутого досвіду виробничої діяльності підприємств із новітніми логістичними концепціями управління його діяльністю.

Ефективна операційна діяльність підприємства сприятиме задоволенню інтересів усіх зацікавлених груп економічних суб'єктів: власників бізнесу, персоналу, держави, споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми оптимальності управління та ефективності діяльності підприємств досліджували У. Паретто, В. Петті, Ф. Кене, Г. Емерсон, А. Куценко, Р. Кушнір, А. Стельмащук, Н. Луцька, С. Мочерний, С. Габор. Логістичним концепціям як складовим

оптимізаційного підходу до управління присвячу-вали свої дослідження Є. Крикавський, Б. А. Ани-кин, О. Вишнеvsька, Т. Двойнісюк, С. Шигида, Л. Фро-лова, С. Нікчич, Я. Колодка, О. Тридід, А. Каль-ченко, К. Ковальов.

Постановка завдання. Основним завданням, яке поставлене при написанні статті, є обґрунту-вання доцільності оптимізації операційної діяль-ності у різних формах логістичних концепцій до її здійснення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття ефективності управління нерозривно пов'я-зано з визначенням змісту його цілей. У найбільш загальному уявленні ефективність – це ступінь до-сягнення мети або відношення досягнутого резуль-тату до поставленої мети. Нерідко поняття “ефек-тивність” пов’язується, а іноді й ототожнюється, з поняттям “оптимальність”. Останнє, однак, характе-ризує насамперед шлях досягнення мети, тобто показує, якою ціною досягнуто того чи іншого результату, чи не завеликі витрати, побічні наслідки вибраного способу вирішення проблеми. Поняття ефективності та оптимальності зближуються і навіть можуть стати тотожними, якщо шлях досягнення мети буде викладений в її змісті (табл. 1).

Найбільш пристосоване визначення “оптималь-ності” було сформовано у теорії граничних величин. Маржинальний підхід зумовлює можливість вивчати

ефективність та оптимальність на зламі вико-ристання факторів виробництва та споживання благ.

Подібне визначення ефективності називають **оптимальністю за Паретто**. Так, для максимізації суспільного добробуту потрібні три умови:

1) розміщення ресурсів між галузями і фірмами, здатне забезпечити виробництво набору продуктів, найкращим чином відповідного структури плато-спроможного попиту на них;

2) обсяг випущеної продукції, при якому всі економічні ресурси використовуються максимально (по межі виробничих можливостей);

3) розподіл благ між споживачами, коли кожен оптимально задовольняє свої споживчі потреби (природно, в межах своєї платоспроможності).

В економічних системах оптимальність визнача-ється головним чином витратами на одержання одного і того ж результату. Природно, що оптималь-ним буде шлях досягнення поставленої мети, яка потребує найменших витрат. У системах, які мають власне соціальні, а не економічні (виробничі) цілі, саме поняття витрат набуває також соціального значення. Тому економічний аспект їхнього функціо-нування не може відображати ступінь досягнення соціальних цілей.

Оптимізація операційної діяльності полягає у виявленні сильних та слабких сторін діяльності під-приємства, поточних ризиків та існуючих контр-ольних заходів, визначенні оптимального обсягу виробництва і можливостей для підвищення опера-ційної ефективності та зниження витрат.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика визначень категорій “ефективність” та “оптимальність”

Автори	Визначення	Автори	Визначення
В. Петті, Ф. Кене [1]	Ефективність – результатив-ність управління стосовно дій суб’єкта управління - уряду держави	Р. Кушнір [2]	Категорія “оптимальність” здатна включати опис та прогноз динаміч-ної складності, яка виникає в резуль-таті високого рівня невизначеності деталей поведінки конкурентів, парт-нерів та обставин.
А. Куценко [3]	Ефективність – економічна категорія, яка визначає спів-відношення результату до визначеного виду витрат	А. Стельмащук [4]	Найчастіше використовують розу-міння оптимального управління в контексті забезпечення мінімуму споживання ресурсів, досягнення максимальних характеристик об’єк-тів або в розумінні мінімуму часу для маневру переходу із одного ста-ну в інший.
Г. Емерсон, А. Куценко [5]	Ефективність – основна ме-та управління, яка визначає зв’язок з функціональністю підприємства	Н. Луцька [6]	Термін “оптимальний” означає най-кращий в сенсі деякого критерію ефективності.
С. Мочерний, С. Габор [7]	Ефективність – здатність приносити ефект, результа-тивність процесу, проекту тощо, які визначаються як відношення ефекту, резуль-тату до витрат, що забез-печили цей результат	У. Паретто [8]	Оптимальність – це стан речей, який виключає поліпшення і не потребує аттракторів. На цій підставі вимі-рюється дистанція від оптимуму до конкретних станів світу і пропо-нуються рекомендації по наблизжен-ню до оптимуму.

Рішення про стратегію операційної діяльності підприємства приймається на основі місця підприємства на ринку, наявних чи майбутніх конкурентних переваг та технічних і фінансових можливостей. Операційна діяльність здійснюється групою працівників і складається з сукупності технологічно пов'язаних між собою операцій, об'єднаних єдністю кінцевої продукції. Кожна операція поділяється на робочі прийоми, що, в свою чергу, складаються з робочих рухів [9].

Напрями оптимізації операційної діяльності підприємства визначаються пріоритетами підприємства і можуть набувати вигляду планування обсягу випуску та обсягу продажу, що, в свою чергу, залежить від ефективності організації торгово-технологічних процесів та ступеня використання наявного ресурсного потенціалу. На основі цього підходу розрізняють поточні витрати виробничого та фінансового характеру. І в зв'язку з тим, що вони не взаємозамінні, допускається використання диференційованих методів управління. Частина поточних витрат виробничого характеру формує собівартість продукції. Витрати на сировину та матеріали оптимізуються на основі обсягів виробництва окремих видів продукції та технологічно обґрунтованих норм витрат на одиницю продукції.

Логістика включає принципи та методи, які дають змогу планувати, контролювати й управляти операціями, що виникають у процесі транспортування продукції до споживача відповідно до його вимог [10].

Оптимізаційні моделі на підприємстві тісно пов'язані з узгодженням матеріально-технічних потоків у часі й просторі, тобто з логістичними концепціями управління діяльністю підприємства. Однією з основних функціональних сфер, придатних для застосування інструментарію логістики, є основна операційна діяльність підприємств, до якої можна застосовувати інструментарій виробничої (внутрішньовиробничої) логістики з метою оптимізації розмірів підприємств [11].

Виявлено, що логістика з позицій бізнесу є інтегральним інструментом менеджменту, який сприяє досягненню стратегічних, тактичних або оперативних цілей організації бізнесу за рахунок ефективного, з точки зору зниження загальних затрат і задоволення вимог кінцевих споживачів до якості продукції й послуг, управління матеріальними і сервісними потоками, а також супутніми потоками інформації й фінансових засобів [12].

У процесі здійснення аналізу та оцінювання логістичних витрат принципово важливим стає комплексний підхід, який розкривається в трьох характеристиках концепції логістичних витрат:

- а) пріоритет глобальних логістичних витрат;
- б) об'єктивне існування співзалежності складових логістичних витрат;
- в) недопущення та елімінація субоптимізації.

Застосування концепції глобальних витрат вимагає дотримання основ одночасного розгляду всіх витратних позицій у сенсі прийняття логістичних рішень.

Такий принцип виникає із співзалежності окремих складових логістичних витрат. Прийняття будь-якого логістичного рішення, яке переслідує досягнення певної цілі, вимагає ідентифікації конфлікту цілей, що дасть змогу ідентифікувати й оцінити конфлікт витрат.

За допомогою концепції співзалежності складових логістичних витрат глобальний системний підхід до логістики визнає, що, змінюючи логістичну діяльність, можна спричинити зростання одних витрат і зменшення інших [13].

Слід зазначити, що під логістичними витратами вважають витрати, пов'язані з рухом та зберіганням товарно-матеріальних цінностей від первинного джерела до кінцевого споживача. До складу логістичних витрат підприємства, окрім фактичних витрат, слід віднести втрати прибутку від іммобілізації оборотних коштів (виробничих запасів, незавершеного виробництва, готової продукції), збитки підприємства від невідповідного рівня якості ресурсів та готової продукції на всіх етапах проходження логістичного ланцюга – починаючи від постачання і закінчуючи розподілом продукції підприємства [14].

По відношенню до фаз просторово-часового переміщення матеріальних, інформаційних і фінансових потоків можливо розглядати елементи логістичних витрат у складі чотирьох груп, таких як:

1. Витрати фази постачання.
2. Витрати фази виробництва.
3. Витрати фази дистрибуції.
4. Витрати фази утилізації та/чи рециркулювання відходів.

Стратегічними цілями логістичної діяльності підприємств, які слід реалізовувати тактично, в процесі поточної діяльності, є:

- 1) мінімізація часу переміщення усіх видів запасів (матеріалів, напівфабрикатів, готової продукції);
- 2) забезпечення найнижчого, але акцептованого рівня логістичних витрат;
- 3) мінімізація рівня запасів;
- 4) забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів.

Концепція як базове поняття являє собою систему поглядів, певне усвідомлення явищ та процесів. Логістичні концепції дозволяють на єдиній методологічній основі визначити властивості та характеристики логістичних процесів, закономірності формування та розвитку товарних ринків, встановлення функцій господарської діяльності в системі ринкових відносин. У залежності від рівня організації виробництва використовують такі концепції витрат, як:

1. Концепція загальних витрат у фізичному розподілі - суть полягає у можливості перегрупування затрат товароруку таким чином, що загальний рівень подібних затрат зменшиться, незважаючи на можливе збільшення їх на окремих етапах товароруку. Сутність подібного підходу полягає у можливості визначення варіанта перерозподілу витрат при дистрибуції таким чином, щоб їх загальний рівень у ході просування продукції до кінцевого споживача в кінцевому підсумку зменшувався. Метою організації є

пошук компромісних варіантів між витратами на окремих ланках дистрибутивної мережі. Концепція загальних логістичних витрат стала базовою для розвитку методології прийняття оптимальних логістичних рішень в управлінні збутовою діяльністю, а в подальшому у всій структурі підприємництва [15].

2. Концепція MRP (планування потреби в матеріалах) - передбачає скорочення запасів на всіх етапах виробничого процесу і дозволяє значно скоротити витрати виробництва і підвищити оборотність капіталу (рис. 1) [16].

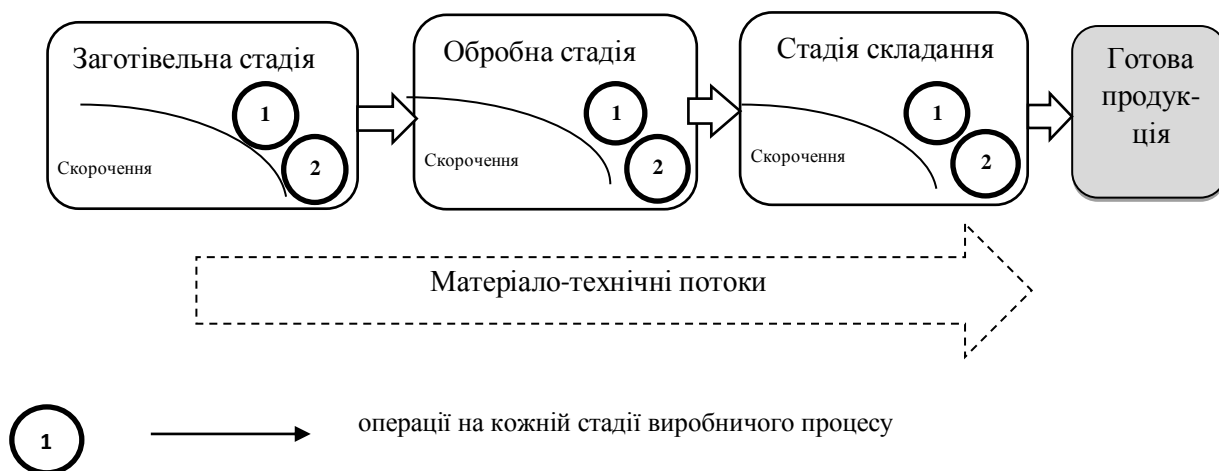


Рис. 1. Концепція MRP на схемі виробничого процесу підприємства

Джерело: авторська розробка

Основними цілями систем MRP є задоволення потреби у матеріалах, компонентах та напівфабрикатах для планування виробництва та доставки готової продукції споживачам, підтримка низького рівня запасів матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва, готової продукції, планування виробничих операцій, графіків доставки, закупівельних операцій. Лише при інформатизованості виробництва використання такої концепції дає можливість оптимізувати операційну діяльність підприємства.

Замовлення залежать від специфікованих за номенклатурою обсягів вимог матеріальних ресурсів для ділянок виробництва та часу доставки їх на робочі місця. Отже, типовий набір документів для системи MRP містить: специфіковані за номенклатурою, обсягом і часом вимоги матеріальних ресурсів, які замовляються у постачальників, зміни, які необхідно внести у виробничий розклад, анульовані вимоги готової продукції, матеріальних ресурсів, стан системи MRP. Обмеженнями використання зазначеної системи можна вважати: значний обсяг обчислень, підготовки та попередньої обробки великого обсягу вхідної інформації; зростання логістичних витрат на обробку замовлень і транспортування за умов прагнення фірми зменшити рівень запасів; нечутливість до короткочасних змін попиту, оскільки вони базуються на контролі та поповненні запасів у фіксованих точках проходження замовлення; значна кількість відмов у системі через її велику розмірність та перевантаженість [17].

3. Концепції “Lean production” (точно в термін), сутність яких полягає у поєднанні таких логістичних компонентів, як висока якість, невеликий розмір виробничих партій та низький рівень запасів, висококваліфікований персонал та гнучке обладнання. В цій технології поєднані переваги масового виробництва і дрібносерійного, що дозволить досягти високої якості продукції, низьких виробничих витрат, швидкої реакції на попит, оперативного налагодження обладнання. Базовими елементами логістичного процесу в даній концепції можна вважати:

- а) скорочення підготовчо-заклучного часу;
- б) зменшення розмірів партій продукції;
- в) скорочення основного виробничого часу;
- г) контроль за якістю всіх виробничих процесів;
- д) наявність надійних постачальників;
- е) еластичні поточні процеси;
- є) витягуючий принцип організації системи.

4. Концепція QR (швидке реагування на попит) - полягає в оцінці попиту в реальному масштабі часу і якомога ближче до кінцевого споживача. Реалізація даного методу логістичного управління стала можливою після появи таких інформаційних технологій, як електронний документообіг, штрихове кодування та технології електронних продаж. За допомогою сканування штрихових кодів програма збирає дані про реальні продажі продукції, потім ці відомості передаються постачальникам та виробникам продукції. Швидке реагування націлене передусім на максимальне скорочення часу реакції логістичної системи на зміну попиту. На основі інформації про попит формуються оптимальні дані про рівні запасів і часу виконання замовлення. Переваги для роздрібного споживача – зниження витрат, зниження запасів, прискорення руху товарних запасів, задоволення покупців, збільшення обсягів продаж, посилення конкурентних переваг.

Переваги для постачальників – зниження витрат, більш передбачувані виробничі цикли, збільшення частоти замовлень, можливість відслідковувати

обсяги продаж у роздрібній торгівлі, краще прогнозування, посилення конкурентних переваг [17].

5. Концепція CR (безперервне поповнення запасів) - призначена для усунення необхідності в замовленнях на готову продукцію для поповнення запасів. Відповідно до даного плану постачальник заповнює запаси роздрібних покупців на підставі інформації, поданої продавцем.

Це макрологістичні концепції, що покликані відслідковувати попит, реагувати на його зміни та створювати правила поповнення запасів готової продукції на складах чи в роздрібній мережі. Відмінності між ними полягають у засобах, які вони використовують.

- невеликі обсяги виробництва готової продукції й поповнення запасів;

- відносини по закупівлях матеріальних ресурсів із невеликим числом надійних постачальників та перевізників;

- ефективна інформаційна підтримка.

Ключовими елементами KANBAN виступають:

- раціональна організація та збалансованість виробництва;

- партнерство тільки з надійними постачальниками;

- підвищена професійна відповідальність та висока трудова дисципліна всього персоналу.



Рис. 2. Схема мікрологістичної системи KANBAN

Джерело: авторська розробка

Особливе значення в управлінні діяльністю підприємства має концепція KANBAN, розроблена корпорацією "Тойота Моторс" – концепція "точно-вчасно". Вона аргументує побудову логістичної системи у виробництві, постачанні та дистрибуції, базовану на синхронізації процесів доставки матеріальних ресурсів і готової продукції в необхідних кількостях на той час, коли ланки логістичної системи мають у них потребу з метою мінімізації витрат, пов'язаних із створенням запасів (рис. 2).

Основні риси концепції:

- мінімальні запаси матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва, готової продукції;

- короткі виробничі (логістичні) цикли;

Сутність мікрологістичної концепції KANBAN полягає у тому, що всі виробничі підрозділи, включаючи лінії кінцевого складання, забезпечуються матеріальними ресурсами тільки в тій кількості, яка необхідна для виконання замовлення, заданого підрозділом-споживачем. На відміну від традиційного підходу до виробництва, структурний підрозділ-виробник не має твердого графіка виробництва, а оптимізує свою роботу в межах замовлення підрозділу фірми, що здійснює операції на наступній стадії виробничо-технічного циклу.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Саме ефективне логістичне управління є одним із важливих чинників

реалізації конкурентного потенціалу підприємств. Теоретико-методологічні й прикладні напрацювання підприємницької логістики активно впроваджуються в операційну та стратегічну діяльність організацій в усіх галузях економіки.

Дедалі відчутнішою стає необхідність у розвитку і впровадженні в практику логістичних інформаційних систем, що дозволили б органічно об'єднати в єдине ціле усі логістичні підсистеми. Це зумовлено тим, що інформація на сучасному рівні розвитку – самостійний виробничий чинник, потенційні можливості якого відкривають широкі перспективи для зміцнення конкурентоспроможності підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Проблема ефективності в современной науке / [под ред. А. Д. Урсула]. – Кишинев, 1985. – 256 с.
2. Кушнір Р. Оцінювання оптимальності інноваційної продукції машинобудівного підприємства / Р. Кушнір // Економічний аналіз. – 2012. – Вип. 10. – Ч. 3. – С. 308-311.
3. Куценко А. В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України : монографія / А. В. Куценко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 205 с.
4. Стельмашук А. М. Державне регулювання економіки : навч. посібник / А. М. Стельмашук. – Тернопіль : ТАНГ, 2000. – 315 с.
5. Эмерсон Г. Двенадцать принципов производительности / Эмерсон Г. – М. : Экономика, 1992. – С. 134.
6. Луцька Н. М. Оптимальні системи управління : конспект лекцій для студ. напряму підготовки 6.050202 “Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології” проф. спрямування “Автоматизоване управління технологічними процесами” ден. та заоч. форм навч. / Н. М. Луцька. – К. : НУХТ, 2013. – 44 с.
7. Габор С. С. Ефективність як економічна категорія / С. С. Габор, В. С. Габор // Інноваційна економіка. – 2012. – №7. – С. 14-17.
8. Економічна теорія / О. І. Кліпкова, І. А. Канцір, О. О. Цебенко, Н. І. Козьмук. – Львів : В-во “Сполом”, 2015. – 345 с.
9. Логистика : учеб. пособ. / Б. А. Аникин [и др.]; [под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной]. – М. : Проспект, 2008. – 408 с.
10. Вишневецька О. М. Особливості логістичних систем сільськогосподарських підприємств / О. М. Вишневецька, Т. В. Двойнісіук, С. В. Шигида // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 7. – С. 106-109.
11. Фролова Л. В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством : монографія / Л. В. Фролова. – Донецьк : ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2005. – 322 с.
12. Колодка Я. В. Оптимізація витрат / Я. В. Колодка // Інноваційна економіка. – 2014. – № 2. – С. 131-136.

13. Тридід О. М. Логістичний менеджмент : навчальний посібник / О. М. Тридід, К. В. Таньков. – Х. : ВД “Інжект”, 2005. – 134 с.

14. Кальченко А. Г. Логістика : підручник / А. Г. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2003. – 234 с.

15. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії : підручник / Є. В. Крикавський. – Львів : НУ “Львівська політехніка”, “Інтелект-Захід”, 2004. – 237 с.

16. Ковальов К. Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть / К. Ковалев, С. Уваров, И. Щеглов. – Спб. : Питер, 2007. – 20 с.

REFERENCES

1. Ursula, A. D. (1985), *Problema efektyvnosti v sovremennoi nauke*, Kyshynev, 256 s.
2. Kushnir, R. (2012), *Otsiniuvannia optymalnosti innovatsiinoi produktsii mashynobudivnoho pidpriemstva*, *Ekonomichnyi analiz*, № 10, s. 308-311.
3. Kutsenko, A. V. (2008), *Orhanizatsiino-ekonomichnyi mekhanizm upravlinnia efektyvnosti diialnosti pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy*, RVV PUSKU, Poltava, 205 s.
4. Stelmashchuk, A. M. (2000), *Derzhavne rehu-liuvannia ekonomiky*, TANH, Ternopil, 315 s.
5. Emerson, H. (1992), *Dvanadtsiat pryntsypiv produktyvnosti*, *Ekonomika*, M., 134 s.
6. Lutska, N. M. (2013), *Optymalni systemy upravlinnia: konspekt lektsii dlia stud. napriamu pidhotovky 6.050202 “Avtomatyzatsiia ta kompiuterno-intehrovani tekhnolohii” prof. spriamuvannia “Avtomatyzovane upravlinnia tekhnolohichnymy protsesamy”*, NUKhT, K., 44 s.
7. Habor, S. S. (2012), *Efektyvnist yak ekonomich-na katehoriia*, *Innovatsiina ekonomika*, №7, s. 14-17.
8. Klipkova, O. I. Kantsir, I. A. Tsebenko, O. O. and Kozmuk, N. I. (2015), *Ekonomichna teoriia, V-vo «Spolom»*, Lviv, 345 s.
9. Anykyn, B. A. and Rodkynoi, T. A. (2008), *Lohistyka, Prospekt*, M., 408 s.
10. Vyshnevskya, O. M. Dvoynisiuk, T. V. and Shyhyda, S. V. (2015), *Osoblyvosti lohistychnykh system silskohospodarskykh pidpriemstv, Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, № 7, s. 106-109.
11. Frolova, L. V. (2005), *Mekhanizmy lohistychnoho upravlinnia torhovelnykh pidpriemstvom*, DonDUET im. M. Tuhan-Baranovskoho, Donetsk, 322 s.
12. Kolodka, Ya. V. (2014), *Optymizatsiia vytrat, Innovatsiina ekonomika*, № 2, s. 131-136.
13. Trydid, O. M. and Tankov, K. V. (2005), *Lohistychni menedzhment*, VD “Inzhekt”, Kh., 134 s.
14. Kalchenko, A. H. (2003), *Lohistyka*, K., 234 s.
15. Krykavskiy, Ye. V. (2004), *Lohistyka. Osnovy teorii*, NU “Lvivska politekhnika”, “Intelekt-Zakhid”, Lviv, 237 s.
16. Kovalov, K., Uvarov, S. and Shcheglov, I. (2007), *Lohistyka v rozdrinni torhivli: yak pobuduvaty efektyvnu merezhu*, Spb, Pyter, 20 s.

*Грищенко І. В.,
викладач кафедри гуманітарних і фундаментальних дисциплін, Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ, м. Вінниця*

*Білецька Н. В.,
к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, оподаткування та торгівельного підприємництва, Вінницький інститут конструювання одягу і підприємництва, м. Вінниця*

*Клівіденко Л. М.,
к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів і кредиту, Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ, м. Вінниця*

ФАКТОРИ І ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** У статті відмічено, що в процесі забезпечення вимог інноваційного розвитку підприємств найбільш актуальною є наявність інноваційного потенціалу, який формується з наступних складових: наукового, технічного, фінансового, інтелектуального й інформаційного потенціалу. Науковий потенціал являє собою сукупність технічних власних і придбаних розробок та винаходів. Технічний потенціал обумовлюється технічним станом інфраструктурних можливостей підприємств, впровадженням і використанням передових новинок техніки і технологій. Фінансовий потенціал формується під впливом внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, які дозволяють йому залучати прямі й непрямі інвестиції, здійснювати пошук способів і джерел фінансування інноваційної діяльності, мобілізувати зовнішні й внутрішні фінансові ресурси. Інтелектуальний потенціал підприємства обумовлюється наявністю у нього інтелектуального капіталу, тобто сукупності знань, навичок і виробничого досвіду співробітників. Інформаційний потенціал обумовлює наявність нематеріальних активів, що включають патенти, бази даних, програмне забезпечення, товарні знаки та ін., які продуктивно використовуються в цілях інтенсифікації інноваційної діяльності.*

Ключові слова: інновації, інноваційний потенціал, науковий потенціал, технічний потенціал, фінансовий потенціал, інтелектуальний потенціал, інформаційний потенціал.

*Grischenko I. V.,
Lecturer, Department of Humanitarian and Fundamental Disciplines, Vinnytsya Educational & Scientific Institute of Economics of Ternopil National Economic University, Vinnytsya*

*Biletska N. V.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Taxation and Trade Entrepreneurship, Vinnytsya Institute of Clothes Design and Entrepreneurship, Vinnytsya*

*Klivenko L. M.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of Department of Finances and Credit, Vinnytsya Educational & Scientific Institute of Economics of Ternopil National Economic University, Vinnytsya*

FACTORS AND PRINCIPLES OF FORMATION OF INNOVATIVE POTENTIAL OF AN ENTERPRISE

Abstract. The article reveals that in the process of ensuring the requirements of innovative development of enterprises the most urgent is the availability of innovative potential, which is formed from the following components: scientific, technical, financial, intellectual and informational potential. Scientific potential is a set of technical own and purchased developments and inventions. The technical potential is determined by the technical state of the infrastructure facilities of enterprises, the introduction and use of advanced innovations in equipment

and technologies. Financial potential is formed under the influence of the internal and external environment of the enterprise, which allows it to attract direct and indirect investments, to search for ways and sources of financing innovative activity, to mobilize external and internal financial resources. Intellectual potential of the enterprise is conditioned by the presence of its intellectual capital, that is, the totality of knowledge, skills and experience of employees. Informational potential determines the availability of intangible assets, including patents, databases, software, trademarks, etc., which are used effectively to intensify innovative activities.

Keywords: innovations, innovative potential, scientific potential, technical potential, financial potential, intellectual potential, informational potential.

Постановка проблеми. Інноваційна спрямованість розвитку підприємств України передбачає не тільки створення відповідних умов для розвитку безперервного процесу пошуку і практичної реалізації нових науково-технічних, технологічних і організаційно-економічних рішень у межах загальнодержавного регулювання, але і формування прозорих механізмів залучення інвестицій до кожної галузі, що забезпечуватиме фінансування модернізації й реконструкції інфраструктури підприємств.

Ефективна організація інноваційної діяльності підприємств базується насамперед на оцінці рівня інноваційного потенціалу як певної сукупності загальних і специфічних видів ресурсів, наявність яких обумовлює рівень готовності до розробки і впровадження технологічних інновацій. Активне формування і використання підприємством інноваційного потенціалу є запорукою підвищення інвестиційної привабливості в умовах інноваційного розвитку кожної галузі. Як наслідок, ефективне використання підприємством свого інноваційного потенціалу є одним із чинників підвищення його інвестиційної вартості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різноманітних аспектів інноваційного розвитку підприємств присвячені праці таких учених, як М. Данько, Р. Гертц, Р. Жіц, П. Завлін, З. Кладченко, Д. Кокурін, З. Кравченко, Б. Лісин, С. Матвейкин, О. Молчанова, А. Сурпн, А. Тріфілова, Б. Фрідлянов. Слід зазначити, що роботи даних авторів базуються на дослідженнях таких зарубіжних учених, як Я. Ван Дейн, П. Друкер, Р. Менш, Е. Менсфілд, Р. Робінсон, П. Уайт, А. Хемільтон, Й. Шумпетер та ін.

Оцінка різноманітних аспектів функціонування підприємств розглянута в працях наступних науковців: В. А. Барінов, Е. І. Борисов, Л. Д. Гительман, Е. Р. Говсієвіч, П. В. Бідолаг, В. І. Денісов, П. П. Боргів, В. Г. Кигушин, Л. А. Мелентьев, І. В. Недін, А. С. Некрасов, Л. Д. Хабачев та ін.

Проблеми управління й оцінки вартості підприємств розглянуті в працях багатьох вчених, зокрема Г. Ф. Графської, А. Г. Грязнової, Е. І. Нейман, Е. І. Овечкиної, Е. Г. Патрушевої, Л. Д. Ревуцького, М. А. Федотової та ін.

Але, звертаючи увагу на значну кількість наукових досліджень, присвячених проблемам функціонування підприємств, питання оцінки інноваційного потенціалу при формуванні інвестиційної вартості вивчені недостатньо як у теоретичному, так і практичному аспектах, що підтверджує актуальність і своєчасність даного дослідження.

Постановка завдання. В даний час відсутній комплексний підхід до формування та оцінки інноваційного потенціалу підприємств із урахуванням особливостей їх функціонування і перетворень, які відбуваються в галузях національної економіки, що підкреслює актуальність розробки методичного забезпечення оцінки інноваційного потенціалу з урахуванням вимог сучасної практики.

Виклад основного матеріалу дослідження. При реалізації політики інноваційного розвитку підприємствами і забезпечення відповідних умов для формування ефективної економічної системи необхідне забезпечення:

- технологічної інфраструктури;
- елементної й технічної бази;
- науково-технічної політики;
- комерційної інфраструктури ринку;
- нормативно-правової бази, зокрема правил функціонування оптового і роздрібного ринку [1, с. 302; 2, с. 57; 3, с. 48].

Тому для забезпечення даних вимог щодо інноваційного розвитку підприємств необхідно говорити про наявність інноваційного потенціалу, який формується з наступних складових: наукового, технічного, фінансового, інтелектуального й інформаційного потенціалу.

Науковий потенціал являє собою сукупність технічних (технологічних) власних і придбаних розробок та винаходів. Причому тут враховується також можливість і здатність підприємства знайти і придбати права на використання необхідних йому продуктів і технологій, а також проводити нові науково-дослідні роботи і здійснювати дослідно-конструкторські розробки [4, 87-88]. Специфічним видом ресурсів наукового потенціалу є науково-дослідні й дослідно-конструкторські розробки, які можуть проводитися спільно з науково-дослідними інститутами, вузами й іншими дослідницькими організаціями у процесі реалізації проектів по створенню активно-адаптивних систем, які мають практичне впровадження в господарську діяльність підприємств [5, с. 158].

Технічний потенціал обумовлюється технічним станом інфраструктурних можливостей підприємств, впровадженням і використанням передових новинок техніки і технологій, що забезпечують застосування нововведення на всіх етапах інноваційного циклу, перетворення його в нововведення або інновацію [6, 143-144]. Інноваційні проекти можуть бути успішно реалізовані тільки в межах модернізації й оновлення виробничих потужностей

підприємств, тому оновлені виробничі фонди на базі інноваційних технологій формуватимуть сукупність специфічних технічних ресурсів підприємства. Крім того, важливого значення у виробничій діяльності підприємств набуває показник фондівіддачі, що розраховується по показнику доходу, забезпеченого грошовим потоком. Дохід, забезпечений реальним грошовим потоком, є тією частиною валових грошових потоків підприємства, що співставна з реальним надходженням грошових коштів на рахунки підприємства, за вирахуванням кредитів, дебіторської заборгованості, тобто ефективність використання основних виробничих фондів визначатиметься тією реальною кількістю грошових коштів, які надходять на рахунки підприємства, в перерахунку на одну гривню, вкладену до його інфраструктури [7, с. 106].

Фінансовий потенціал формується під впливом внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, які дозволяють йому залучати прямі й непрямі інвестиції, здійснювати пошук способів і джерел фінансування інноваційної діяльності, мобілізувати зовнішні й внутрішні фінансові ресурси [8, с. 201]. Специфічним видом ресурсів фінансового потенціалу є той обсяг інвестицій, що може бути залучений до підприємства з різних джерел на цільове фінансування проектів, в котрих зацікавлені як держава, так і приватні інвестори.

Інтелектуальний потенціал підприємства обумовлюється наявністю у нього інтелектуального капіталу, тобто сукупності знань, навиків і виробничого досвіду співробітників, а також сукупністю можливостей по його підвищенню [9, с. 146].

Інформаційний потенціал обумовлює наявність нематеріальних активів, що включають патенти, бази даних, програмне забезпечення, товарні знаки та ін., які продуктивно використовуються в цілях інтенсифікації інноваційної діяльності [10, с. 148]. Специфічним видом ресурсів є ступінь розробленості й впровадження автоматичних систем обліку продукції, що дозволяє здійснювати дистанційний моніторинг обсягів продукції підприємства відповідно до потреб споживачів у кожній галузі економіки.

На формування і використання інноваційного потенціалу здійснюють вплив чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, а саме:

- державна політика у галузі економіки;
- державні заходи по забезпеченню доступу інноваційно-орієнтованих підприємств і установ до фінансування;
- фінансова підтримка державою інвестиційних проектів;
- нормативно-правова база регулювання інноваційної й інвестиційної діяльності;
- механізм державно-приватного партнерства в інноваційній сфері;
- свобода доступу зовнішніх інвесторів до ринку;
- галузева ідеологія застосування нових технологічних рішень на підприємствах;
- трансферт інноваційних технологій між підприємствами однієї галузі;
- інноваційна активність суб'єктів підприємницької діяльності на ринку.

Розглянуті чинники зовнішнього і внутрішнього впливу створюють сприятливу основу для формування і розвитку інноваційного потенціалу підприємства, але для ефективної реалізації програм інноваційного розвитку необхідний також ефективний розвиток механізмів державно-приватного партнерства. Наведена взаємодія обумовлена, з одного боку, зростаючими потребами підприємств у механізмах залучення джерел фінансування інноваційної діяльності, а з іншого боку, тією підтримкою, яку держава повинна забезпечити для створення умов інноваційної діяльності на законодавчому рівні.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, вагомим фактором є політична й інституційна основа у підтримці інноваційних проектів. Окрім чіткого розподілу повноважень в державній системі, необхідне детальне визначення умов ведення переговорів із приватними інвесторами щодо повноважень учасників інноваційних процесів.

Потрібні стабільне законодавство і його нормативний розвиток, які не тільки “терпимо відносяться” до партнерств підприємств та інвесторів, але і створюють стабільні базові умови для їх подальшого розвитку.

Основою для ефективного розподілу сфер відповідальності між приватними партнерами і державою служить чітке формулювання цілей інноваційного розвитку галузі.

Досвід реалізації інноваційних проектів свідчить про те, що держава часто бере на себе ринкові ризики в межах визначених базових умов. Від розподілу ризиків і можливостей залежать функції держави. Якщо приватний інвестор несе велику частину ризиків за проектом, то держава повинна обмежено втручатися у виконання проекту або тільки контролювати його.

Прозоре й ефективне розподілення державних замовлень є найбільш слабким місцем української економічної моделі, в якій практично відсутній нормативно-регульований ринок державних замовлень.

Таким чином, формування і використання інноваційного потенціалу підприємства є необхідною умовою здійснення інноваційної діяльності й стійкого розвитку підприємства в довгостроковій перспективі.

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. Туккеля]. – [2-е изд., перераб. и расш.]. – СПб. : СПбГТУ, 2012. – Ч. 1. – 100 с.

4. Оцінка інноваційних кластерних проєктів / І. В. Гріщенко, Н. В. Білецька, Л. М. Клівіденко, В. А. Циганчук // Торгівля, комерція, підприємництво. – Львів, 2015. – № 19. – С. 86-89.

5. Гріщенко І. В. Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств в умовах системних перетворень / І. В. Гріщенко, Н. В. Білецька, Л. М. Клівіденко // Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – Львів, 2016. – № 50. – С. 157-161.

6. Гріщенко І. В. Теоретико-методологічні основи інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств / І. В. Гріщенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 142-145.

7. 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. – Вип. 5 (96). – Київ, 2009. – С. 103-110.

8. Йохна М. А. Экономика и организация инновационной деятельности / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К. : Издательский центр “Академия”, 2005. – 400 с.

9. Гріщенко І. В. Система забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств / І. В. Гріщенко, О. В. Балахонова // Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці : зб. наук. праць. – 2016. – Вінниця. – Т. 1. – С. 145-147.

10. Гріщенко І. В. Структурна модель інвестиційно-інноваційного потенціалу підприємства / І. В. Гріщенко, О. М. Денисюк // Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці : зб. наук. праць. – 2016. – Вінниця. – Т. 1. – С. 147-149.

REFERENCES

1. Porter, M. Je. (2006), *Konkurencija*, Vil'jams, M., 608 s.

2. Volkova, N. N. and Sahno, T. V. (2007), *Industrial'nye klastery SShA, SShA - Kanada. Jekonomika, politika, kul'tura*, №1, s. 51-68.

3. Upravlenie innovacionnymi proektami / Metodologija upravlenija innovacionnymi proektami / T. V. Aleksandrova, S. A. Golubev, O. V. Kolosova i dr. (2012); 2nd ed, SPbGTU, SPb, Ch 1, 100 s.

4. Grischenko, I. V. Bilets'ka, N. V. Klividenko, L. M. and Tsyhanchuk, V. A. (2015), *Otsinka innovatsiynykh klasternykh proektiv, Torhivlya, komertsiya, pidpryyemnytstvo*, L'viv, № 19, s. 86-89.

5. Grischenko, I. V. Bilets'ka, N. V. and Klividenko, L. M. (2016), *Investytsiyno-innovatsiynny rozvytok pidpryyemstv v umovakh systemnykh peretvoren'*, *Visnyk L'vivs'koyi komertsiyoi akademiyi*. Seriya ekonomichna, L'viv, № 50, s. 157-161.

6. Grischenko, I. V. (2009), *Teoretyko-metodolohichni osnovy investytsiyno-innovatsiynoyi diyal'nosti pidpryyemstv*, *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, № 1, s. 142-145.

7. Kolesov, S. V. and Kry`vda, V. I. (2009), *Innovacijno-investy`cijny`j potencial pidpry`yemstva: metodologichni pidxody` do sutnosti ta ocinky`*, *Formuvannya ry`nkovy`x vidnosy`n v Ukraini: zbirny`k naukovy`x prac`*, vy`p. 5 (96), Ky`yiv, s. 103-110.

8. Joxna, M. A. and Stadny`k, V. V. (2005), *Ekonomy`ka y` organy`zacy`ya y`nnovacy`onnoj deyatel`nosy`*, *Y`zdatel`sky`j centr “Akademy`ya”*, K., 400 s.

9. Grischenko, I. V. and Balakhonova, O. V. (2016), *Systema zabezpechennya investytsiyno-innovatsiynoyi diyal'nosti pidpryyemstv*, *Shlyakhy aktyvizatsiyi innovatsiynoyi diyal'nosti v osviti, nautsi, ekonomitsi*: zb. nauk. prats', Vinnytsya, T. 1, s. 145-147.

10. Grischenko, I. V. and Denysyuk, O. M. (2016), *Strukturna model' investytsiyno-innovatsiynoho potentzialu pidpryyemstva*, *Shlyakhy aktyvizatsiyi innovatsiynoyi diyal'nosti v osviti, nautsi, ekonomitsi*: zb. nauk. prats', Vinnytsya, T. 1, s. 147-149.

Медвідь Л. Г.,

к.е.н., проф., професор кафедри бухгалтерського обліку, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Левкович А. В.,

аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО ВИТРАТ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті проведено аналіз наукових досліджень щодо змістового наповнення облікової політики загалом та її складових за умови ідентифікації, обліку та контролю витрат логістичної діяльності підприємства. На практиці існує складність відокремленого відображення логістичних витрат у первинних документах, у системі фінансового обліку та як наслідок відображення в управлінській звітності та можливості контролю й оптимізації. За результатами дослідження визначено складові облікової політики щодо управлінського обліку витрат логістичної діяльності, а саме регламентуючі документи: Положення про центри відповідальності щодо логістичних витрат, Положення про бюджетування логістичних витрат, Положення про управлінську внутрішню звітність, Методичні рекомендації з обліку логістичних витрат виробничих підприємств. Це дозволило розробити методичні та організаційні основи управлінського обліку витрат логістичної діяльності виробничого підприємства.

Ключові слова: логістична діяльність, логістичні витрати, облікова політика, управлінський облік, центри відповідальності.

Medvid L. G.,

Ph.D., Professor, Professor the Department of Accounting, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Levkoych A. V.,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

FORMATION OF ACCOUNTING POLICY ON EXPENSES OF LOGISTIC ACTIVITY OF AN ENTERPRISE

Abstract. The article analyzes the scientific researches on the content of the accounting policy in general and its components, provided that the enterprise's logistics activities are identified, recorded and controlled. In practice, there is a complexity of a separate reporting of logistics expenses in primary documents, in the financial accounting system and, as a consequence, in managerial reporting as well as possibility of control and optimization. According to the results of the study, the components of the accounting policy for managerial accounting of logistics expenses were determined, that are the regulatory documents: Regulations on liability centers for logistics expenses, Regulations on budgeting of logistics expenses, Regulations on managerial internal reporting, Methodical recommendations on accounting logistics expenses of production enterprises. This allowed to develop methodical and organizational bases of managerial accounting of expenses of logistic activity of a production enterprise.

Key words: logistic activity, logistic expenses, accounting policy, managerial accounting, centers of responsibility.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки суттєво зростає інтерес керівників підприємств до інформації щодо логістичних витрат, яка б забезпечувала прогнозування, контроль і прийняття управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності логістичної діяльності виробничого підприємства. В умовах ринку керівництво

виробничих підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності здійснює пошук шляхів оптимізації витрат логістичної діяльності. Тому виникає потреба ідентифікації, обліку й контролю логістичних витрат, а саме: розроблення та запровадження системи управління такими витратами.

Розробляючи концепцію обліку і внутрішнього контролю логістичних витрат, слід зазначити, що підсистема обліку логістичних витрат повинна змінюватися зі зміною стратегії менеджменту. Тобто необхідна інформаційна база, сформована в системі обліку, яка, постійно пристосовуючись, набувала б дедалі нових форм і трансформувала набуті якості для прийняття та реалізації адекватних до цих ситуацій управлінських рішень.

Важливим кроком організаційно-методичного забезпечення облікового процесу логістичних витрат є формування облікової політики, оскільки вона повинна втілювати основні принципи, методи та процедури ведення обліку, що дають можливість ідентифікувати витрати логістичної діяльності, достовірно відобразити їх обсяг у загальній сумі витрат підприємства, узагальнити результати логістичної діяльності підприємства; забезпечити порівнюваність фактичних і бюджетних даних щодо логістичних витрат в управлінській звітності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам визначення змісту поняття “облікова політика” присвятили свої праці достатньо велика кількість вчених: Т. В. Барановська, Ф. Ф. Бутинець, Т. О. Герасименко, С. І. Головацька, В. А. Дерій, І. М. Дмитренко, Л. В. Жилкіна, П. Є. Житний, Л. І. Коваль, М. В. Кужельний, В. А. Кулик, М. І. Кутер, П. О. Куцик, Я. В. Лебедзевич, В. Г. Лінник, Л. Г. Ловінська, Ю. О. Ночовна, М. С. Пушкар, Л. А. Сухарева, Н. С. Хаймьонова, В. І. Чиж, М. Т. Щирба та інші. Однак залишаються недостатньо вивченими низка теоретичних і практичних питань щодо регламентування в обліковій політиці підприємства засад обліку витрат логістичної діяльності.

Постановка завдання. Метою статті є визначення та обґрунтування концептуальних підходів до формування облікової політики щодо витрат логістичної діяльності підприємства для їх ідентифікації, обліку, контролю та прийняття рішення щодо можливих шляхів оптимізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогодні численні положення нормативної бази, з одного боку, носять рекомендаційний характер, з іншого, - зумовлюють існування різних варіантів дій залежно від конкретних умов діяльності підприємства та впливу зовнішніх факторів. Це вимагає ведення бухгалтерського обліку на підприємствах у межах загальних принципів і положень, затверджених законодавчо. Обираючи такі правила та затверджуючи їх внутрішніми нормативними документами, підприємства реалізують свою облікову політику.

Суть дефініції “облікова політика” трактується вченими не завжди однозначно. Досліджуючи поняття “облікова політика”, Н. Б. Кулакова дійшла висновку, що “у всіх без виключення тлумаченнях слова “політика” основною характеристикою є цілеспрямованість, оформлена відповідним чином діяльність, заснована на встановленні методів та форм” [6, с. 19]. На думку В. А. Дерія, під обліковою

політикою слід розуміти офіційно затверджене на підприємстві надане державою йому право вибору, з урахуванням його цілей, специфіки діяльності підприємства та чинних правових актів, відповідних методик та форм, техніки ведення бухгалтерського обліку [6, с. 23].

Т. В. Барановська вважає, що “облікова політика” – це певний порядок дій, спрямованих на збір, обробку та надання необхідної інформації відповідним користувачам для реалізації власних інтересів у сфері бухгалтерського обліку [6, с. 21]. Я. В. Лебедзевич трактує поняття “облікова політика як інструмент організації обліку на конкретному підприємстві, який включає сукупність способів та процедур ведення обліку, що використовуються з метою підготовки, складання та подання фінансової звітності» [8, с. 155]. Своєю чергою, М. Т. Білуха зазначає, що “облікова політика підприємства – це вибір суб’єктом господарювання методичних прийомів відображення в бухгалтерському обліку фінансово-господарських операцій...” [1, с. 100].

Проте група вчених у складі Ф. Ф. Бутинця, М. В. Кужельного, В. Г. Лінника і М. І. Кутера [2, 4, 7] дотримуються думки, що облікова політика – це не просто сукупність способів ведення обліку, обраних відповідно до умов господарювання, а й вибір методики обліку, яка дає змогу використовувати різні варіанти відображення фактів господарського життя. У широкому розумінні її можна визначити як управління обліком, а у вузькому – як сукупність способів ведення обліку (вибір підприємством конкретних методик ведення обліку) [10].

На нашу думку, найбільш ґрунтовно до визначення сутності поняття “облікова політика” підійшли Л. Г. Ловінська та Л. В. Жилкіна, вказавши, що облікова політика – це 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 [9, с. 4].

Сучасні підходи до потреб управління підприємством визначені М. С. Пушкарем та М. Т. Щирбою при трактуванні поняття “облікова політика”. Вони вказують, що це конституція підприємства, яка передбачає права й обов’язки системи обліку з приводу формування інформаційних ресурсів для менеджерів [11, с. 4].

Отже, для кожного підприємства облікова політика – це основний методичний документ, яким воно керується в період своєї діяльності з дня державної реєстрації. Після статуту цей внутрішній нормативний документ є основним [13, с. 138].

Вона підпорядкована економічній політиці, під якою розуміється вибір конкретних методик розкриття економічного змісту господарських операцій та факторів господарського життя підприємства [12, с. 52].

На нашу думку, метою облікової політики у процесі ведення як фінансового, так і управлінського

обліку є створення оптимальної, узгодженої та впорядкованої системи інформаційного забезпечення для складання достовірної звітності та прийняття ефективних управлінських рішень на її основі.

При формуванні облікової політики підприємства необхідно враховувати основні принципи бухгалтерського обліку: обачність; повне висвітлення; автономність; послідовність; безперервність; нарахування та відповідність доходів та витрат; переважання сутності над формою; історична (фактична) собівартість; єдиний грошовий вимірник; періодичність [10]. Однак, враховуючи особливості логістичної діяльності виробничого підприємства, проблеми у виокремленні логістичних витрат із усієї сукупності понесених підприємством витрат та потреб їх оптимізації, облікова політика повинна передбачати процедури з формування інформації для забезпечення таких функцій управління логістичними процесами, як планування, організація, координація, мотивація, контроль.

З огляду на це при формуванні облікової політики, на нашу думку, варто застосовувати такі принципи.

Принцип системності передбачає, що логістична діяльність виробничого підприємства розглядається як цілісна система, а облікова політика визначає складові обліку логістичних витрат як функцію управління та передбачає збирання, класифікацію, оброблення, аналізування і формування різних видів облікової інформації для визначення обсягів логістичних витрат та їх оптимізації.

Принцип комплексності передбачає оцінку логістичної діяльності як підсумок цілеспрямованого та узгодженого формування сукупності показників, які відображають витрати фаз логістичної діяльності, містять узагальнені показники щодо результатів діяльності структурних підрозділів, що задіяні в процесах логістики, відображає відхилення планових показників від фактичних за визначений період часу та передбачає вивчення й оцінювання логістичних процесів (операцій) із урахуванням впливу технічних, економічних, соціальних, екологічних та інших значимих чинників.

Принцип обґрунтованості дозволяє враховувати сучасні технології виробництва та логістичні технології, стратегію держави в галузі економіки; організаційно-методичне забезпечення обліку та контролю логістичних витрат для ухвалення економічно обґрунтованих рішень.

Принципи ефективності та планованості спрямовують облікову політику на вирішення як поточних, так і довгострокових завдань удосконалення логістичної діяльності підприємства, за умов існування ефективних альтернативних варіантів досягнення тієї чи іншої мети. Передбачається вибір методів обліку і контролю логістичних витрат, виходячи з конкретних умов діяльності підприємства.

Принцип профілактики створює умови для своєчасного інформування управлінського персоналу підприємства про відхилення фактичних показників від планових величин логістичних витрат та результатів логістичної діяльності для можливого корегування управлінських рішень.

Принцип суттєвості передбачає, що інформація, яка надається на кожному рівні логістичної системи підприємства, має бути необхідною і суттєвою для прийняття управлінських рішень.

Отже, дотримання принципів формування облікової політики виробничого підприємства щодо логістичних витрат дозволить регламентувати інформаційне забезпечення планування, обліку та формування внутрішньої звітності, економічного аналізу, контролю та прогнозування логістичної діяльності для виконання в повному обсязі функції управління логістичними витратами.

Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” дає змогу повніше висвітлити роль облікової політики у вирішенні економічних завдань підприємств, що відповідає сучасному економічному середовищу. П. 2 ст. 8 Закону “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” [10] вказує, що питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві є компетенцією його власника або уповноваженої посадової особи, тобто суб’єкта, найбільш зацікавленого у створенні ефективно діючої обліково-аналітичної системи управління підприємством. Це дає підстави стверджувати, що облікова політика може поширюватися на процеси організації управлінського обліку, економічного аналізу і внутрішнього аудиту. На думку М. В. Кужельного, у формуванні облікової політики мають брати участь майже всі економічні й технічні служби [5, с. 49]. М. Т. Білуха зауважує, що облікова політика повинна бути спрямована на розкриття творчих здібностей підприємців у підвищенні ефективності господарювання, впровадженні нових технологій для задоволення власних потреб і виконання зобов’язань перед державою [1, с. 106].

Тому, на нашу думку, організація обліку логістичних витрат повинна також відображатись у наказі про облікову політику. Окреме місце у формуванні облікової політики має посісти методика формування системи ідентифікації, нагромадження, обробки та використання інформації щодо логістичних витрат.

З метою створення на підприємстві логістичних інформаційних потоків у наказі слід чітко прописати організацію методики вирішення завдань обліку логістичних витрат, спричинених вирішенням завдань управління матеріальними й інформаційними потоками.

За цієї ситуації головною практичною проблемою, яку потрібно врегулювати у наказі про облікову політику, є забезпечення різних напрямків акумулювання інформації в межах однієї системи для потреб користувачів, інтереси яких суттєво відрізняються.

З цього приводу П. Житний пропонує можливість облікової політики будувати на засадах системного підходу. На його думку, “системний підхід щодо формування облікової політики первісно визначає необхідність підпорядкування її загальним інтересам управління підприємством. Облікова політика має забезпечити створення умов для ефективного здійснення управлінського процесу: при кроці “вгору” формування облікової політики відбувається з орієнтацією на розвиток обліку зовнішніх факторів вищого рівня, а при кроці “вниз”

метою є упорядкування внутрішніх факторів та системи їх обліку” [3, с. 63].

Повністю погоджуючись із вищезазначеним твердженням, доцільно акцентувати увагу й на тому, що для забезпечення сучасної системи управління та поглиблення інформаційних можливостей бухгалтерського обліку необхідна принципово нова методика нагромадження інформації, яка б задовольняла потреби менеджерів усіх рівнів управління підприємством і була обгрунтованою, корисною, конкретною, а також могла оперативним чином реагувати на зміни, які відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі. Для цього на виробничих підприємствах пропонуємо створити окрему підсистему обліку логістичних витрат, яка дає змогу спеціалістові вільно вибирати форми, методи і прийоми обліку та контролю, а також методи аналізу для прийняття управлінських рішень. Головне в цій системі – точне і правильне визначення суті логістичних процесів і тенденцій, що відбуваються у логістичній діяльності підприємства, та своєчасне подання чіткої, конкретної та певним чином узагальненої інформації для прийняття управлінських рішень.

Для забезпечення формування таких інформаційних потоків необхідна відповідна організаційно-методична база. Враховуючи її законодавчу незакріпленість, кожне підприємство має створити її самотужки і для внутрішньої регламентації обумовити в обліковій політиці.

Тому нами пропонується у Наказі про облікову політику виокремити окремим розділом облік логістичних витрат, в якому затвердити:

- перелік первинної документації;
- графік документообігу;
- робочий план рахунків;
- систему розподілу логістичних витрат;
- методику складання бюджетів логістичних витрат;
- порядок складання управлінської внутрішньої звітності;
- періодичність та форми контролю логістичних витрат;
- відображення результатів контролю в системі управлінського обліку.

На нашу думку, структура облікової політики щодо управлінського обліку логістичних витрат за центрами відповідальності виробничих підприємств повинна вміщувати три складові: теоретичні, методичні та організаційні засади управлінського обліку (рис. 1).

Визначені нами структурні елементи облікової політики щодо управлінського обліку логістичних витрат та їх складові в першу чергу формуються з урахуванням організаційної структури підприємства, організації логістичної діяльності та складу центрів відповідальності й логістичних витрат, за які вони відповідають.

Теоретичні засади обліку логістичних витрат повинні регламентуватися внутрішніми регулюючими документами (Положенням про центри відповідальності щодо логістичних витрат, Положенням

про бюджетування логістичних витрат, Положенням про внутрішню управлінську звітність та Методичними рекомендаціями з обліку логістичних витрат виробничих підприємств).

Організація управлінського обліку передбачає виокремлення центрів відповідальності (центрів логістичних витрат) підприємства відповідно до організації логістичної діяльності; система бюджетів логістичних витрат за центрами відповідальності двох рівнів; визначення об’єктів і суб’єктів контролю логістичних витрат за центрами відповідальності; формування графіка документообігу з визначенням періодичності та форм подання внутрішньої звітності в системі інформаційного облікового програмного забезпечення.

Методика управлінського обліку логістичних витрат передбачає розроблення плану рахунків управлінського обліку логістичних витрат, методичних основ обліку логістичних витрат за центрами відповідальності, методики формування бюджетів логістичних витрат підприємства для центрів відповідальності двох рівнів; методики формування внутрішньої управлінської звітності щодо логістичних витрат за центрами відповідальності.

Облікову політику підприємства, на нашу думку, доцільно формувати за такими етапами:

1) організаційний – визначення обов’язків фахівця з обліку логістичних витрат та закріплення за певним фахівцем відповідних повноважень;

2) підготовчий – визначення складових логістичної діяльності підприємства, центрів відповідальності та об’єктів обліку логістичних витрат;

3) етап вибору елементів облікової політики підприємства та розроблення інформаційного забезпечення процесу її формування щодо логістичних витрат – визначення переліку статей логістичних витрат центрів відповідальності (центрів витрат), формування робочого плану рахунків управлінського обліку логістичних витрат, вибір методики управлінського обліку логістичних витрат, формування системи бюджетів логістичних витрат, розроблення форм та порядку подання внутрішньої звітності щодо логістичних витрат, складання графіка документообороту, вибір інформаційно-облікового програмного забезпечення;

4) заключний – складання, затвердження та впровадження розпорядчого документа про облікову політику щодо логістичних витрат, контроль за його дотриманням, що передбачає узгодження елементів фінансового та управлінського обліку між собою, розроблення проекту положення про облікову політику щодо логістичних витрат, ознайомлення всіх підрозділів із проектом положення, документальне оформлення Положення про облікову політику щодо логістичних витрат.

Таким чином, Положення про облікову політику виробничих підприємств у частині логістичних витрат повинно забезпечувати єдині організаційні та методичні засади ідентифікації, узагальнення та обліку витрат логістичної діяльності та їх внутрішнє регламентування.



Рис. 1. Змістове наповнення облікової політики щодо управлінського обліку витрат логістичної діяльності виробничих підприємств (*сформовано автором*)

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, як видно з нашого дослідження, в економічній літературі значна увага приділена питанням формування облікової політики підприємств. Проте мало розробленими залишаються питання ідентифікації та обліку логістичних витрат підприємства в системі бухгалтерського обліку та їх організаційно-методичне забезпечення.

Запропоноване нами змістове наповнення та регламентація облікової політики щодо витрат логістичної діяльності виробничого підприємства дозволить створити єдину підсистему управлінського обліку логістичних витрат з метою їх оптимізації з врахуванням зовнішніх та внутрішніх чинників діяльності.

Подальші дослідження передбачають розроблення робочого плану рахунків управлінського обліку логістичних витрат, методики обліку логістичних витрат за центрами відповідальності, методики бюджетування логістичних витрат підприємства та формування внутрішньої управлінської звітності щодо логістичних витрат, що дозволить забезпечити прийняття управлінських рішень щодо їх оптимізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білуха М. Т. Судово-бухгалтерська експертиза : підручник / М. Т. Білуха – К. : Компанія “Воля”, 2004. – 656 с.
2. Бутинець Ф. Ф. Витрати виробництва та їх класифікація для потреб управління / Ф. Ф. Бутинець // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу : міжнар. зб. наук. праць. – 2012. – № 1 (22). – С. 11-18. – (Серія “Бухгалтерський облік, контроль і аналіз”).
3. Житний П. Є. Системний аспект облікової політики / П. Є. Житний // Бухгалтерський облік і аудит. – 2006. – № 1. – С. 62.
4. Кужельний М. В. Теорія бухгалтерського обліку / М. В. Кужельний, В. Г. Лінник. – К. : КНЕУ, 2001. – 334 с.
5. Кужельний М. Теоретичні аспекти бухгалтерського обліку / М. Кужельний // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 8-9. – С. 45.
6. 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.
7. Кутер М. И. Бухгалтерский учет: основы теории : учебник / М. И. Кутер. – М. : Экспертное бюро, 1997. – 496 с.
8. Лебедзевич Я. В. Вплив облікової політики підприємства на доходи і результати діяльності / Я. В. Лебедзевич // Вісник ЖІТІ. – 2001. – № 15. – С. 155-162.

9. Ловінська Л. Г. Бухгалтерський облік : навч.-метод. посіб. / Л. Г. Ловінська, Л. В. Жилкіна. – К. : КНЕУ, 2002. – 370 с.

10. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rada.gov.ua.

11. Пушкар М. С. Теорія і практика формування облікової політики : монографія / М. С. Пушкар, М. Т. Щирба. – Тернопіль : Kart-blansh, 2010. – 260 с.

12. Сухарева Л. А. Внутренний аудит: организация и методология : науч.-практ. пособие / Л. А. Сухарева, И. Н. Дмитренко. – Донецк : Дон ГУЭТ, 2000. – 75 с.

13. Чиж В. І. Методологія облікових процедур в управлінні витратами : монографія / В. І. Чиж; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. – Луганськ : СЛУ ім. В. Даля, 2004. – 296 с.

REFERENCES

1. Bilukha, M. T. (2004), *Sudovo-bukhhalters'ka ekspertyza*, Kompaniia “Volia”, K., 656 s.
2. Butynets', F. F. (2012), *Vytraty vyrobnytstva ta ikh klasyfikatsiia dlia potreb upravlinnia*, *Problemy teorii ta metodologii bukhhalters'koho obliku, kontroliu i analizu* : mizhnar. zb. nauk. prats, № 1 (22), s. 11-18.
3. Zhytnyj, P. Ye. (2006), *Systemnyj aspekt oblikovoi polityky*, *Bukhhalters'kyj oblik i audyt*, № 1, s. 62.
4. Kuzhel'nyj, M. V. and Linnyk, V. H. (2001), *Teoriia bukhhalters'koho obliku*, KNEU, K., 334 s.
5. Kuzhel'nyj, M. V. (2005), *Teoretychni aspekty bukhhalters'koho obliku*, *Bukhhalters'kyj oblik i audyt*, № 8-9, s. 45.
6. Kulyk, V. A. and Nochovna, Yu. O. (2013), *Oblikova polityka pidpryemstva*, PUET, Poltava, 183 s.
7. Kuter, M. Y. (1997), *Bukhhalterskyj uchet: osnovy teoryy*, *Ekspertnoe biuro*, M., 496 s.
8. Lebedzevych, Ya. V. (2001), *Vplyv oblikovoi polityky pidpryemstva na dokhody i rezultaty diial'nosti*, *Visnyk ZhITI*, № 15, s. 155-162.
9. Lovins'ka, L. H. and Zhyllkina, L. V. (2002), *Bukhhalters'kyj oblik*, KNEU, K., 370 s.
10. *Pro bukhhalters'kyj oblik i finansovu zvitnist' v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 16.07.1999 r.*, available at : www.rada.gov.ua.
11. Pushkar, M. S. and Schyrba, M. T. (2010), *Teoriia i praktyka formuvannia oblikovoi polityky*, *Kart-blansh, Ternopil'*, 260 s.
12. Sukhareva, L. A. and Dmytrenko, Y. N. (2000), *Vnutrennyj audyt: orhanyzatsiia y metodolohiia*, Don HUET, Donetsk, 75 s.
13. Chyzh, V. I. (2004), *Metodolohiia oblikovykh protsedur v upravlinni vytratamy*, SNU im. V. Dalia, Luhans'k, 296 s.

Олексин І. І.,

к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ АКТИВІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті розглянуто пріоритетні напрями підвищення соціально-економічної ефективності функціонування підприємств сфери послуг в Україні. Проведено моніторинг розвитку ділової активності суб'єктів підприємницької діяльності сфери послуг. Здійснено аналіз структуроформуючих факторів, які здійснюють пріоритетний вплив на задоволення платоспроможного попиту існуючих та потенційних споживачів послуг. Виявлено та згруповано чинники обмеженості споживання населенням України послуг та наведено концептуальний підхід до нормування забезпеченості населення соціальними послугами. Досліджено тенденції розвитку сфери платних та безоплатних послуг на регіональному рівні та запропоновано систему показників оцінки даного процесу.

Ключові слова: ділова активність, економічні регулятори, ефективність, індикатор, індекс цін, підприємство, попит, пропозиція, рентабельність, соціальна послуга, споживання, сфера послуг.

Oleksyn I. I.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

PRIORITY DIRECTIONS OF REVITALIZATION OF ACTIVITY OF THE SERVICES SECTOR ENTERPRISES IN UKRAINE

Abstract. The article considers the priority directions of increasing the socioeconomic efficiency of the service sector enterprises in Ukraine. The monitoring of the development of business activity of business entities in the sector of services was monitored. The analysis of structuring factors, which have a priority influence on satisfaction of solvent demand of existing and potential consumers of services, is carried out. The factors of the limited consumption of services by the population of Ukraine are revealed and grouped and a conceptual approach to the standardization of the provision of social services by the population is presented. The tendencies of the sphere of paid and non-paid services at the regional level are investigated and a system of indicators for evaluation of this process is proposed.

Keywords: business activity, economic regulators, efficiency, indicator, price index, enterprise, demand, supply, profitability, social service, consumption, service sector.

Постановка проблеми. Сфера послуг є своєрідною галуззю людської діяльності та зумовлена суспільним розподілом праці. Вона є вторинною галуззю суспільного виробництва, в якій створюються нематеріальні блага, що задовольняють потреби населення. Виробництво послуг приймає вторинний характер лише в тому сенсі, що розвиток сфери послуг пов'язаний із матеріальним виробництвом як зі своєю необхідною технічною базою. Будучи прибутковим видом діяльності, бізнес у сфері послуг сприяє формуванню сервісної інфраструктури та збільшенню грошового потоку в Україні та регіони. Внаслідок цього сфера послуг характеризується складними системами взаємозв'язків, які охоплюють ряд сфер економіки та є рушієм становлення інформаційно-сервісного суспільства. Рівень функціонування підприємств сфери послуг стає одним із

вагомих показників соціально-економічного розвитку суспільства. Проте, як свідчать реалії сьогодення, окремі сегменти сфери послуг розвиваються деформовано та потребують реформування, що призводить до збитковості малих підприємницьких структур та вимагає негайного пошуку напрямів активізації їх діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний стан розвитку сфери послуг набуває все більшого значення та стає предметом уваги з боку провідних науковців та спеціалістів країни. Це викликано науково-технічним прогресом у сфері матеріального виробництва, поглибленням поділу праці та зростанням соціально-економічних потреб. Теоретичним підґрунтям висвітлення даних питань можуть слугувати праці вчених світової економічної

науки: Дж. Витерса, К. Витермана, К. Лавлока, Мак-Дональда [2; 3] та інших науковців. У вітчизняній та зарубіжній літературі широко висвітлюють питання маркетингу [9] та менеджменту послуг; особливостей функціонування світового ринку послуг [7, 8]; сервісу та комплексного підходу до визнання сутності сфери послуг [5]; розвитку просторової системи послуг [4]. Вагомий внесок у дослідження соціально-економічного розвитку сфери послуг зробили такі науковці: Н. Ващенко, Є. Воронова, Т. Кальченко, Ю. Коваленко, М. Мальська, О. Нестеров, А. Румянцев, Л. Петрашко, Т. Циганкова, І. Чаус, А. Шлійко та інші.

Теоретичні та низка методичних проблем стосовно виявлення чинників обмеженості споживання населенням України послуг та розробки концептуального підходу до нормування забезпеченості населення соціальними послугами; питання формулювання тенденцій розвитку сфери платних та безоплатних послуг на регіональному рівні та наукові підходи до соціально-економічної оцінки даного процесу, залишаються мало розробленими та недостатньо висвітленими у наукових публікаціях.

Постановка завдання. Основною метою статті є виявлення напрямів підвищення соціально-економічної ефективності функціонування підприємств сфери послуг в Україні на основі розвитку їх ділової активності.

послуг зароджується після матеріального виробництва та розвивається на основі останнього. Економічно ці сфери тісно взаємопов'язані. Постійний характер взаємозв'язку викликаний неперервністю процесів виробництва та споживання життєвих засобів. Форми прояву цього взаємозв'язку різноманітні. Одна з них полягає у безперервному взаємному обміні результатами діяльності працівників матеріального виробництва та сфери послуг. У процесі цього обміну в господарський оборот країни надходять не тільки матеріальні блага, але й послуги, які задовольняють різноманітні потреби споживача. Внаслідок цього економічна природа взаємозв'язку між даними сферами характеризується двома сторонами: виробничою та розподільчою.

Виникнення в матеріальному виробництві нових видів та різновидів послуг та зростання обсягів реалізації традиційних послуг сприяє збільшенню чисельності спеціалізованих підприємств на ринку послуг. Цьому допомагає інформатика, яка надає виробникам послуг можливість розширювати географію своєї діяльності, спираючись на сучасні засоби зв'язку та обчислювальної техніки. З метою зміцнення конкурентних позицій на ринку участь в організації торгівлі послугами все більше розпочали брати виробничі підприємства, які спеціалізуються на реалізації сервісних послуг.

Очікування підприємницьких структур сфери послуг у 2017 році щодо перспектив розвитку їхньої ділової активності проілюстровано на рис. 1.

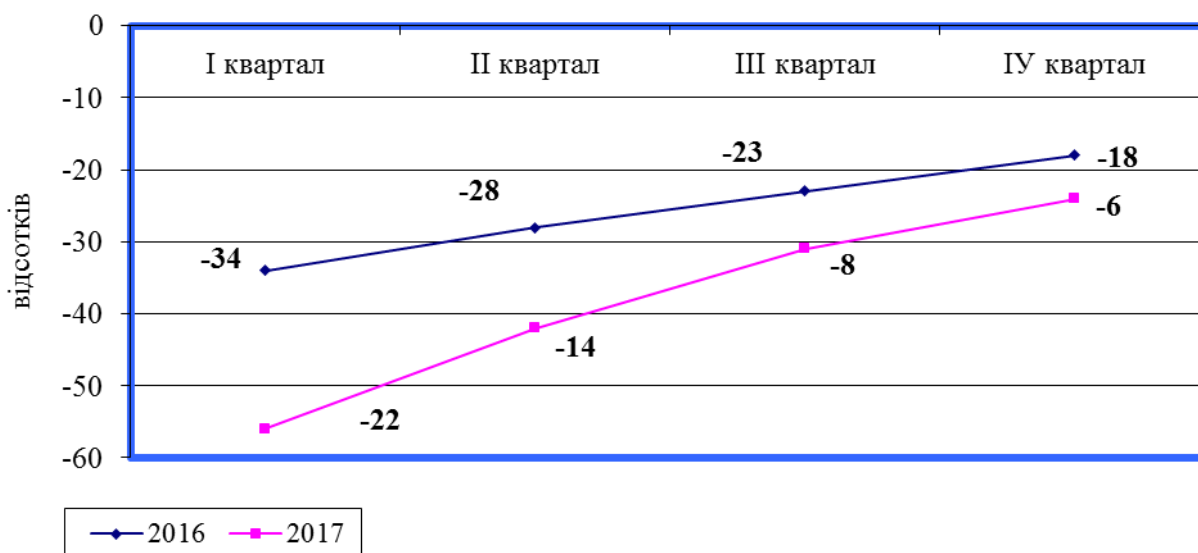


Рис. 1. Індикатор ділової впевненості підприємницьких структур у сфері послуг

Примітка: складено на основі [6]

Виклад основного матеріалу дослідження. Об'єктивною передумовою виникнення та розвитку сфери послуг – значною за обсягами галузі підприємницької діяльності – є відповідний рівень суспільної потреби у послугах. Об'єктивна основа функціонування цієї сфери – відповідно високий рівень розвитку матеріального виробництва. Історично сфера

Так, у III кварталі 2017 року індикатор ділової впевненості у сфері послуг підвищився порівняно з II кварталом 2017 року на 6 в.п. і становить (-8%). Усі складові для розрахунку цього індикатора мають такі від'ємні значення балансів: 1) щодо бізнес-ситуації за квітень-червень 2017 року – (-10%); 2) стосовно попиту на послуги (обсягу реалізації

послуг) за квітень-червень 2017 року – (-9%), а очікування за цим показником у III кварталі 2017 р. становлять (-6%).

Вищезазначене дає підставу для виокремлення пріоритетних чинників, які призводять до деформованого розвитку підприємництва в сфері послуг (рис. 2).

собою сукупність великої кількості економічно неоднорідних галузей послуг та скерована на практичне досягнення цілей ринкової економіки. На відміну від промислової діяльності, об'єктами економічного впливу сфери послуг є, як правило, не сировина, матеріали та сили природи, а різноманітні сторони суспільного буття: людина та засоби її

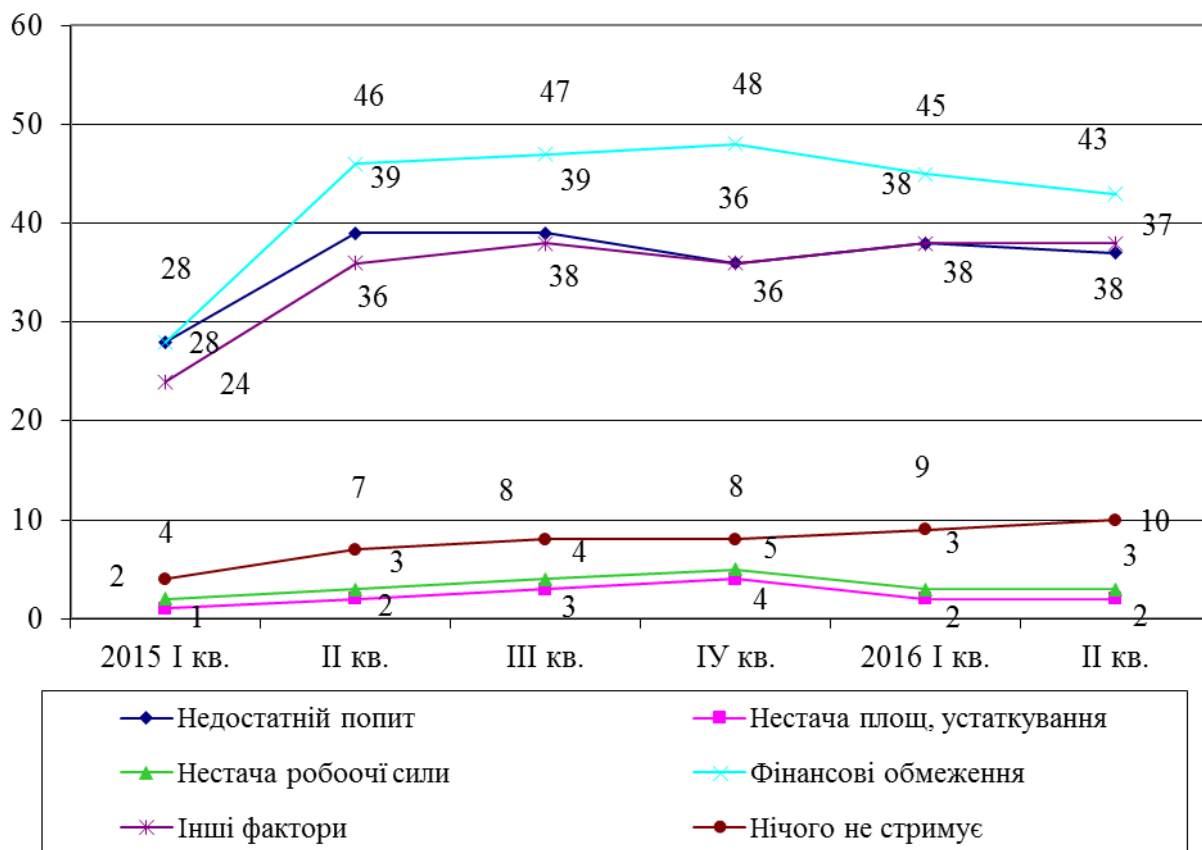


Рис. 2. Фактори, що стримують підприємницьку діяльність у сфері послуг

Примітка: складено на основі [6]

За результатами обстеження підприємств сфери послуг виявлено такі очікування щодо стану їхньої ділової активності у 2018 році порівняно з попередніми: 1) зменшення кількості працівників на підприємствах сфери послуг; 2) зростання цін на послуги підприємств сфери послуг; 3) зниження рівня рентабельності підприємств сфери послуг; 4) зниження впливу на роботу підприємств сфери послуг такого стримуючого чинника, як фінансові обмеження; 5) збільшення капітальних витрат у сфері послуг.

На нашу думку, зростання ділової активності у сфері послуг стане можливим завдяки забезпеченню фінансової стабільності, посиленню процесу дерегуляції та дієздатності органів влади різних рівнів, а також проведенню послідовної економічної політики і структурних реформ.

У сталих ринкових умовах сфера послуг отримує об'єктивний та економічно обґрунтований розвиток, а процес функціонування галузей послуг має суспільно необхідний характер. Сфера послуг являє

споживання (побутове обслуговування), її мислення (культурне обслуговування, просвіта, освіта), здоров'я (медичне обслуговування, фізична культура та спорт), житло (житлово-комунальне обслуговування), потреби у переміщенні (служби пасажирського транспорту), зв'язок (поштова служба, інтернет- зв'язок), харчування (ресторанне господарство) тощо.

В умовах сьогодення перелічені підрозділи сфери послуг отримали достатньо чітке організаційно-правове оформлення у вигляді галузей послуг, систем та галузей суспільного обслуговування. Розширення та подальша диференціація галузей сфери послуг є об'єктивним наслідком процесу суспільного розподілу праці та вдосконалення виробничих відносин.

В економічній практиці сферу послуг особистого споживання прийнято розподіляти на сфери платних та безоплатних послуг.

Сфера платних послуг формується і функціонує на принципах купівлі-продажу послуг як результату певної виробничо-господарської діяльності. При цьому виробником послуг є підприємницька або державна організація, споживачем – населення. Індекс споживчих цін у грудні 2016 року порівняно з попереднім місяцем становив 100,9%, за 2016 рік у цілому – 112,4% (рис. 3).

Сфера безоплатних послуг формується і функціонує за рахунок державного бюджету. Внаслідок цього безоплатність послуг носить відносний характер, оскільки вони оплачуються суспільством у цілому. Співвідношення між обсягами платних і безоплатних послуг населенню визначається законодавчими актами кожної країни і залежить від можливостей суспільства.

На кінець 2016 року в сфері послуг працювало понад 703,3 тис. підприємств – юридичних осіб та їхніх відокремлених підрозділів, основним видом діяльності яких є надання нефінансових послуг [6]. Фактично працювало 94,8% загальної кількості. Це зумовлено тим, що деякі підприємства, які обрали основним видом діяльності надання послуг, тимчасово призупинили діяльність або змінили основний вид діяльності на такий, що не належить до сфери послуг. Більше половини підприємств, що надавали споживачам різноманітні послуги, функціонували у семи регіонах України: м. Києві, Дніпропетровській, Одеській, Львівській, Харківській, Запорізькій та Київській областях.

Результат від операційної діяльності підприємств сфери послуг протягом останніх п'яти років характеризувався негативною тенденцією щодо

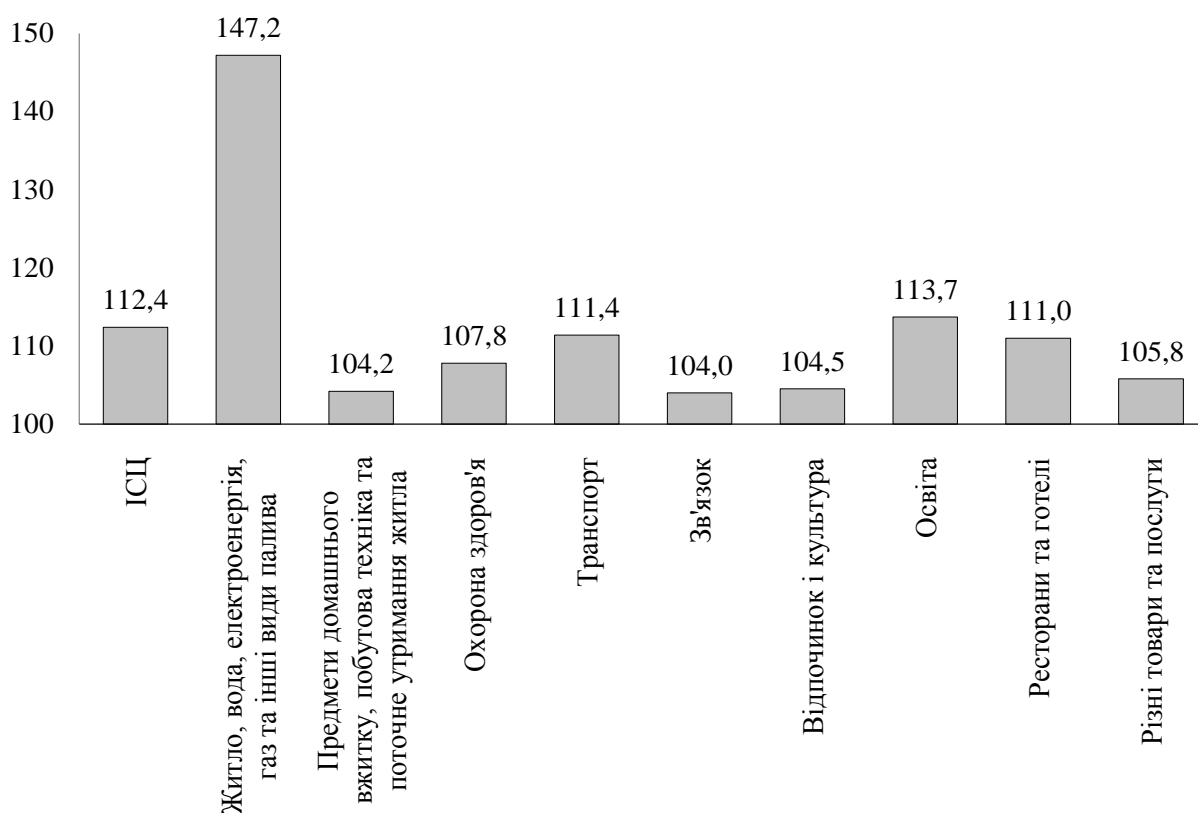


Рис. 3. Індеси споживчих цін у 2016 році (грудень у % до грудня попереднього року)

Примітка: складено на основі [6]

Сфера послуг є відкритою системою, яка функціонує не відокремлено, а у взаємодії з усіма соціально-економічними рівнями та суб'єктами. В основу цих взаємодій покладено взаємозв'язки, в яких перетинаються чи зникають інтереси мікрота макросередовища. Дані зв'язки виникають під впливом структуроформуючих факторів і реалізуються в процесі задоволення платоспроможного попиту існуючих та потенційних споживачів пропозицією послуг. На формування та розвиток структури сфери послуг здійснюють пріоритетний вплив як макроекономічні, так і мікроекономічні фактори.

катастрофічного зменшення, що призвело до збиткової роботи більшості суб'єктів бізнесу галузі. Це пов'язано із збільшенням витрат операційної діяльності протягом 2012-2016 років у 1,6 рази. Це негативно вплинуло на рівень рентабельності суб'єктів господарювання сфери послуг. Протягом 2017 року ситуація з провадженням бізнесу в сфері послуг дещо покращується. Окремі види діяльності знову стають рентабельними, зокрема транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, а також професійна, наукова та технічна діяльність.

Одним із ключових макроекономічних факторів є динамічний розвиток малого підприємництва.

Станом на 2016 рік загальна кількість малих та мікропідприємств у сфері послуг становила 90-95%. Проте спостерігається стала тенденція до зменшення їх кількості до 4%. Виходячи з ролі, яку виконує мале підприємництво у національній економіці, та особливостей виробництва послуг, можна вважати, що малий бізнес є важливою складовою ринкового механізму в сфері послуг. Малі підприємства сфери послуг характеризуються високою динамічністю, гнучкістю та маневреністю, достатньо високою здатністю до виживання і швидким реагуванням на зміну кон'юнктури ринку, а їх діяльність сприяє вирішенню цілого ряду проблем, а саме:

- розвитку культури господарювання;
- насиченню ринку послугами, подоланню монополізму та розширенню конкуренції;
- створенню нових робочих місць і подоланню безробіття;
- значному підвищенню ефективності використання виробничих ресурсів;
- здійсненню швидкої окупності витрат.

резерви потенціалу галузей сфери послуг. Стосовно особливості розвитку сфери послуг на регіональному рівні здійснювати моніторинг доцільно за допомогою системи показників, наведених у табл. 1.

Територіальний індекс розвитку сфери послуг пропонується розраховувати за формулою:

$$I_I = \sqrt[3]{I_{ОРДН} \cdot I_{РРПП} \cdot I_{КП}}, \quad (1)$$

де I_I – територіальний індекс розвитку сфери послуг; $I_{РРПП}$ – індекс рентабельності реалізації послуг; $I_{КП}$ – індекс кількості працівників суб'єктів бізнесу сфери послуг на 10000 мешканців.

Варто також зазначити, що сучасний стан розвитку сфери послуг, скерованих на особисте споживання для населення країни, має свої особливості, а саме: найбільшу питому вагу займають індивідуальні послуги. Так, у 2016 році обсяг реалізованих послуг підприємствам, організаціям та установам становив 64,7%, населенню – 26,0%, іншим структурам – 9,3%.

Зауважимо, що значні частки в обсязі послуг,

Таблиця 1

Система показників оцінки розвитку сфери послуг на регіональному рівні

Показник	Методика розрахунку
Ступінь територіального розвитку сфери послуг за показниками реалізації	<ul style="list-style-type: none"> • обсяг реалізації на душу населення; • обсяг реалізації на 1 працівника; • обсяг реалізації послуг на 1 суб'єкт бізнесу сфери послуг; • обсяг реалізації послуг на 1 грн. середньодушового доходу
Рентабельність	<ul style="list-style-type: none"> • рівень прибутку на 1 працівника сфери послуг; • рентабельність основних фондів суб'єктів бізнесу сфери послуг; • рентабельність оборотних активів суб'єктів бізнесу сфери послуг; • рентабельність капіталу суб'єктів бізнесу сфери послуг; • рентабельність реалізації послуг суб'єктів бізнесу сфери послуг
Рівень забезпеченості суб'єктами бізнесу сфери послуг	<ul style="list-style-type: none"> • кількість працівників сфери послуг на 10000 мешканців; • кількість працівників сфери послуг на 1 суб'єкт бізнесу сфери послуг; • кількість суб'єктів бізнесу сфери послуг на 10000 мешканців; • кількість суб'єктів бізнесу сфери послуг на 1 кв. км території
Територіальний індекс розвитку сфери послуг	<ul style="list-style-type: none"> • розраховувати за формулою (1)

На нашу думку, економічна підтримка функціонування та розвитку малих та мікропідприємств, поряд із середнім та крупним бізнесом сфери послуг, повинна бути стратегічним напрямком державної й регіональної політики. Особливості функціонування та динаміка розвитку сфери послуг за своєю специфікою мають чітко виражену регіональну орієнтацію. Внаслідок цього важливим макроекономічним фактором є оптимізація структури економіки країни, регіону. Саме мале підприємництво сфери послуг повинно здійснити суттєвий вплив на формування макроекономічних показників, які характеризують розвиток економіки регіону. В свою чергу, виконання цієї умови потребує створення сприятливих передумов формування сфери послуг із боку владних регіональних структур. Зокрема, враховуючи специфіку конкретної території, доцільно використати акумульовані в підприємницькому секторі

реалізованих населенню протягом 2016 року, склали послуги транспорту (25,1%) й послуги телекомунікацій (електрозв'язку) (24,9%). Окрім зазначених, у населення користувалися попитом послуги освіти (17,2%), з тимчасового розміщування й організації харчування (9,6%), з охорони здоров'я (7,4%), з діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (5,9%), мистецтва, спорту, розваг та відпочинку (2,1%), з проведення операцій із нерухомим майном (1,7%).

На основі проведеного аналізу виявлено наступні характерні тенденції для надання індивідуальних послуг: 1) значний вплив на розвиток даного сегмента сфери послуг здійснює рівень тарифів; 2) особливо низький показник споживання відмічено за послугами з ремонту та технічного обслуговування офісної та електронно-обчислювальної техніки, по створенню добробуту в побуті населення та у сфері фотографування.

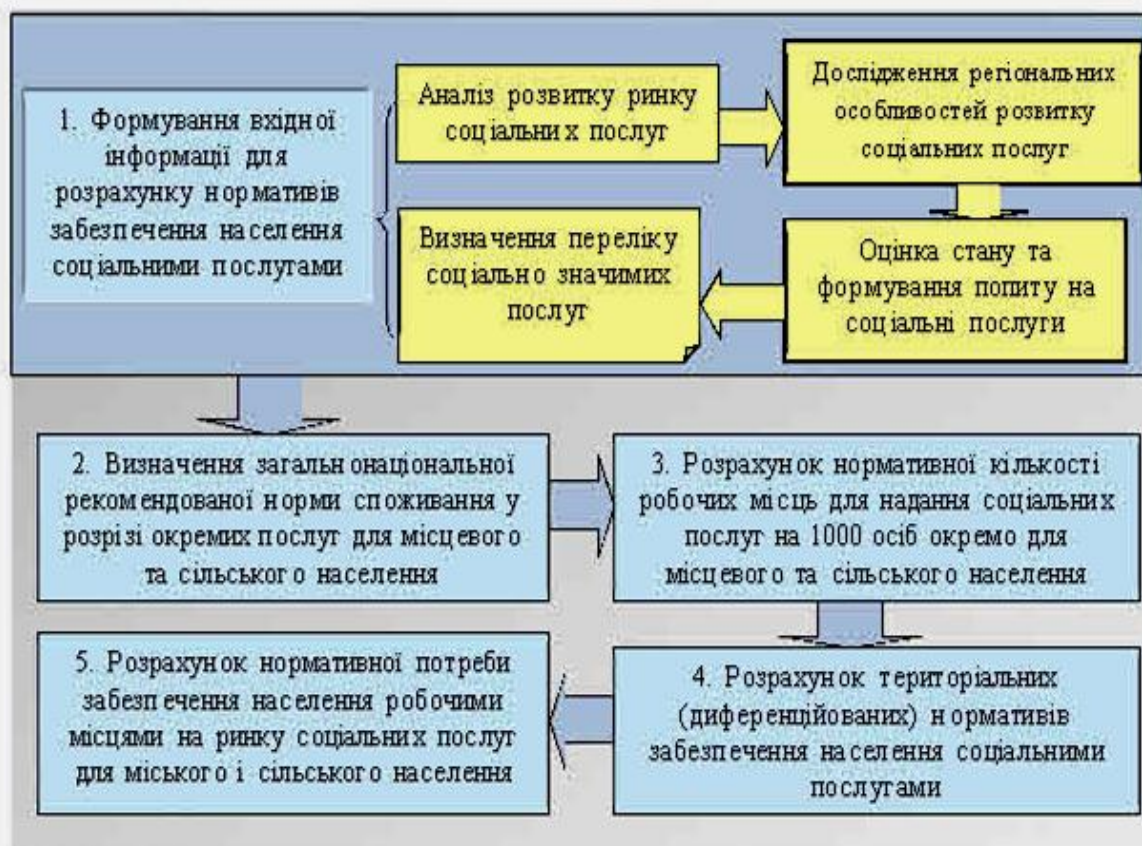


Рис. 4. Концептуальний підхід до нормування забезпеченості населення соціальними послугами

Перспективні напрями розвитку сфери послуг

Напря́м	Заходи втілення
Орієнтація на розвиток малих підприємницьких структур, приватної форми власності	<ul style="list-style-type: none"> • держава повинна зайняти активну позицію по створенню умов, які б сприяли розвитку бізнесу в сфері послуг, застосовуючи для цього економічні механізми та юридичні закони, що захищають права суб'єктів бізнесу; • створення гнучкої системи надання мікрокредитів та регіональних гарантійних фондів; • подальше проведення приватизації функціонуючих державних структур у сфері послуг населенню повинно відбуватись із врахуванням специфіки різновидів послуг, їх соціального значення в житті людини
Забезпечити випереджувальне зростання послуг у структурі фонду споживання	<ul style="list-style-type: none"> • забезпечити високу якість надання послуг; • частина послуг, які є соціально значущими для населення (входять до складу мінімального споживчого бюджету) та попит на них не може бути задоволений методом самообслуговування, повинні бути безоплатними
Створення оптимальної мережі інфраструктурного забезпечення сфери послуг	<ul style="list-style-type: none"> • забезпечити рівнодоступність послуг по території країни та для окремих груп населення; • комплексне використання поряд із стаціонарними установами та підприємствами соціально-побутового обслуговування сільського населення пересувні кооперативи побуту, лікувальні та культурні заклади; • ефективно використання віртуальних форм та методів надання послуг
Перелік платних і безоплатних послуг повинен встановлюватися державою та регулярно переглядатися у відповідності зі змінами добробуту населення, макроекономічною ситуацією в країні	<ul style="list-style-type: none"> • принципи визначення платності послуг повинні тісно пов'язуватись із рівнем доходів окремих прошарків населення, політикою соціального захисту непрацевдатного населення; • бізнес у сфері безоплатних послуг для населення повинен ґрунтуватися на договірних засадах, фінансуватися за рахунок державного або місцевих бюджетів і носити безприбутковий характер; • бізнес у сфері платних послуг для населення повинен формуватися виключно на комерційній основі
Перехід до динамічної форми обслуговування, яка відповідає формулі: «установа до споживача»	<ul style="list-style-type: none"> • пропозиція соціально-побутових послуг для населення стане доступною як фізично, так і економічно, та виконання цієї вимоги буде досягнуто з мінімально можливими затратами

Слід відзначити, що, окрім показників ефективності, на розвиток сфери послуг для населення істотний вплив здійснює нерівномірність розміщення суб'єктів бізнесу (надавачів послуг) та їх віддаленість від споживачів. На це вказує радіус обслуговування, який практично за всіма видами послуг перевищує відстані пішохідної доступності (1 км). Серед специфічних чинників пріоритетний вплив здійснюють якісні характеристики послуг та рівень технології надання послуг, а серед загальних чинників ступінь задоволення потреб споживачів, рівень культури обслуговування та прожитковий рівень населення. Найменший вплив на розвиток сфери послуг має статевовікова структура населення.

Враховуючи вищезазначене, на рисунку 4 запропоновано концептуальний підхід до нормування забезпеченості населення соціальними послугами.

На наш погляд, у процесі формування регіональної Програми розвитку сфери послуг слід враховувати пріоритетні напрями та заходи щодо їх запровадження (табл. 2).

За нашими розрахунками, рекомендовані для запровадження заходи дозволять активізувати розвиток сфери послуг, підвищать ефективність діяльності підприємницьких структур у 1,5 рази та сприятимуть динамічному розвитку національного господарства країни.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Матеріали дослідження, на нашу думку, є підставою стверджувати, що найкращі показники діяльності за обсягами та за видовою структурою послуг є характерними для підприємств колективної форми власності. Вважаємо, що питанням дерегулювання та розвитку малого підприємництва у сфері послуг приділяється недостатня увага. Активізація діяльності підприємств сфери послуг значною мірою залежить від державної підтримки та зокрема вдосконалення спрощеної системи оподаткування, надання податкових та інших пільг, фінансової допомоги тощо.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на дослідження соціально-економічного механізму реалізації послуг і державне регулювання сфери послуг. На наш погляд, важливо встановити юридичний статус таких підприємницьких структур як «мале підприємство», адже основна питома вага суб'єктів бізнесу в сфері послуг віднесена до цієї категорії організаційно-правових форм. Важливо привести типові структури підприємницької діяльності на ринку послуг у відповідність із економічними важелями та методами в правових аспектах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Організація і технологія надання послуг : навч. посіб. / В. В. Апопій, І. І. Олексин, Н. О. Шутовська, Т. В. Футало. – К. : ВЦ “Академія”, 2006. 312 с.
2. Лавлок Кристофер. Маркетинг услуг: персонал, технологія, стратегія / Лавлок Кристофер; [пер. с англ.]. - [4-е изд.]. – М. : Издательский дом “Вильямс”, 2005. - 1008 с.
3. Мак-Дональд М. Сфера услуг. Полное пошаговое руководство по маркетинговому планированию / М. Мак-Дональд, Э. Пэйн; [пер. с англ.]. – М. : Эксмо, 2009. – 448 с.
4. Мальська М. П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика) : монографія / М. П. Мальська. – К. : Знання, 2009. – 363 с.
5. Нестеров А. В. Сервис и услуги: комплексный подход / Нестеров А. В. – М. : ГУ ВШЭ, 2007. – 150 с.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Румянцев А. П. Світовий ринок послуг : навч. посіб. / А. П. Румянцев, Ю. О. Коваленко. – К. : ЦНЛ, 2006. – 456 с.
8. Світовий ринок товарів та послуг : у 2-х ч. : підручник / А. А. Мазаракі, Є. М. Воронова, І. В. Чаус, Н. П. Ващенко. – Х. : Ранок, 2008. – 240 с.
9. Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг : підручник / Л. В. Ткаченко. – К. : ЦНЛ, 2003. – 192 с.
10. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля : навч. посібник / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2001. – 488 с.

11. Шлійко А. В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг : навч. посіб. / А. В. Шлійко. – К. : ЦНЛ, 2008. – 376 с.

REFERENCES

1. Apopij, V. V. Oleksyn, I. I. Shutovs'ka, N. O. and Futalo, T. V. (2006), Orhanizatsiia i tekhnolohiia naddannia posluh, VTs “Akademiia”, K., 312 s.
2. Lavlok Kristofer (2005), Marketing uslug: personal, tehnologija, strategija, 4 nd ed, Izdatel'skij dom “Vil'jams”, M., 1008 s.
3. Mak-Donal'd M. and Pjejn Je. (2009), Sfera uslug, Polnoe poshagovoe rukovodstvo po marketingovomu planirovaniju, Jeksmo, M., 448 s.
4. Mal's'ka, M. P. (2009), Prostorovi systemy posluh (teoriiia, metodolohiia, praktyka), Znannia, K., 363 s.
5. Nesterov, A. V. (2007), Servis i uslugi: kompleksnyj podhod, GU VShJe, M., 150 s.
6. Ofitsijnyj sajt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Rumiantsev, A. P. and Kovalenko, Yu. O. (2006), Svitovyj rynek posluh, TsNL, K., 456 s.
8. Mazaraki, A. A. Voronova, Ye. M. Chaus, I. V. and Vaschenko, N. P. (2008), Svitovyj rynek tovariv ta posluh : u 2-kh ch., Ranok, Kh., 240 s.
9. Tkachenko, L. V. (2003), Marketynh posluh, TsNL, K., 192 s.
10. Tsyhankova, T. M. Petrashko, L. P. and Kal'chenko, T. V. (2001), Mizhnarodna torhivlia, KNEU, K., 488 s.
11. Shlijko, A. V. (2008), Ekonomika pidpriemnytstva na rynku tovariv i posluh, TsNL, K., 376 s.
- 12.

Гуштан Т. В.,

к.е.н., доц., доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності, Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Ужгород

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті розглянуто теоретичні підходи до трактування терміну “спеціалізація”. Узагальнено наукові погляди щодо цього терміну в роздрібній торгівлі. Здійснено видовий поділ спеціалізації роздрібної торгівлі. Перелічено основні ознаки спеціалізації та її видозмінні прояви. Описано роль кінцевих споживачів у процесі зміни масштабів пропозиції. Розглянуто спеціалізацію як явище в роздрібній торгівлі, наділене певними перевагами. У розрізі ринкової кон’юнктури розглянуто спеціалізацію як явище, пов’язане із загрозами та ризиками. Схематично зображено сутнісну характеристику спеціалізації в роздрібній торгівлі. Розглянуто місце роздрібної торгівлі та її спеціалізації у Класифікаторі видів економічної діяльності.

Ключові слова: спеціалізація, роздрібна торгівля, ознаки спеціалізації, товарна спеціалізація, функціональна спеціалізація, сервісна спеціалізація, технологічна спеціалізація.

Hushtan T.V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commodity Science and Commercial Activities, Uzhgorod Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Uzhgorod

THE ESSENTIAL CHARACTERISTIC OF SPECIALIZATION IN RETAIL TRADE

Abstract. The article deals with theoretical approaches to the interpretation of the term "specialization". The academic views on this term in the retail trade are generalized. The division of specialization of retail trade is carried out. The main features of specialization and its changeable manifestations are listed. The role of end consumers in the process of changing the scope of offers is described. The specialization is considered as a phenomenon in retail trade with certain advantages. In the context of the market situation, specialization is considered as a phenomenon associated with threats and risks. The essential characteristic of specialization in retail trade is schematically illustrated. The place of retail trade and its specialization in Classifier of Types of Economic Activity is considered.

Keywords: specialization, retail trade, specialization features, commodity specialization, functional specialization, service specialization, technological specialization.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку роздрібної торгівлі спостерігається високий рівень динамічних трансформацій та структурних змін, які виникають унаслідок впливу ендогенних та екзогенних чинників, націлених на посилення рівня конкурентоспроможності підприємств торгівлі та підвищення рівня соціально-економічної ефективності.

Процес спеціалізації під впливом ринкових чинників набув певні риси, характер та зміст. З огляду на асортиментну політику підприємств торгівлі щодо товарів та послуг, їх спрямованість на певні категорії споживача виникає закономірний поділ у сфері торгівлі, націлений на диференціацію об’єктів торгівлі.

Водночас зберігається різнополюсна тенденція, яка, з одного боку, розширює масштаби торговельної діяльності, а з іншого боку, - локалізує об’єкти торгівлі. Необхідно зазначити, що спеціалізація об’єктів торгівлі не лише появляється через обмеження асортименту товарів/послуг, але й сприяє формуванню більш складного характеру прояву торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням спеціалізації роздрібної торгівлі в певній мірі приділили увагу такі відомі вчені, як Берман Б. та Єванс Дж. Розглядаючи у своїх працях спеціалізацію, вони зробили акцент на обмеженість асортименту товару і зазначили, що це "...роздрібне підприємство, де реалізуються товари або послуги однієї групи..." [1, с. 1157], та зробили щодо даного

твердження уточнення "...де продається вузький, але глибокий асортимент товарів вибраної категорії..." [1, с. 289].

Натомість вчений-економіст Шредер К. розглядає спеціалізацію з акцентом на незвичність асортименту товару в спеціалізованому магазині: "...спеціалізований магазин відрізняється саме тим, що пропонує покупцю професійно вибрані і оригінально представлені товари" [2, с. 116].

Водночас Єгоров В. Ф. вивчає спеціалізацію в торгівлі крізь призму вузького асортименту: "Спеціалізований магазин – це підприємство торгівлі, що реалізує одну групу товарів" [3, с. 30].

Відомі вчені Кент Т. та Омар О. вважають, що спеціалізовані магазини (*specialty stores*) характеризуються тим, що в них "... продається обмежений набір товарів, але при наявному широкому виборі, тобто глибокому асортименті..." [4, с. 26].

Погляди зазначених авторів на спеціалізацію з позицій обмеження асортименту розкривають лише одну сутнісну грань цього складного процесу, але є недостатніми для розкриття сутнісної характеристики цих визначень.

Більш широко спеціалізацію роздрібних підприємств трактують Леви М. та Вейтц Б., які вважають, що такі об'єкти "...концентруються на невеликій кількості товарних категорій і на наданні високого рівня сервісу..." [5, с. 52].

Більш широким є твердження відомих українських вчених-економістів Апопія В., Міщука І. та Ребицького В., які розглядають спеціалізацію в роздрібній торгівлі, акцентуючи увагу на процесі: "...розвивається у формах товарної спеціалізації і спеціалізації за споживчими комплексами..." [6, с. 313].

Постановка завдання. Отже, спеціалізація торговельних підприємств отримала певні масштаби під дією складних трансформаційних процесів і, як наслідок, викликала потребу в її дослідженні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи термін "спеціалізація" (*spezialis* – лат.; *spezialization* – франц.; *spezialization* – нім.), необхідно зазначити, що він по своїй суті означає особливий, своєрідний. Проте це поняття залежно від сфери застосування має своє характерне трактування.

Так, у торгівлі спеціалізація виступає як форма поділу праці й раціональної організації торговельної діяльності. В основу процесу спеціалізації покладемо поділ праці, який у процесі змінює роль та функції торговельних систем, посилює необхідність впровадження організаційних структур та формування їх зв'язків.

Розглядаючи зміни, які спостерігалися впродовж ХХ століття, необхідно зазначити, що сфери роздрібної та оптової торгівлі були розділені і в подальшому утворилися торговельні підприємства, які здійснювали реалізацію продовольчих та непродовольчих товарів. У свою чергу, в торговельних організаціях і об'єднаннях прискорено розвивалася внутрішня спеціалізація торгівлі: одягом, взуттям,

культтоварами, госптоварами, бакалійними товарами, окремими групами продтоварів.

Спеціалізація торкнулася також територіальних організацій торгівлі: у містах домінувала державна торгівля, а в сільській місцевості безроздільно функціонувала кооперативна [7].

Узагальнюючи сучасні наукові погляди на спеціалізацію в роздрібній торгівлі, можна визначити сутність цієї категорії як форму поділу сфер діяльності підприємств торгівлі, що виражається у товарно-асортиментній, видовій та функціональній їх диференціації в цільових сегментах ринку з метою підвищення рівня конкурентоспроможності та ефективності функціонування.

На нашу думку, основними ознаками спеціалізації є:

- розмежування сфер діяльності підприємств роздрібної торгівлі в цільових сегментах ринку;
- диференціація торговельних підприємств за ознаками товарного асортименту, видів послуг, форм і методів обслуговування, функціональної діяльності;
- раціональна організація торговельної діяльності.

Крім наведених основних ознак, на практиці можливі видовимні прояви спеціалізації, які виражають товарно-галузеві, соціально-демографічні, економічні, екологічні, торгово-технологічні та інші аспекти. Відповідно, суттєво розширюється спектр видів спеціалізації в торгівлі. Розглянемо докладніше сутнісну характеристику видів спеціалізації крізь призму зазначених ознак.

Домінуючим видом у сфері роздрібної торгівлі є товарна спеціалізація, яка характеризується обмеженими видами діяльності підприємств, організацій, торговельних мереж за товарно-галузевими та товарно-асортиментними ознаками. В межах такої спеціалізації відбувається первинний поділ підприємств за секторами роздрібної торгівлі: продаж продовольчих товарів; непродовольчих товарів; засобів виробництва та інвентарю; транспортних засобів; фармацевтичних товарів; палива; послуг та ін. [8].

Поглиблення товарної спеціалізації виражається у вторинному поділі об'єктів роздрібної торгівлі до товарно-асортиментних сегментів споживчого ринку, внаслідок чого спостерігається стандартна спеціалізація в межах товарних груп: м'ясо і м'ясопродукти; молоко і молокопродукти; овочі й фрукти; напої; бакалія; одяг; взуття; культтовари; господарські товари; паливно-мастильні товари; сільгосптехніка та інвентар; аптечні товари; послуги – матеріальні й нематеріальні та інші.

Третинний поділ приводить до формування вузької спеціалізації підприємств на базі товарних підгруп і навіть видів товарів, зокрема: мінеральні води, торти, сири, гудзики та ін. При такій спеціалізації діяльність об'єктів торгівлі обмежено вузькими нішами ринку.

Товарна спеціалізація формується і прогресує, головним чином, під впливом різноманіття потреб споживачів, зростаючих масштабів пропозиції на ринку товарів і послуг та набуває певних форм. Одна з них зумовлена комплексним попитом і проявляється у створенні магазинів типу "Рибальство",

“Спа та фітнес”, “Мисливство”, “Фурнітура” тощо. Інша форма виражає вузькі індивідуальні потреби – “Товари для немовлят”, “Оптика”, “Ноти” тощо.

Другий вид спеціалізації – функціональний. Він характеризується тим, що обмеження діяльності об’єктів торгівлі стосуються особливих видів діяльності. Організаційно-економічні засади функціонального виду спеціалізації зумовлені різними формами та методами продажу, обслуговування, які розвиваються в роздрібній торгівлі. На практиці така спеціалізація проявляється в сфері комісійного продажу, реалізації уцінених товарів, антикварних речей (у тому числі в формі аукціонного продажу), продажу на дому, поштової торгівлі, телекомунікаційного продажу, “сесh & сергі”, прокату.

Варіантом функціональної спеціалізації є орієнтована на контингент покупців за соціально-демографічними та соціально-культурними ознаками. Зокрема, йдеться про функціонування об’єктів торгівлі для обслуговування соціально малозахищених верств населення (“Соціальні магазини”) або для обслуговування особливого сегмента населення - wір-персон (магазини-салони). Інший аспект розвитку соціально-культурних цінностей населення формується через магазини, наприклад “Українська вишивка”, “Українські сувеніри” та ін.

Слід підкреслити, що функціональна спеціалізація набула широких масштабів, проте, на відміну від товарної, теоретичні положення і засади її розвитку малорозроблені. Необхідно зауважити, що саме недостатня розробленість теоретико-методичних аспектів гальмує розвиток цього напрямку спеціалізації в роздрібній торгівлі.

Інший вид спеціалізації у торгівлі обумовлено торгово-технологічним процесом і отримав назву “технологічна спеціалізація”. Необхідність такої спеціалізації очевидна в умовах розширення випуску товарів, які вимагають спеціальних режимів: транспортування, зберігання, продаж. Йдеться про спеціалізацію об’єктів торгівлі з продажу заморожених продуктів, товарів, які транспортуються навалом (наприклад, вугілля, ліс), реалізуються у вигляді товарообладнання та ін. У міру збільшення на споживчому ринку обсягів товарів виробничого призначення, напівфабрикатів, сировини цей вид спеціалізації поглиблюється.

Особливим видом спеціалізації в торгівлі слід вважати сервісну, суть якої полягає в диференціації діяльності об’єктів, що надають послуги, а також об’єктів інфраструктурного обслуговування. До перших відносять спеціалізовані об’єкти з надання індивідуальних (головним чином, побутових) послуг і колективних послуг матеріального й нематеріального характеру. Об’єкти другої категорії належать до інфраструктури і надають торгівлі безпосередньо послуги: інформаційні, комунікаційні, маркетингові та інші [9].

Правомірність розгляду зазначених видів спеціалізації в контексті даного дослідження обумовлено тим, що послуга розглядається як товар і, крім того, реалізація послуг відноситься до роздрібної

торгівлі. Послуги значною мірою формують роздрібний товарооборот.

На сучасному етапі спостерігаються тенденції посилення впливу виробництва, походження товару на спеціалізацію об’єктів роздрібної торгівлі. З’являються такі спеціалізовані підприємства, як “Товари з Італії”, “Вина Молдови”, “Екопродукти”.

Спеціалізація як явище в роздрібній торгівлі має суттєві переваги, оскільки дозволяє:

- оптимізувати розподіл ресурсів;
- раціонально використати потенціал торговельного підприємства і вдосконалити його;
- реагувати на глибинні зміни в структурі ринкового попиту і максимально задовольняти його;
- своєчасно й активно впливати на виробництво з метою коректування товарної пропозиції;
- підвищити продуктивність праці;
- здійснити економію витрат і підвищення рівня ефективності й конкурентоздатності;
- запровадити зміну організації структури та управління.

Разом з тим, спеціалізація несе певні загрози і ризики в силу її значної залежності від ринкової кон’юнктури і коливань платоспроможного попиту. Крім того, спеціалізація реагує на зміну соціально-економічного становища: валютні коливання, підвищення комунальних тарифів, кризові явища. З цих причин поглиблення товарних спеціалізацій на рівні окремих підгруп і навіть груп товарів помітно сповільнилося.

Так, за останні п’ять років кількість спеціалізованих підприємств у сегменті ринку культуртоварів скоротилася у два рази.

Таким чином, спеціалізація, зумовлена поділом праці в роздрібній торгівлі, відрізняється широким спектром видів і різновидів, виражених традиційними та новими ознаками (рис. 1)

Наведені на рисунку 1 види спеціалізації суттєво відрізняються від загальноприйнятих (універсальна, комбінована, змішана), які виражають не суть спеціалізації, а асортиментний профіль торговельного підприємства.

Крім того, запропоновані види спеціалізації не відповідають підходам щодо систематизації, викладеним у КВЕД (Класифікаторі видів економічної діяльності). У Класифікаторі видів економічної діяльності торгівлю віднесено до секції G, яка включає оптову торгівлю, оптове посередництво, а також роздрібну торгівлю. У свою чергу, зазначені види торгівлі систематизовані у 21 групу і 91 клас, із яких до роздрібної торгівлі відносяться близько половини класів. При цьому окремо виділено спеціалізації за товарними ознаками. Найбільш важливі з них: торгівля автотранспортними засобами, окремими товарами непродтоварів, продтоварів, медичними товарами та ін. У цілому підхід до класифікації є чисто прагматично-статистичний без належних наукових обґрунтувань. Тому в поясненнях до методологічних положень класифікатора підкреслюється, що “...класифікація не завжди відповідає потребам користувачів за межами статистичної системи, у зв’язку з чим можуть виникнути суперечності...” [10].



Рис. 1. Сутнісна характеристика спеціалізації в роздрібній торгівлі (розробка автора)

Загалом суперечностей багато. По-перше, відсутні спеціалізації видів діяльності поза товарними ознаками. По-друге, товарно-галузева і товарно-асортиментна спеціалізації належним чином не розмежовані. По-третє, товарні групи надмірно агреговані, що не дозволяє чітко визначити обмеження. Тобто не визначено основного принципу спеціалізації.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, розглянуті у статті види спеціалізації теоретично обґрунтовані й методологічно вивірені, враховують сукупність ознак, внаслідок чого створюють фундаментальну базу для розвитку процесів типізації підприємств роздрібної торгівлі, концентрації торгівлі, кооперування та інтеграції.

Нами зазначено, що спеціалізація зумовлює створення численних видів торговельних підприємств та їх модифікацію, що, в свою чергу, об'єктивно потребує їх систематизації з метою вивчення, аналізу, співставлення притаманних їм рис.

Таким чином, спеціалізація в роздрібній торгівлі відноситься до складних сутнісних категорій, в основі яких - розмежування діяльності, диференціація

й організаційно-функціональний поділ за малодослідженими ознаками й критеріями. Масштаби і темпи розвитку спеціалізації й типізації залежать від повноцінної дії економічних законів, ефективної реалізації принципів та підходів, які вимагають відповідних умов і стимулюючих чинників, а також подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Берман Б. Розничная торговля: стратегичный подход / Берман Б., Эванс Дж.; [пер. с англ.]. – [8-е изд.]. - М. : Издат. дом “Вильямс”, 2003. – 1184 с.
2. Шредер К. Специализированный магазин: Как построить прибыльный бизнес в розничной торговле / К. Шредер; [пер. с англ.]. – [2-е изд.]. – М. : Альпина Паблишер, 2010. – 432 с.
3. Егоров В. Ф. Организация торговли : учебник / Егоров В. Ф. - СПб. : Питер, 2004. – 352 с.
4. Кент Т. Розничная торговля / Кент Т., Омар О.; [пер. с англ.]. - М. : ЮНИТИ, 2007. – 714 с.
5. Леви М. Основы розничной торговли / Леви М., Вейту Б.; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 1994. – 448 с.

6. Організація торгівлі : підручник / [В. В. Апопій, І. П. Мішук, В. М. Ребицький та ін.]. – [3-тє вид.]. - К. : Центр учбової літератури, 2009. - 632 с.

7. Апопій В. В. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / Апопій В. В.; [за ред. В. В. Апопія та ін.]. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.

8. Апопій В. В. Особливості аналізу конкурентоспроможності спеціалізованих підприємств роздрібно́ї торгівлі / Апопій В. В., Шалева О. І., Гуштан Т. В. // Причорноморські економічні студії : науковий журнал. – Одеса, 2016. – Вип. 12. – С. 19-24.

9. Колчкова М. В. Аналіз структури та тенденції розвитку роздрібно́ї торговельно́ї мережі в Україні / М. В. Колчкова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць. - Вип. 1. Т. 1. – Х. : ХДУХТ, 2007. – С. 282-289.

10. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності. ДК 009:2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/info/842>.

REFERENCES

1. Berman B. and Yevans Dzh. (2003), *Rozny`chnaya trgovlya: strategy`chnyj podxod*, 8 nd ed, Y`zdom «Vy`l`yams», M., 1184 s.

2. Shreder K. (2010), *Specy`aly`zovannyj magazyn: Kak postroyt` pry`byl`nyj by`znes v rozny`chnoj trgovle*, 2 nd ed, Al`py`na Pably`sher, M., 432 s.

3. Yegorov, V. F. (2004), *Organy`zacy`ya trgovly`*, Piter, SPb, 352 s.

4. Kent T. and Omar O. (2007), *Rozny`chnaya trgovlya*, YuNY`TY`, M., 714 s.

5. Levy` M. and Vejtu B. (1994), *Osnovy rozny`chnoj trgovly*, Py`ter, Spb, 448 s.

6. Organizaciya torgivli, 3 nd ed, V. V. Apopij, I. P. Mishhuk, V. M. Reby`cz`ky`j ta in. (2009), *Centr uchbovoyi literatury`*, K., 632 s.

7. Apopij, V. V. (2012), *Sy`stema regulyuvannya vnutrishn`oyi torgivli Ukrayiny`*, za red. V. V. Apopiya ta in., Akademvy`dav, K., 424 s.

8. Apopij, V. V. Shaleva, O. I. and Gushtan, T. V. (2016), *Osobly`vosti analizu konkurentospromozhnosti specializovany`x pidpry`emstv rozdribnoyi torgivli*, *Naukovy`j zhurnal Pry`chornomors`ki ekonomichni studiyi*, vy`p. 12, Odesa, s. 19-24.

9. Kolchkova, M. V. (2007), *Analiz struktury` ta tendencyi rozvy`tku rozdribnoyi torgovelnoyi merezhi v Ukrayini*, *Ekonomichna strategiya i perspekty`vy` rozvy`tku sfery` torgivli ta poslug* : zb. nauk, pracz`, vy`p. 1. T. 1, XDUXT, Xarkiv, s. 282-289.

10. Nacional`ny`j klasy`fikator Ukrayiny`. *Klasy`fikaciya vy`div ekonomichnoyi diyal`nosti*. DK 009:2010, available at: <http://www.dkrp.gov.ua/info/842>.

Скупейко В. В.,

к.е.н., доц., доцент кафедри обліку і оподаткування, Львівський університет бізнесу та права, м. Львів

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ЩОДО ЕТАПІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** У статті розглянуто засади стратегічного планування власної конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств (СГП). Визначено, що у процесі стратегічного планування недостатньо уваги приділяється принципам системності та комплексності дій. Запропоновано модель формування та реалізації конкурентної стратегії для СГП на принципах системності та комплексності дій. Здійснено систематизацію цілей. Розкрито роль SWOT-аналізу в процесі побудови лінії конкурентної поведінки СГП. Наведено характеристику конкурентних стратегій для СГП та їх ключові параметри. Досліджено організаційно-економічну складову конкурентної стратегії. Напрямами, які потребують подальших досліджень, названо інформаційне, методологічне та методичне забезпечення, а також механізми забезпечення конкурентної стратегії.*

Ключові слова: стратегічне планування, сільськогосподарські підприємства (СГП), ресурсний потенціал, конкурентна стратегія, етапи конкурентної стратегії.

Skupeyko V. V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation, Lviv University of Business and Law, Lviv

CONTEMPORARY APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF STRATEGIC MANAGEMENT STAGES OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE COMPETITIVENESS

***Abstract.** The article considers the principles of strategic planning of own competitiveness of agricultural enterprises. It is determined that in the process of strategic planning insufficient attention is paid to the principles of systemicity and complexity of actions. A model for the formation and implementation of a competitive strategy for agricultural enterprises on the principles of systemality and complexity of actions is proposed. The systematization of goals is carried out. The role of SWOT-analysis in the process of developing a line of competitive behavior of agricultural enterprises is revealed. The characteristics of competitive strategies for agricultural enterprises and their key parameters are given. The organizational&economic component of the competitive strategy is investigated. The data, methodological and methodical providing are viewed as the directions that require further research, as well as mechanisms for ensuring a competitive strategy.*

Key words: strategic planning, agricultural enterprises, resource potential, competitive strategy, stages of competitive strategy.

Постановка проблеми. Позичювання сільськогосподарських підприємств (далі - СГП) в конкурентному середовищі базується на потребах оптимізації ресурсного потенціалу з метою здійснення стратегічного планування власної конкурентоспроможності та подальшої реалізації економічної політики. Вибір моделі конкурентної поведінки передбачає дотримання певних правил, зокрема:

- управління ресурсним потенціалом з метою максимізації прибутку;

- формування інвестиційної привабливості як результат ефективності окупності капіталовкладень;

- забезпечення зростання цільового сегмента як наслідок застосовуваної ефективної цінової політики та товарного асортименту, які відповідають потребам кінцевого споживача.

Націленість СГП на забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності формується від моменту проголошення місії, власних цілей та завдань щодо стратегічного розвитку з дотриманням таких принципів управління, як системність (шляхом об'єднання суб'єктів та об'єктів конкурентного середовища), формування та використання власних переваг у відповідності до динаміки конкурентного

потенціалу. Важливою є адекватність процесу планування щодо наявного конкурентного середовища та конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням щодо формування конкурентного середовища та конкурентних переваг займалися багато як вітчизняних, так і іноземних вчених-економістів, що у своїх працях застосовували різні методичні підходи щодо реалізації стратегії конкурентного розвитку, але мали ознаки єдності концептуальних суджень шляхом створення структурної схеми конкурентної стратегії [1-17]:

- формування місії та цілі;
- здійснення аналізу зовнішнього середовища та його впливу;
- SWOT-аналіз;
- пошук альтернатив;
- коригування та контроль за реалізацією стратегії.

Запропонована модель не є універсальною, оскільки у кожному реальному ситуаційному рішенні необхідно враховувати особливості об'єкта стратегічного планування та впливу на нього факторів конкурентного середовища.

Постановка завдання. На нашу думку, в економічній літературі не в повній мірі враховано особливості (економічні та функціональні) стратегічного планування СГП, у процесі розробки якої конкурентна стратегія відповідала б ознакам системності та комплексності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Вважаємо за доцільне запропонувати більш деталізовану модель формування та реалізації конкурентної стратегії, яка націлена на оптимізацію ресурсного потенціалу, обґрунтовує вибрану систему та передбачає поетапний деталізований процес, наповнений специфічними процедурами та методичним обґрунтуванням.

На першому етапі традиційно необхідно визначити місію та збудувати «дерево» цілей (взаємозалежні та збалансовані щодо попиту та пропозиції) СГП із урахуванням мотиваційних складових та передбачуваних наслідків.

На цьому етапі потрібно здійснити систематизацію цілей:

- основні цілі (формування споживчого попиту та пропозиції, соціально-економічний захист споживача, забезпечення платоспроможності, максимізація прибутку, зростання продуктивності праці тощо);
- допоміжні цілі (збереження якості товару, розширення асортименту, скорочення ризиків, збереження інвестиційної привабливості, перегляд участі персоналу в процесі прийняття управлінських рішень, мінімізація витрат тощо).

На другому етапі проводиться аналіз конкурентоспроможності СГП із діагностикою конкурентного середовища, в процесі якого формується інтегральна оцінка в стратегічному періоді з урахуванням

зовнішніх (загроз та можливостей) та внутрішніх (сильних та слабких сторін) факторів, тобто враховуються результати SWOT-аналізу в розрізі окремих суб'єктів конкурентного середовища [4, 5].

У свою чергу, результати SWOT-аналізу дають можливість визначити лінію конкурентної поведінки (лідер; претендент на лідерство; ринковий послідовник; новачок; аутсайдер) для СГП у конкурентному середовищі на третьому етапі [10, 11].

На четвертому етапі необхідно створити систему вибору конкурентної стратегії з мінімізацією ризиків щодо реалізовуваних бізнес-проектів із застосуванням стратегічного аналізу діяльності СГП, використання ресурсів, змін у зовнішньому середовищі тощо [2, 3].

Водночас система вибору конкурентної стратегії повинна мати в своєму арсеналі:

- стратегію досягнення конкурентних переваг, яка реалізуватиметься шляхом оптимізації витрат, концентрації на цільовому ринку тощо;

- функціональну конкурентну стратегію, наповнену функціональними завданнями щодо її реалізації. Зокрема, оборонна стратегія передбачає збереження власного конкурентного становища, скорочує ризики щодо зменшення сегмента цільового ринку та сприяє мінімізації витрат щодо переорієнтації конкурентної боротьби. Тоді як наступальна стратегія СГП передбачає реалізацію ресурсного потенціалу в напрямі розширення цільового сегмента ринку з використанням власних конкурентних переваг і націленістю на поглинання конкурентів. Нарешті, комбінована стратегія передбачає правила двох попередніх стратегій та націлена на зміну кон'юнктури ринку та формування конкурентної інфраструктури [4, 5];

- стратегію забезпечення конкурентоспроможності з реалізацією таких стратегій, як: ресурсна (оптимізація та перерозподіл ресурсів); управлінська (мінімізація управлінських витрат та зростання їх ефективності); кадрова (розвиток кадрового потенціалу, зростання продуктивності праці, пошук ефективних мотиваційних інструментів); фінансово-інвестиційна (пошук джерел інвестування, зростання інвестиційної привабливості); технологічно-інвестиційна (впровадження інноваційних технологій, відтворення матеріально-технічної бази); товарна (перегляд асортименту, номенклатури, ринків збуту, цінова політика); інтеграційна (інформаційно-управлінські зв'язки, маркетинг) [9, 12].

На п'ятому етапі стратегічного управління СГП необхідно реалізовувати організаційно-економічну складову конкурентної стратегії, яка сприяє розробці та реалізації тактичних планів, шляхом:

- розробки тактичних планів;
- формування ефективної організаційної структури з чітким ієрархічним поділом;
- розроблення мотиваційних інструментів;
- формування ресурсного забезпечення;
- бюджетування стратегічних рішень (нормативне обґрунтування);
- фінансування витрат тощо.

Характеристики конкурентних стратегій СГП

Ключові параметри	Стратегія досягнення конкурентних переваг			стратегія оптимальних витрат
	стратегія лідерства за витратами	стратегія диференціації	стратегія цільового сегмента ринку	
Стратегічна мета	Збільшення товарообороту шляхом зниження ціни	Розширення сегмента неспеціалізованого товарного ринку	Розширення цільового сегмента ринку та концентрації груп споживачів	Збільшення товарообороту шляхом підвищення якості та зменшення витрат
Торговельно-технологічний процес	Скорочення витрат із збереженням відповідного рівня якості пропозиції товару та його інноваційності	Динамічне товаропросування та відсутність цінкових коливань	У відповідності до періоду життєвого циклу СГП розширення цільового сегмента ринку	Формування товарного асортименту з мінімальними витратами
Маркетингові пріоритети	Скорочення умовно-постійних витрат шляхом збільшення товарообороту	Виготовлення товарів із диференційованими споживчими властивостями	Формування товарного попиту та пропозиції з урахуванням цільового сегмента ринку	Реалізація якісних товарів-аналогів за нижчими цінами
Умови забезпечення	Скорочення витрат та середньої ціни, збільшення товарообороту	Збереження товарної унікальності та цінкової політики	Конкурентна перевага (імідж) та конкурентна ціна із збереженням спільного споживчого попиту	Скорочення умовно-постійних витрат із збереженням цілісності технологічної структури
Конкурентна перевага	Скорочення витрат обороту	Цінова еластичність попиту	Стабільність попиту/пропозиції з мінімізацією диференціації споживачів	Мінімальні зація кінцевої ціни
Асортимент товарів	Специфікація товару та його обмеженість	Диференціація товару та розширення можливостей його вибору	Специфікація товару та розширення можливостей його вибору	Диференціація товару із збереженням високого рівня якості та ціни

На заключному, шостому, етапі потрібно створити систему контролю з метою проведення своєчасної та ефективної оцінки діяльності СГП, визначення відхилень щодо обраних нормативів у поєднанні із зовнішнім контролем щодо підприємств-конкурентів. На даному етапі важливим є визначення відхилень та їх коригування у взаємозв'язку з ресурсним потенціалом та наявними конкурентними перевагами.

Отже, вибір конкурентної стратегії СГП та її систематизація – це формування та реалізація оптимального сценарію стратегії СГП щодо досягнення конкурентних переваг шляхом застосування певного типу конкурентної поведінки і, як наслідок, досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності.

Важливою є реалізація завдань, націлених на зростання цільового сегмента ринку із збереженням особливостей конкурентної стратегії (наприклад, сфери господарювання, технологічної структури) і використання конкурентних переваг, які поєднують у собі фінансовий підхід (максимальний рівень прибутку шляхом скорочення витрат) та маркетинговий підхід (максимальне охоплення цільового ринку) з подальшим визначенням параметричних характеристик конкурентної стратегії СГП та досягнення нових конкурентних переваг (наприклад, збалансування товарного попиту та пропозиції) (див. табл.).

Водночас маркетингова стратегія сприяє оборотності коштів, формуванню еластичної ціни, регулюванню товарного попиту та пропозиції, підвищенню якості продукції, перегляду асортиментної політики [6]. Тоді як торгово-технологічні параметри враховують період життєвого циклу СГП та відображають ступінь його динамічності та інноваційності.

Немаловажними є умови забезпечення конкурентної стратегії, які передбачають зміну споживчого попиту (зростання), скорочення витрат товарного обігу, причому йдеться про націленість на досягнення відповідних цільових параметрів діяльності СГП, що може мати модифікований характер.

Одним із стратегічних завдань СГП є збереження динамічності управлінських процесів з метою реалізації конкурентної стратегії з перемінним застосуванням, у залежності від потреб, стратегій нападу та оборони, що, в свою чергу, сприяє формуванню конкурентного характеру та лінії поведінки.

Вважаємо за потрібне пропонувати для СГП застосування стратегії забезпечення конкурентоспроможності, яка передбачає використання конкурентних переваг на етапах формування ресурсного потенціалу, його використання та відтворення, адже ресурси підприємства мають здатність змінювати свої кількісні та якісні параметри і, як наслідок, формують систему конкурентної стратегії.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, у процесі проведеного дослідження нами визначено, що розробка та реалізація конкурентної стратегії СГП повинна передбачати наявність інформаційного забезпечення, методологічного та методичного, а також механізми

забезпечення конкурентної стратегії, що стане предметом подальших досліджень. Тоді як механізми забезпечення конкурентної стратегії повинні передбачати стратегічні цілі та заходи. Водночас місія конкурентної стратегії повинна базуватися на місії та цілях функціонування СГП.

ЛІТЕРАТУРА

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 280 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф, Э. Дж. Макдоннелл; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 416 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; [пер. с англ. Л. И. Евенко]. – М. : Экономика, 1993. – 519 с.
4. Балабанова Л. В. SWOT-анализ – основа формирования маркетинговых стратегий предприятия / Л. В. Балабанова. – Д. : ДонДУЕТ, 2001. – 180 с.
5. Винокуров В. А. Организация стратегического управления на предприятии / В. А. Винокуров. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 160 с.
6. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова; Восточноукр. нац. ун-т. – Луганск : ВГУ, 2000. – 315 с.
7. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / [Геєць В. М., Александрова В. П., Артьомова Т. І. та ін.]. – К. : Інститут економічного прогнозування НАН України; Фенікс, 2003. – 1008 с.
8. Карлоф Б. Деловая стратегия / Б. Карлоф; [пер. с англ.]. – М. : Экономика, 1991. – 239 с.
9. Кох Р. Стратегия: Как создавать и использовать эффективную стратегию / Р. Кох. – [2-е изд.]. – СПб. : Питер, 2003. – 335 с.
10. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с.
11. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг / Ламбен Жан-Жак; [пер. с англ., под ред. В. Б. Колчанова]. – СПб. : Питер, 2005. – 615 с.
12. Минцберг Г. Стратегический процесс: концепции, проблемы, решения / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн, С. Гошал. – СПб. : Питер, 2001. – 684 с.
13. Мізюк Б. М. Стратегічне управління підприємством / Б. М. Мізюк. – Львів : Коопосвіта, 1999. – 338 с.
14. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія / В. А. Павлова. – Д. : ДУЕП, 2006. – 276 с.
15. Петров В. Конкурентоспособность / В. Петров // Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 1999. – № 4. – С. 4-11.
16. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / М. Е. Портер; [пер. з англ.]. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
17. Савчук С. Оценка совокупного конкурентного давления на предприятие на рынках продукции / С. Савчук // Економіст. – 2005. – № 10. – С. 64-68.

REFERENCES

1. Ansoff I. (1993), *Strategicheskoe upravlenie*, Jekonomika, M., 519 s.
2. Ansoff I. and Makdonnell Je. Dzh. (1999), *Novaja korporativnaja strategija*, Piter Kom, SPb., 416 s.
3. Azoev, G. L. (1996), *Konkurencija: analiz, strategija i praktika*, Centr jekonomiki i marketinga, M., 280 s.
4. Balabanova, L. V. (2001), *SWOT-analiz – osnova formuvannja marketingovih strategij pidpriemstva*, DonDUET, D., 180 s.
5. Vinokurov, V. A. (1996), *Organizacija strategicheskogo upravlenija na predprijatii*, Centr jekonomiki i marketinga, M., 160 s.
6. Voronkova, A. Je. (2000), *Strategicheskoe upravlenie konkurentosposobnym potencialom predprijatija: diagnostika i organizacija*; *Vostochnoukr. nac. un-t, VNU, Lugansk*, 315 s.
7. *Ekonomika Ukraïni: strategija i politika dovgo-strokovogo rozvitku*, Geec' V. M., Aleksandrova V. P., Art'omova T. I. ta in. (2003), Institut ekonomichnogo prognozuvannja NAN Ukrainy; Feniks, K., 1008 s.
8. Karlof B. (1991), *Delovaja strategija*, Jekonomika, M., 239 s.
9. Koh R. (2003), *Strategija: Kak sozdavat' i ispol'zovat' effektivnuju strategiju*, 2 nd ed, Piter, Spb., 335 s.
10. Kudenko, N. V. (2002), *Marketingovi strategii firmi*, KNEU, K., 245 s.
11. Lamben Zhan-Zhak (2005), *Menedzhment, orientirovannyj na rynek: strategicheskij i operacionnyj marketing*, pod red. V. B. Kolchanova, Piter, SPb., 615 s.
12. Mincberg G., Kuinn Dzh. B. and Goshal S. (2001), *Strategicheskij process: koncepcii, problemy, reshenija*, Piter, SPb., 684 s.
13. Mizjuk, B. M. (1999), *Strategichne upravlinnja pidpriemstvom, Kooposvita, L'viv*, 338 s.
14. Pavlova, V. A. (2006), *Konkurentospromozhnist' pidpriemstva: ocinka ta strategija zabezpechennja*, DUEP, D., 276 s.
15. Petrov V. (1999), *Konkurentosposobnost', Resursy, Informacija, Snabzhenie, Konkurencija*, № 4, s. 4-11.
16. Porter, M. E. (1998), *Strategija konkurencii*, Osnovi, K., 390 s.
17. Savchuk S. (2005), *Ocenka sovokupnogo konkurentnogo davlenija na predprijatie na rynkah produkcii*, *Ekonomist*, № 10, s. 64-68.

Тучковська І. І.,
к.е.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Полотай Б. Я.,
старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ У ФРАНЦІЇ

Анотація. У статті розглянуто поняття гастрономічного туризму. Здійснено аналіз сучасного стану та перспектив розвитку гастрономічного та винного туризму у Франції, розкрито його основні принципи і види. Досліджено особливості й традиції гастрономічного туризму у Франції, які користуються найбільшим попитом в Європі. Проаналізовано основні труднощі у розвитку гастрономічного туризму в світі. Запропоновано інноваційні шляхи вдосконалення спеціалізованого туристичного продукту. Зроблено висновок, що гастрономічний туризм є інноваційним напрямом розвитку туристичної галузі та має значні перспективи розвитку, а організація гастрономічних турів сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

Ключові слова: туризм, гастрономічний туризм, туристична галузь, етнічні кухні, види французької кухні.

Tuchkovskaya I. I.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel & Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Polotaj B. Ya,
Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hotel & Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

FEATURES OF GASTRONOMIC TOURISM IN FRANCE

Abstract. The article deals with the concept of "gastronomic tourism". An analysis of the current state and prospects of the development of gastronomic and wine tourism in France, its main principles and types, are revealed. The features and traditions of gastronomic tourism in France, which are in great demand in Europe, are investigated. The main difficulties in the development of gastronomic tourism in the world are analyzed. Innovative ways of improvement of specialized tourism product are proposed. It is concluded that gastronomic tourism is an innovative direction in the development of the tourism industry that has significant prospects for development and organization of gastronomic tours contributes to the revival of national culinary traditions.

Keywords: tourism, gastronomic tourism, travel industry, ethnic cuisines, types of French cuisine.

Постановка проблеми. Одним із перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний із ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, а також навчанням і підвищенням рівня професійних знань у сфері кулінарії.

Гастрономічний туризм – це відносно новий напрям туризму в Україні, але він отримав інтенсивний розвиток та здобув неабияку популярність у світі, зокрема в Європі. Саме цей вид туризму дає змогу не лише ознайомитися з окремими популярними DESTINATIONAMI, а й відчутти національний колорит країни через призму її кулінарних традицій.

Можливість популяризувати таким чином українську культуру в світі та стимулювати розвиток багатьох регіонів, зокрема через притік коштів до місцевих бюджетів, робить цю тему особливо актуальною на сьогодні. Досвід Франції як колиски гастрономічного туризму та однієї з найпопулярніших країн "кулінарних" туристів, набуває особливого значення для розвитку українського потенціалу в цьому напрямі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє стверджувати, що в цілому питання розвитку гастрономічного туризму, особливостей створення

регіональних туристичних продуктів на основі національної кухні та кулінарних традицій розглядались у працях Д. І. Басюка, Т. І. Божук, А. В. Бусигіна, І. В. Журило, І. К. Комарницького, І. В. Космидайло, Е. В. Маслової, Л. А. Прокопчук, І. В. Сухарєвої, В. К. Федорченка. Проте на науково-теоретичному та практичному рівнях не приділялося уваги зв'язку гастрономічних турів та розвитку закладів ресторанного господарства, не досліджувався потенціал вітчизняного ресторанного бізнесу як туристичної дестинації.

Постановка завдання. Стаття має на меті дати авторське визначення терміна “гастрономічний туризм”, з'ясувати фактори, які впливають на його розвиток, змістовий складник та особливості спеціалізації окремих територій Франції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кулінарний туризм (гастрономічний туризм) – це різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням та дегустацією національних кулінарних традицій країн світу.

Туристу потрібно знати, що гастрономічний туризм – це подорож країнами та континентами для ознайомлення з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями і для того, щоб покуштувати унікальні для приїжджкої людини цікаві страви або продукти. Рушаючи на відпочинок, слід врахувати особливості місцевої кулінарії, щоб повернутися додому без зайвих кілограмів і проблем зі здоров'ям. Роками харчуючись у наших національних традиціях, ми звикли до певної кількості спецій, прянощів, жирів, солі, до певного балансу рідкої й твердої їжі, до наших напоїв і т. д. Потрапивши в незвичне кулінарне середовище, ми завдаємо нашому організму додаткових стресів. Наприклад, надлишок спецій може викликати розлад шлунку, велика кількість солі – посприяти підвищенню артеріального тиску, а неконтрольоване поглинання дуже жирної їжі швидко призведе до появи зайвих кілограмів [5].

Національні особливості харчування можна передбачити, а неприємності звести до мінімуму, для цього й існують організовані гастрономічні тури. Організація гастрономічних турів сприяє відродженню національних кулінарних традицій будь-якої країни. Під час гастрономічних турів турист може:

- відвідати ресторани національної кухні;
- взяти участь у гастрономічних фестивалях;
- ознайомитися з історією та рецептурою національної кухні відповідно до сезонів;
- взяти участь у приготуванні національних страв [10].

Як вважає Кукліна Т. С., гастрономічний туризм – різновид туризму, взаємопов'язаний із пересуванням різними країнами з метою ознайомлення з національними стравами, продуктами, напоями [6].

Цільовою аудиторією гастрономічних турів виступають:

- 1) туристи, які прагнуть одержати якнайбільше вражень, вибираючи при цьому економічний відпочинок (екскурсійні тури, програма яких включає

дегустацію регіональних блюд і напоїв, традиційні фольклорні вечори, дегустацію вин у невеликих виноробствах);

- 2) туристи, які бажають відкрити вже відвідану ними раніше країну з “гастрономічної” точки зору (тематичні групові тури підвищеної комфортності й розширеної програми поїздки);

- 3) вибагливі туристи-гурмани (індивідуальні винні й гастрономічні тури для професіоналів VIP-класу) [7].

Охарактеризуємо особливості гастрономічного туризму у Франції. В основному французи є відомими законодавцями моди в кулінарії. Мистецтво майстерно готувати прийшло в країну з Італії, разом із Марією Медічі. З цього часу й починається гастрономічне створення французів, яке досягло своєї вершини за Людовика XIV і Людовика XV.

Французька кухня принципово ґрунтується на свіжих продуктах. Якість і властиві кожному продукту особливості повинні зберігатися й після теплової обробки. У французькій кухні надають великого значення тому, щоб продукти гармонійно сполучалися, а не просто змішувалися “в одному горщику”. Французькі кулінари винайшли соуси й поступово їх довели до досконалості [7].

Особливості французької кухні:

— широко й активно використовуються для приготування страв вино, лікери, коньяк;

— молочні продукти вживаються рідше, ніж в інших країнах Європи. Виняток – сир і страви з нього – це обов'язковий “аперитив” перед десертом. Франція виробляє приблизно чверть від загального обсягу у виробництві сиру в Європі. Кожен француз на рік з'їдає 30 кг. Французи частенько заповідали один одному головки сиру. Деякі види козячого сиру змішують із деревною золою. Це надає сірий колір, а робиться для того, аби абсорбувати надмірну вологу і зберегти якість. Також варто відзначити сирні суфле з різними начинками й омлети;

— соуси – обов'язкова частина французької кулінарної програми. Всього в країні налічується понад 3000 видів соусів. Англіїці жартують із цього приводу: «Якщо в Англії є три сорти соусів і триста шістдесят видів релігії, то у Франції – три види релігії і триста шістдесят рецептів соусів»;

— спеції використовуються досить широко. Арсенал спецій французької кухні відрізняється широким вживанням чабру, цибулі, кербелю, естрагону, розмарину та ін. Застосування цих ароматичних трав додає їжі особливий смак і запах. Готуючи багато страв, французи кладуть у каструлю невеличку в'язку трав, так званий збірний букет, bouquet garni – невелика в'язка з петрушки, чабру, лаврового листа. Перед подачею на стіл букет зі страви виймають;

— французи не уявляють свого життя без супів, велика частина яких – супи-пюре. З перших страв для французької кухні характерні суп-пюре з цибулі-порею чи з картоплею, цибульний суп, заправлений сиром. Відомий також провансальський густий рибний суп-буйабез;

— м'ясо у Франції є не до кінця просмаженим, щоб зверху обов'язково була апетитна скоринка, а всередині залишався рожевий сік і напівсирий вигляд;

— морепродукти (гребінці, креветки тощо) і риба (тріска, камбала, короп та ін.) – основна складова других страв;

— до гарнірів на “друге” французи люблять подавати салат латук і спаржу з артишоками, шпинат, баклажани, стручкову квасолю та інші овочі;

— десерти – особливий розділ у “книзі” французької кухні. Вони завжди ніжні, фантастично смачні, з вишуканими начинками, посипками і поливами. Найвідомішими французькими десертами є круасан, вишневий пиріг клафуті, шарлотка, Тарт Татен, різдвяне поліно, крем-брюле (вершки, запечені з карамельною скоринкою).

Французьку кухню умовно поділяють на три частини:

1) cuisine regionale (регіональна кухня);

2) cuisine bourgeoise (загальнопоширена французька кухня);

3) haute cuisine (вишукана кухня).

Регіональна французька кухня, у свою чергу, поділяється на:

✓ ельзаську;

✓ бургундську;

✓ овернську;

✓ бретонську;

✓ нормандську;

✓ провансальську.

Регіональна французька кухня південних провінцій відрізняється гостротою, використанням при готуванні страв вин і спецій і особливо часнику і цибулі. Має свої характерні риси ельзаська кухня, що успадкувала уподобання етнічних германців і характеризується значним споживанням свинини і капусти. Жителі прибережних районів воліють використовувати у своїй кухні морепродукти.

Гордістю ельзаської кухні є паштети і м'ясе рагу по-рейнськи. Найбільш відомий ельзаський паштет із гусячої печінки (foie gras). Foie gras готується досить просто: у печінку додаються спеції, коньяк, після чого напівфабрикат залишають на льоду. Коли продукт промаринується в достатній мірі, в нього додають мадеру та трюфелі, ретельно перемелюють і запікають на водяній бані. Тонкість приготування гусячого паштету полягає в самих гусях – для його виготовлення використовуються птиці спеціальної породи (із збільшеною печінкою), що живуть на спеціальній дієті (кукурудзяні зерна).

Бургундська кухня відображає вибір страв і спосіб їхнього готування, характерні для провінції Бургундія. Це переважно страви з яловичини, устриць, річкової риби (щука, окунь, короп, лин), ягід (смородина). Широко відома страва “м'ясо по-бургундськи”, а також бургундські вина.

Бургундські вина (bourgognes) виробляються на сході Франції з сортів винограду історичної провінції Бургундія. Славляться сортами Шаблі (Chablis), Кот-де-бон (Cote-de-Beaune), Рон (Rhône) [7].

Овернська кухня відображає вибір страв і спосіб їхнього готування, прийняті в провінції Овернь. Характеризується стравами з річкової риби (форель, сьомга), грибів (білі, лисички, грузді), овочів (бобові), ягід (малина, чорниця). Найбільш відома

страва цієї кухні – сочевичний суп (soupe auvergnate): готується як пюре з сочевиці й картоплі; подається з грінками. Славиться також глазуrowаними каштанами й настоякою Сюз (Suze).

Бретонська кухня відображає вибір страв і спосіб їхнього готування, прийняті в провінції Бретань. Характеризується великою кількістю страв із продуктів моря (крабів, омарів, морських гребінців) і використанням сидру. Найбільш відомими стравами є омар по-арморикански; морські гребінці в сидрі; утку з білими грибами; ескалоп Вівіан (escalope Viviane).

Нормандська кухня відображає вибір страв і способи їхнього готування, прийняті в Нормандії. Провінція багата на м'ясні й молочні продукти, птицю, продукти моря та яблука. У Нормандії немає виноградників, тому для готування страв використовується напій із яблук – сидр (cidre), що також подається до традиційного стола самостійно. Крім того, широку популярність одержав нормандський кальвадос (calvados), тобто яблучна горілка, одержувана шляхом перегонки сидру. Знаменитою стравою є суп по-нормандськи (soupe normande). Традиційна також у Нормандії тарілка з дарунками моря (plateau de fruits de mer), що являє собою чудове сполучення сирих моллюсків і варених ракоподібних. Нормандія – батьківщина знаменитого сиру “камамбер” (camembert).

Провансальська кухня відображає вибір страв і способи їхнього готування, характерні для провінції Прованс і сусідніх районів півдня Франції. Відрізняється більшою кількістю страв, приготовлених із продуктів моря (soupe de poisson), овочів (rata-touilles), спецій (pestou), особливо часнику, а також цибулі й сала. Великою популярністю користуються юшка по-марсельськи (bouillabaisse), суп-жульєн по-лангедокськи (julienne languedocienne), яловичина тушкована по-провансальськи (daubeprovençale), рагу із зайця по-ландськи (civet de lièvre landais), пюре з часником (soupe à l'ail) [1].

Франція – країна гурманів, де споживання вина та сиру є частиною національної культури. Кожен поважуючий себе француз знає, що до важких м'ясних страв, особливо дичини, краще подавати бургундське вино, до дарів моря – легке та ігристе біле, а до сиру – найкращу пляшку зі старих запасів. Французи відкривають пляшку хорошого червоного вина за годину-другу до застілля, щоб напій збагатився киснем і розкрив усю повноту букета. Біле вино і шампанське подають при температурі 8-10 градусів (при більшій температурі смакові властивості вина просто зникають), легкі вина – при температурі 12 градусів, а червоні вина – не вище 18 градусів [3]. Щодо зберігання, то після перевезення пляшки в транспорті, насамперед у літаку, французи намагаються її не пити, а чекають тиждень, аби дати вину відпочити.

Франція на сьогоднішній день є найпопулярнішою країною з точки зору “винного” туризму: на ринку турпослуг пропонуються спеціальні тури з проживанням у замках Бордо, Шампані, Луарської долини та Бургундії. Французи роблять акцент на

овочі й морепродукти, правильне і смачне харчування – основа кухні, яка визнана найбільш корисною та різноманітною в світі. Тому такою кулінарною подорожжю можна відправлятися не тільки гурманам і бажаючим поповнити “винний погрібець”.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Гастрономічний туризм набуває особливої актуальності в світлі останніх прогнозів поведінки споживачів – скорочення часу на відпочинок. Це спонукатиме їх шукати туристичний продукт, який даватиме максимум вражень у мінімальний відрізок часу. Цей новий вид туризму має значні перспективи розвитку, а організація гастрономічних турів сприяє відродженню національних кулінарних традицій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Sajna S. Shenoy. Food tourism and the culinary tourist. A thesis presented to the Graduate School of Clemson University. Advisor Dr. William C. Norman, 2005. — 210 p.
2. Вишневецька Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Вишневецька Г. Г. // Географія та туризм. — 2011. — Вип. 14. — С. 100-115.
3. Гастрономический туризм. Сайт о вкусных путешествиях [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.gastrotur.ru>.
4. <http://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/viewFile/1247/1179>.
5. <https://uk.wikipedia.org>.
6. Кукліна Т. С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України / Кукліна Т. С. // Сборник научных трудов SWORLD. Материалы международной научно-практической конференции “Современные направления теоретических и прикладных исследований 2013”, 19-30 марта 2013 г. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>.
7. Ощипок І. М. Кухні народів світу : навч. посіб. / І. М. Ощипок, П. Х. Пономарьов, М. І. Філь. — Львів : Видавництво “Магнолія 2006”, 2015. — С. 245.

8. Перший в Україні ресторанный тур — “Від шпацери до келішка” [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.okraina.com.ua/tours/excursion/pershyy_vukrayini_restoranniy_turvidshpatserudo_kelishka.html.

9. Сквозная Р. Л. Дорогами французских вин / Р. Л. Сквозная. — М. : Изд-во АГУ, 2002. — 116 с.

10. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. — К. : Знання, 2013. — 334 с.

REFERENCES

1. Sajna S. Shenoy (2005), Food tourism and the culinary tourist. A thesis presented to the Graduate School of Clemson University. Advisor Dr. William C. Norman, 210 p.
2. Vyshnevets'ka, H. H. (2011), Potensial kulinar-nykh turiv u konteksti spetsializovanoho turyzmu, *Heohrafiia ta turyzm*, vyp. 14, s. 100-115.
3. Gastronomicheskij turizm. Sajt o vkusnyh putesthestvijah, available at: <http://www.gastrotur.ru>.
4. <http://ojs.kname.edu.ua/index.php/area/article/viewFile/1247/1179>.
5. <https://uk.wikipedia.org>.
6. Kuklina, T. S. Hastronomichnyj turyzm na turystychnomu rynku Ukrainy, sbornyk nauchnykh trudov SWORLD. Materyaly mezhdunarodnoj nauchno-praktycheskoj konferentsyy “Sovremennye napravleniya teoretycheskykh y prykladnykh yssledovanyj 2013”, 19-30 marta 2013 h., available at: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>.
7. Oschypok, I. M. Ponomar'ov, P. Kh. and Fil', M. I. (2015), Kukhni narodiv svitu, Vydavnytstvo “Mahnoliia 2006”, L'viv, s. 245.
8. Pershyj v Ukraini restorannij tur — “Vid shpatseru do kelishka”, available at: http://www.okraina.com.ua/tours/excursion/pershyy_vukrayini_restoranniy_turvidshpatserudo_kelishka.html.
9. Skvoznaja, R. L. (2002), Dorogami francuzskih vin, Izd-vo AGU, M., 116 s.
10. Shandor, F. F. and Kliap, M. P. (2013), Suchasni riznovydy turyzmu, Znannia, K., 334 s.

Сментина Н. В.,

д.е.н., доцент, завідувач кафедри економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет, м Одеса

УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Анотація. У статті увага зосереджена на інтегрованих корпоративних системах як потужних суб'єктах національної економіки, здатних забезпечити ефективне використання обмежених ресурсів, залучити інвестиції в певні галузі національної економіки, мінімізувати ризики підприємницької діяльності, реалізувати інноваційні проекти. Як приклад зазначеного спектра інтернаціоналізації виробництва розглянуто діяльність промислово-фінансових груп, які формують міжнародний порядок лібералізації світової торгівлі. Проведено оцінювання рівня розвитку суб'єктів транснаціоналізаційного сектору економіки як потужних представників інтегрованих корпоративних систем у глобальному ринку об'єктів інтелектуальної власності за методикою багатовимірного порівняльного аналізу. Для визначення рівня розвитку застосовано низку фінансових показників: активи, валовий дохід, чистий прибуток, рентабельність активів, коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт фінансового левериджу.

Ключові слова: інтернаціоналізація виробництва, інтегровані корпоративні системи, транснаціоналізаційний сектор економіки, промислово-фінансові групи, таксономія, розвиток.

Smentyna N. V.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics, Law and Business Management, Odessa National Economic University, Odessa

MANAGEMENT OF INTEGRATED CORPORATE SYSTEMS UNDER GLOBALIZATION CONDITIONS

Abstract. The article deals with integrated corporate systems as powerful subjects of the national economy that can provide an efficient ensuring of scarce resources, capable to attract an investment in certain sectors of the national economy, as well as, minimize business risks and implement innovative projects. As an example of this range of production internationalization, the article considers an activity of industrial and financial groups that shape international order of world trade liberalization. The development level of transnationalization sector's subjects of the economy as powerful representatives of integrated corporate systems in the global intellectual property objects market is carried out by the method of multidimensional comparative analysis. Seven financial indicators have been used to determine the level of development: assets, gross income, net profit, return on assets, coefficient of financial autonomy, coefficient of financial leverage.

Keywords: production internationalization, integrated corporate systems, transnationalized sector of economy, industrial and financial groups, taxonomy, development.

Постановка проблеми. Процеси глобалізації значною мірою впливають на економічний розвиток будь-якої держави, що залучена до системи світогосподарських зв'язків. Основою цих процесів на сучасному етапі є інтернаціоналізація. Провідна тенденція розвитку світових економік, породжена зростаючою інтернаціоналізацією, набуває свого концентрованого втілення у формуванні глобальних виробничих мереж та усталених каналів виробничої, інвестиційної, фінансової й інноваційної взаємодії національних економік. У результаті інтернаціоналізації посилюється боротьба за привласнення і використання досягнень науково-технічного прогресу,

що посилює тенденцію до вирівнювання умов розвитку продуктивних сил. За таких умов усе частіше привертає увагу діяльність інтегрованих корпоративних систем як потужних суб'єктів національної економіки, здатних забезпечити ефективне використання обмежених ресурсів, залучити інвестиції в певні галузі національної економіки, мінімізувати ризики підприємницької діяльності, реалізувати інноваційні проекти. Особливо актуальним є транснаціоналізаційний сектор, який займає провідні позиції на глобальному ринку об'єктів інтелектуальної власності, та дослідження його розвитку за інтегрованими показниками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженню процесів інтернаціоналізації виробництва, транснаціоналізації виробничо-інвестиційної діяльності присвячені роботи багатьох українських та зарубіжних науковців. Наприклад, А. Колот, Д. Лук'яненко, А. Поручник, Я. Столярчук та ін. [1] дослідили світогосподарські трансформації, відмітивши роль транснаціональних інтегрованих корпоративних систем, проаналізували їх конкурентне лідерство та вплив регіонально-інтеграційних чинників на конкурентоспроможний розвиток держав; Беленький О., Столярчук Я., Столярчук В. [2] зосередили увагу на процесах транснаціоналізації ринку об'єктів інтелектуальної власності та оцінюванні їх впливу на параметри інноваційно-технологічної безпеки країн і регіонів; Ревуцький С. [3] розглянув інтеграційні процеси в науково-технічній і науково-виробничій сфері з позиції економічної глобалізації; на проблемах сучасного стану та перспективах розвитку корпоративних відносин в Україні зосередили увагу Поважний О., Орлова Н. [4]. Варто відмітити існування великої кількості наукових досліджень у даному напрямі. Разом з тим, недостатньо розробленими у науковій літературі залишаються питання, пов'язані з дослідженням рівня розвитку інтегрованих корпоративних систем загалом, зокрема суб'єктів транснаціоналізаційного сектору економіки за агрегованим показником. Саме це і обумовлює актуальність даної публікації.

Постановка завдання. Метою статті є оцінювання динаміки розвитку суб'єктів транснаціоналізаційного сектору економіки як потужних представників інтегрованих корпоративних систем у глобальному ринку об'єктів інтелектуальної власності за методикою багатовимірного порівняльного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Багатоаспектність напрямів реалізації міжнародних виробничо-інвестиційних відносин у різних країнах виникає через соціокультурні, історичні та економічні особливості організації виробництва, реалізації та просування товарів. Одним із відомих та найчастіше застосовуваних способів забезпечення міжнародного співробітництва у виробничо-інвестиційній сфері є інтернаціоналізація концентрованого капіталу у формі промислово-фінансових груп чи транснаціональних корпорацій. Подібні інтегровані корпоративні системи утворюються в результаті об'єднання капіталів підприємств, кредитно-фінансових та інвестиційних інститутів, а також інших організацій з метою максимізації прибутку, посилення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках, зміцнення технологічних зв'язків учасників, підвищення ефективності виробничих і фінансових операцій.

Синергетичний ефект інтернаціоналізації концентрованого капіталу науковці бачать у таких його проявах [5, с. 158]:

- розширення виробничо-технологічних зв'язків між підприємствами;

- спільне використання ресурсів, минаючи механізми ринкового обміну;

- об'єднання капіталів для досягнення взаємно значимих цілей і зниження витрат;

- зняття взаємних адміністративних і організаційних бар'єрів, що безпосередньо впливають на формування трансакційних витрат;

- мінімізація негативного впливу з боку економічного оточення.

Інтернаціоналізація виробництва як явище взаємопроникнення економік різних країн на рівні міжнародного співробітництва у сфері виробничо-інвестиційної діяльності може здійснюватись у таких напрямках [6, с. 154]:

- фінансування та володіння капіталом;

- управління ринками та ринковими стратегіями підприємств-учасників;

- міжнародне науково-технічне співробітництво – передача на оплатній основі прав на користування об'єктами інтелектуальної власності, трансфер технологій, лізинг та ін.;

- менеджмент та маркетинг – створення та запровадження передових, різнопланових методів управління діяльністю та формування стратегій маркетингової діяльності, враховуючи власні особливості та можливості підприємств та запропоновані їм на підставі франчайзингових угод.

Прикладом зазначеного спектра інтернаціоналізації виробництва може бути діяльність окремих промислово-фінансових груп в Україні, наприклад, таких як: "СКМ" (System Capital Management), до складу якої входять підприємства гірничного, металургійного, енергетичного, фінансового, телекомунікаційного, медіа та інших секторів економіки [7], та Групи "Приват", до складу якої входять компанії, що працюють у банківській сфері та промисловості [8]. Діяльність зазначених груп бере свій початок від постприватизаційного захоплення окремими власниками гірничо-збагачувальних, металургійних та металообробних підприємств, продукція яких була та залишається сьогодні експортно-прибутковою для України. У ті часи концентрація промислового капіталу вимагала фінансового обслуговування, що зумовило поєднання промислового та банківського капіталу і виникнення конкурентоспроможних як на внутрішньому, так і зовнішньому ринку структур.

Оскільки концепція корпоративної глобалізації є визначальною при формуванні світового ринку, то варто акцентувати увагу суспільства на діяльності структур інтеграції та концентрації капіталу: експортно- та імпортоорієнтованих промислово-фінансових групах та транснаціональних корпораціях, які вже сьогодні формують міжнародний порядок лібералізації світової торгівлі. Отже, суть корпоративної глобалізації – у створенні зв'язків системного характеру між всіма учасниками сучасних міжнародних виробничо-інвестиційних відносин.

Необхідно відмітити, що в умовах ринкової економіки інтегрованим корпоративним системам необхідно орієнтуватися серед великої кількості потоків різного роду інформації. Прийняття правильних стратегічних, економічно обґрунтованих

Матриця спостережень для промислово-фінансової групи “СКМ”

Роки	Активи, млрд \$	Валовий дохід, млрд \$	Чистий прибуток, млрд \$	Сукупні витрати діяльності, млрд \$	Рентабельність активів, %	Коефіцієнт фінансової автономії	Коефіцієнт фінансового лівериджу
2008	18,08	15,99	3	0,023	1,4	0,74	2,86
2009	18,54	8,15	0,28	0,02	1,3	0,73	2,72
2010	22,79	12,82	1,3	0,026	6,28	0,75	2,97
2011	25	19,43	3,23	0,026	13,5	0,74	2,89
2012	31	23,47	1,76	0,037	6,27	0,75	3
2013	25,34	24,47	1,21	0,037	4,3	0,82	4,6
2014	17,37	18,46	-1,8	0,24	-8,4	0,78	3,59
2015	15	13	-0,03	0,02	-0,2	0,73	2,71
2016	14,97	11,39	0,19	0,018	1,3	0,67	2,04
Середнє значення	20,9	16,35	1,02	0,05	2,86	0,76	3,04

Джерело: розраховано за даними [7]

управлінських рішень відносно їх діяльності та менеджменту вимагає постійного аналізу інформації. Сучасна наука дозволяє провести дослідження за допомогою статистичних методів. Аналізуючи діяльність інтегрованих корпоративних систем, варто брати до уваги існування великої кількості показників, що вимірюються у різних неспівставних одиницях та відображають різні спектри функціонування системи. Однак, попри різномірність сукупності інформації, що аналізується, оцінити певну вибірку факторів дозволяють різні методи багатомірного аналізу, зокрема таксономічний.

Наведемо результати аналізу основних проблемних та позитивних моментів у розвитку двох подібних промислово-фінансових груп за методикою таксономії [9, с. 99].

Першим кроком у таксономічній процедурі є формування матриці спостережень. У якості першої промислово-фінансової групи, обраної для дослідження, розглядається група “СКМ”, яка оцінюватиметься за низкою фінансових показників: активи,

валовий дохід, чистий прибуток, рентабельність активів, коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт фінансового лівериджу ($n=7$ – число ознак) протягом 9 років ($m=9$ – число одиниць). Матриця спостережень представлена у таблиці 1 елементами X_{ik} (X_{ik} – значення ознаки k для одиниці i).

Неоднорідність ознак, оскільки вони описують різні властивості об’єкта, згладжується процедурою їх стандартизації за формулами 1-3:

$$Z_{ik} = \frac{x_{ik} - \bar{x}_k}{s_k}, \text{ де} \quad (1)$$

$$\bar{x}_k = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m x_{ik} \quad (2)$$

$$s_k = \left[\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m (x_{ik} - \bar{x}_k)^2 \right]^{1/2} \quad (3)$$

де $k = \overline{1,4}$, \bar{x}_k – середнє значення ознаки k , Z_{ik} – стандартизоване значення ознаки k для одиниці i .

Елементи стандартизованої матриці Z_{ik} (i – номер рядка, k – номер стовпця) наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Стандартизована матриця спостережень для промислово-фінансової групи “СКМ”

Роки	Активи, млрд \$	Валовий дохід, млрд \$	Чистий прибуток, млрд \$	Сукупні витрати діяльності, млрд \$	Рентабельність активів, %	Коефіцієнт фінансової автономії	Коефіцієнт надійності
2008	0,87	0,98	2,94	0,46	0,49	0,97	0,94
2009	0,89	0,5	0,27	0,4	0,45	0,96	0,89
2010	1,09	0,78	1,27	0,52	2,2	0,99	0,98
2011	1,2	1,19	3,17	0,52	4,72	0,97	0,95
2012	1,48	1,44	1,73	0,76	2,19	0,99	0,99
2013	1,21	1,5	1,19	0,76	1,5	1,07	1,51
2014	0,83	1,13	-1,76	4,8	-2,93	1,02	1,18
2015	0,72	0,8	-0,03	0,4	0,07	0,96	0,89
2016	0,72	0,7	1,19	0,36	0,5	0,88	0,67

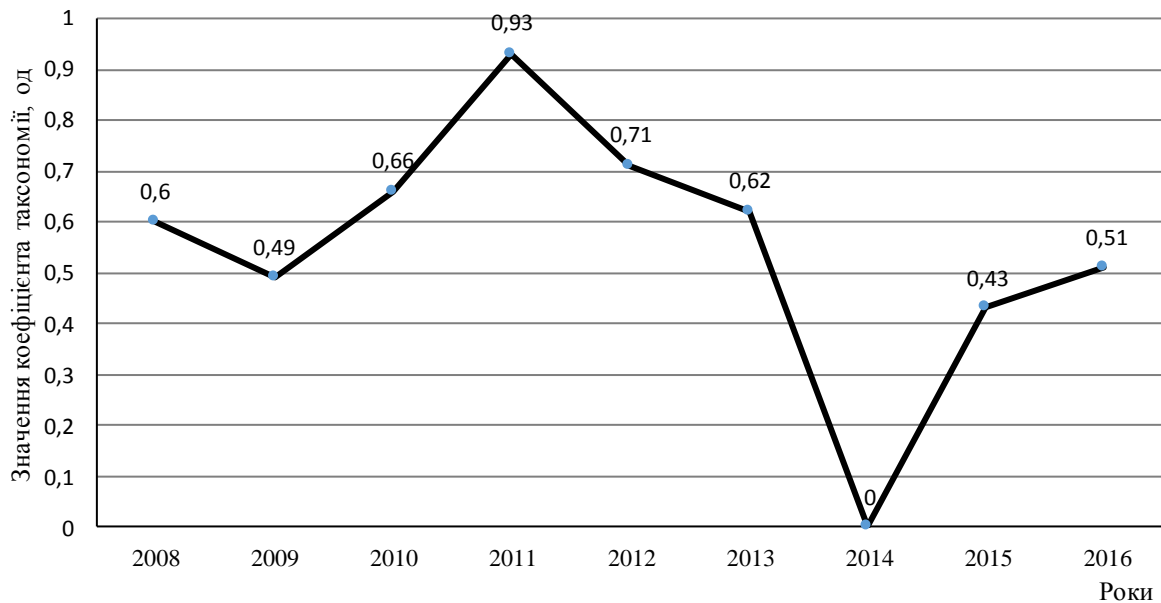


Рис. 1. Показник рівня розвитку промислово-фінансової групи “СКМ”

Як видно з таблиці 2, вектор-еталон – {1,48; 1,44; 3,17; 0,36; 4,72; 1,07; 1,51 }.

Наступним кроком у таксономічній процедурі є визначення відстані між окремими точками – одиницями спостереження і відповідними координатами еталона, яку визначимо за формулою 4:

$$C_{io} = \sqrt{\sum_{i=1}^m (Z_{ij} - Z_{oj})^2} \quad (4)$$

де Z_{ij} – значення стандартизованої матриці; Z_{oj} – значення вектора-еталона.

Таксономічний показник коефіцієнта розвитку промислово-фінансової групи розраховуємо за формулами:

$$k_i = 1 - d \quad (5)$$

$$d = \frac{C_{io}}{C_o} \quad (6)$$

$$C_o = C_{o \text{ сеп.}} + 2 \times S_o \quad (7)$$

$$C_{o \text{ сеп.}} = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m C_{io} \dots\dots\dots (8)$$

де m – період часу.

$$S_o = \sqrt{\frac{1}{m} \sum_{i=1}^m (C_{io} - C_{o \text{ сеп.}})^2} \quad (9)$$

Результати обчислень представлено на рис. 1.

Графічне відображення динаміки значень коефіцієнта таксономії за обраними даними консолідованої звітності промислово-фінансової групи “СКМ” відображає рівень розвитку інтегрованої корпоративної системи. Інтерпретація даного показника така: він приймає високе значення при більших значеннях стимуляторів та низьке значення – при малих значеннях стимуляторів. Побудований таким чином таксономічний показник синтетично характеризує зміни значення ознак досліджуваних груп. Важливішою його перевагою є те, що за результатами розрахунків визначена синтетична ознака, яка показує напрямок та масштаби змін у процесах, описаних сукупністю вихідних даних. Так, найвище значення рівня розвитку промислово-фінансової групи “СКМ” спостерігається у 2011 році (0,93), а найменше (0) -

у 2014, критичне значення показника зумовлено відчуженням частини підприємств Групи, що опинилися на неконтрольованих Україною територіях, зменшенням видобутку вугілля та збільшенням його експорту, кризовими явищами у фінансово-кредитній системі та іншими макроекономічними факторами.

Для порівняння промислово-фінансової групи “СКМ” зі світовим аналогом обрано схожу за напрямками діяльності фінансово-промисловою групу, а саме “MOSTOSTAL ZABRZE S.A.” – компанія, основним напрямком діяльності якої є комплексне обслуговування виробничих об’єктів, у тому числі в секторах енергетики та захисту навколишнього середовища, а також надання громадських та комерційних комунальних послуг та субпідряду з підготовки спеціалістів [8].

Відповідно до методики таксономії, що описана вище, матрицю спостережень промислово-фінансової групи “MOSTOSTAL ZABRZE S.A.” представимо у таблиці 3.

Неоднорідність ознак, оскільки вони описують різні властивості об’єкта, згладимо процедурою їх стандартизації за формулами 1-3. Елементи стандартизованої матриці наведено у таблиці 4.

Як видно з таблиці 4, вектор-еталон – {1,6; 2,39; 3,03; 0,44; 4,49; 1,19; 1,34 }

Визначимо відстань між окремими точками – одиницями спостереження і відповідними координатами еталона в розрізі окремих років за формулою 4, а також таксономічний показник коефіцієнта розвитку промислово-фінансової групи “MOSTOSTAL ZABRZE S.A.” за формулами 5-9.

Результати проведених розрахунків рівня розвитку промислово-фінансової групи “СКМ” та “MOSTOSTAL ZABRZE S.A.” методом таксономії представлено на рис. 2.

Матриця спостережень для промислово-фінансової групи "MOSTOSTAL ZABRZE S.A."

Роки	Активи, млн зл.	Валовий прибуток, млн зл.	Чистий прибуток, млн зл.	Сукупні витрати діяльності, млн зл.	Рентабельність активів, %	Коефіцієнт фінансової автономії	Коефіцієнт фінансового лівериджу
2008	626,603	59,568	48,008	257,322	7,68	0,64	0,46
2009	624,392	53,05	42,799	370,296	6,53	0,57	0,49
2010	724,760	12,546	11,795	324,199	3,23	0,53	0,46
2011	660,955	52,007	29,658	664,327	4	0,6	0,5
2012	503,082	-5,185	10,303	696,932	-2	0,5	0,6
2013	534,566	9,303	7,595	616,245	1,4	0,47	0,56
2014	569,194	27,010	19,277	852,691	3,36	0,47	0,56
2015	541,109	3,916	2 482	210,437	3,83	0,64	0,71
2016	548,572	-22,697	-22 601	311,575	-12,6	0,42	0,44
Середнє значення	540,31	24,84	15,84	478,22	1,71	0,54	0,53

Джерело: розраховано за даними [8]

Стандартизована матриця спостережень для промислово-фінансової групи "MOSTOSTAL ZABRZE S.A."

Роки	Активи, млн зл.	Валовий прибуток	Чистий прибуток	Сукупні витрати діяльності	Рентабельність активів, %	Коефіцієнт фінансової автономії	Коефіцієнт фінансового лівериджу
2008	1,6	2,39	3,03	0,54	4,49	1,19	0,87
2009	1,15	2,13	2,7	0,77	3,81	1,05	0,92
2010	1,34	0,51	0,74	0,68	1,89	0,98	0,87
2011	1,22	2,09	1,87	1,39	2,34	1,11	0,94
2012	0,93	-0,21	0,65	1,46	-1,17	0,54	1,13
2013	0,99	0,37	0,47	1,29	0,82	0,87	1,05
2014	1,05	1,08	1,17	1,78	1,96	0,87	1,05
2015	0,52	0,99	0,7	0,44	2,24	1,18	1,34
2016	0,63	-0,37	-2,36	0,65	-7,36	0,78	0,83
с/д	с	с	с	д	с	с	с

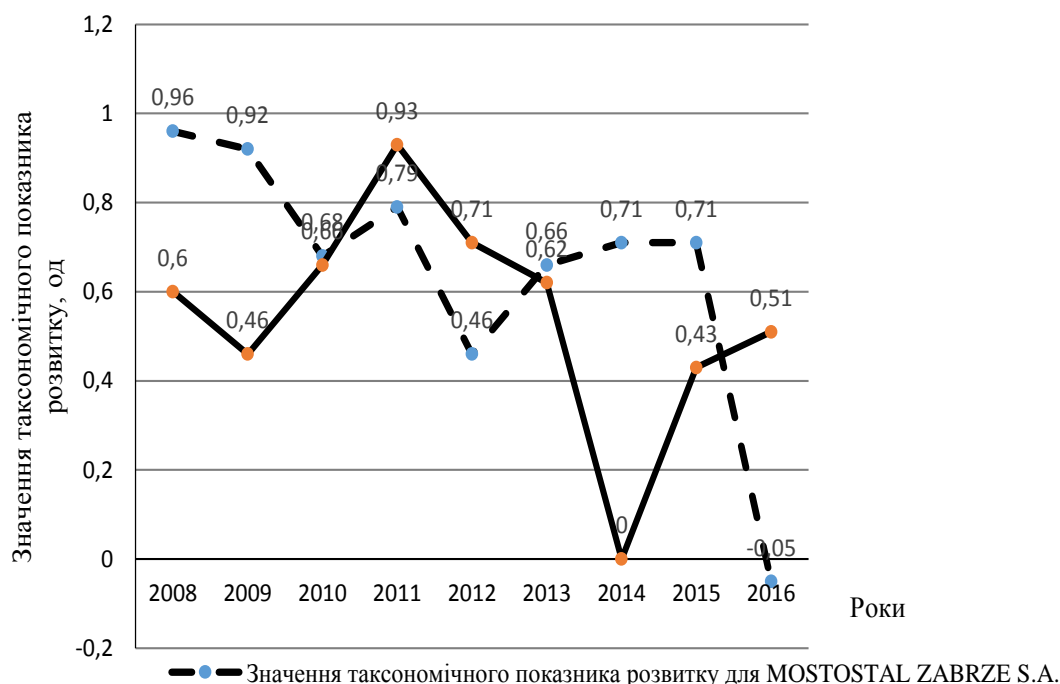


Рис. 2. Показник рівня розвитку промислово-фінансових груп

За даними, що демонструє рис. 2, можна зробити висновок відносно погіршення рівня розвитку промислово-фінансової групи “MOSTOSTAL ZABRZE S.A.” протягом періоду, що аналізується, особливо на фоні іншої інтегрованої корпоративної системи. Адже, чим ближче показник до одиниці, тим кращий розвиток промислово-фінансової групи. Показник таксономії дає можливість виявити напрямок зміни в досліджуваних процесах та вказати фактори, що вплинули на наближення значень ознак до еталона, а також на причини відмінності від еталона. Так, спадний характер діяльності обраних для дослідження підприємств зумовлено як глобальними кризовими явищами в економічному середовищі, так і індивідуальними циклами розвитку груп та впливом національних політичних та соціальних умов.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Результати проведених досліджень за даними консолідованої звітності промислово-фінансових груп дозволили визначити рівень розвитку інтегрованих корпоративних систем. Побудований таксономічний показник синтетично дозволив охарактеризувати зміни значення ознак досліджуваних груп, виявити напрямок змін у досліджуваних процесах та вказати чинники, що вплинули на наближення значень ознак до еталона, а також на причини відхилення від еталона. Перспективою досліджень у даному напрямі є розробка управлінських рішень як основи модернізації політики діяльності інтегрованих корпоративних систем в умовах загострення конкурентної боротьби за ресурси (матеріальні, фінансові, трудові, інформаційні) та ринки збуту продукції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ресурси і моделі глобального економічного розвитку : монографія / [Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, А. М. Колот, Я. М. Столярчук та ін.; за заг. ред. Д. Г. Лук'яненка та А. М. Поручника]. – К. : КНЕУ, 2011. – 703 с.

2. Столярчук Я. Глобальні форми та механізми транснаціоналізації ринку об'єктів інтелектуальної власності / Я. Столярчук, О. Беленький, В. Столярчук // Міжнародна економічна політика. – 2015. – №1 (22). – С. 54-73.

3. Ревуцький С. Інтеграційні процеси в науково-технічній і науково-виробничій сфері з позиції економічної глобалізації / С. Ревуцький // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2014. – № 1. – С. 57-62.

4. Поважний О. С. Корпоративні відносини в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку : монографія / О. С. Поважний, Н. С. Орлова. – Донецьк : ДонДУУ, 2012. – 200 с.

5. Григор'єва С. В. Організаційні передумови консолідації капіталу вертикально-інтегрованими компаніями в Україні / С. В. Григор'єва // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики : матеріали п'ятої міжнар. наук.-практ. конф. (15-16 вересня 2016 р.). – Одеса : Атлант, 2016. – С. 157-158.

6. Трансформація процесу транснаціоналізації в умовах зростання невизначеності глобального економічного середовища : монографія / [Ю. В. Макогон та ін. ; за ред. Т. В. Орехової]. – Д. : Норд Прес, 2011. – 652 с.

7. Офіційний сайт фінансово-промислової групи “СКМ” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.scm.com.ua/uk>.

8. Приват – фінансово-промислова група компаній : Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bp.ubr.ua/business/privat-248>.

9. Романченко І. С. Метод таксономія-ядро та його використання для багатокритеріального порівняння альтернатив / І. С. Романченко, М. М. Потьомкін // Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил. – 2016. – № 1(46). – С. 99-102.

10. Сайт “MOSTOSTAL ZABRZE S.A.” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mostostal.zabrze.pl/pl>.

REFERENCES

1. Resursy i modeli hlobal'noho ekonomichnoho rozvytku, D. H. Luk'ianenko, A. M. Poruchnyk, A. M. Kolot, Ya. M. Stoliarchuk ta in.; za zah. red. D. H. Luk'ianenka ta A. M. Poruchnyka (2011), KNEU, K., 703 s.

2. Stoliarchuk Ya., Bielien'kyj O. and Stoliarchuk V. (2015), Hlobal'ni formy ta mekhanizmy transnatsionalizatsii rynku ob'iektiv intelektual'noi vlasnosti, *Mizhnarodna ekonomichna polityka*, №1 (22), s. 54-73.

3. Revuts'kyj S. (2014), Intehratsijni protsesy v nauko-tekhnichnij i nauko-vyrobnychij sferi z pozysyii ekonomichnoi hlobalizatsii, *Teoriia i praktyka intelektual'noi vlasnosti*, № 1, s. 57-62.

4. Povazhnyj, O. S. and Orlova, N. S. (2012), Korporatyvni vidnosyny v Ukraini: suchasnyj stan ta perspektyvy rozvytku, DonDUU, Donetsk, 200 s.

5. Hryhor'ieva, S. V. (2016), Orhanizatsijni peredumovy konsolidatsii kapitalu vertykal'no-intehrovanymy kompaniiamy v Ukraini, *Ekonomika pidpryemstva: suchasni problemy teorii ta praktyky : materialy p'iatoi mizhnar. nauk.-prakt. konf. (15-16 veresnia 2016 r.)*, Atlant, Odesa, s. 157-158.

6. Transformatsiia protsesu transnatsionalizatsii v umovakh zrostantia nevyznachenosti hlobal'noho ekonomichnoho seredovyscha, Yu. V. Makohon ta in. ; za red. T. V. Oriekhovoi (2011), Nord Pres, D., 652 s.

7. Ofitsijnyj sajt finansovo-promyslovoi hrupy “SKM”, available at: <http://www.scm.com.ua/uk>.

8. Privat – finansovo-promyshlennaja gruppa kompanij // Oficijnij sajt, available at: <https://bp.ubr.ua/business/privat-248>.

9. Romanchenko, I. S. and Pot'omkin, M. M. (2016), Metod taksonomiia-iadro ta joho vykorystannia dlia bahatokryterial'noho porivniannia al'ternatyv, *Zbirnyk naukovykh prats' Kharkivs'koho natsional'noho universytetu Povitrianykh Syl*, № 1(46), s. 99-102.

10. Sajt “MOSTOSTAL ZABRZE S.A.”, available at: <http://www.mostostal.zabrze.pl/pl>.

Куцик В. І.,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Хомицький А. І.,

старший викладач кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Кук М. І.,

магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація. У статті висвітлено важливість та значимість оборотного капіталу для діяльності підприємства, а також застосування стратегії управління ефективністю формування та використання оборотного капіталу за сучасних умов в контексті перспективного розвитку підприємства. Вказано причини існування проблем щодо розробки та реалізації стратегії управління ефективністю оборотним капіталом, що робить дану тему актуальною на сьогоднішній день. Було досліджено стан оборотного капіталу ПрАТ "Карлсберг Україна" впродовж 2012–2016 років та на основі цього надано оцінку обраній ним стратегії управління ефективністю формування та використання оборотного капіталу. Запропоновано один із інструментів покращення результатів діяльності – оптимізація оборотного капіталу, а також надана рекомендація створення спеціальної служби, яка би займалася цим питанням, яке є вкрай важливим для успішного, довготривалого ведення бізнесу.

Ключові слова: оборотний капітал, стратегія, управління, банкрутство, показник, оптимізація, бізнес.

Kutsyk V. I.,

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

Khomitsky A. I.,

Senior Lecturer, Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Kuk M. I.,

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

STRATEGY OF EFFICIENCY MANAGEMENT OF FORMATION AND USE OF WORKING CAPITAL IN MODERN CONDITIONS

Abstract. The article highlights the importance and significance of working capital for enterprise activity, as well as the application of the strategy of management efficiency of formation and use of working capital in modern conditions in the context of perspective development of the enterprise. The reasons for the existence of problems in the development and implementation of a strategy for managing the efficiency of working capital, which makes this topic relevant to today, are specified. The working capital of PJSC "Karlsberg Ukraine" during 2012-2016 was researched and on the basis of this the estimation of the chosen strategy of management of the efficiency of formation and use of working capital was given. Proposed one of the tools for improving performance that is optimization of working capital, as well as provided the recommendation to create a special service to deal with this issue, which is extremely important for doing successful, long-term business.

Key words: working capital, strategy, management, bankruptcy, indicator, optimization, business.

Постановка проблеми. Проблема розробки та обґрунтування ефективної стратегії управління ефективністю формування та використання оборотного капіталу залишається актуальною і на сьогоднішній день. Перехід економіки до глобалізованої ринкової реформи вимагає принципово нових підходів, методів, інструментів, правил та норм до стратегічного управління, а отже, і до стратегічного управління оборотним капіталом, оскільки через ефективність формування та використання оборотного капіталу будуть залежати конкурентні позиції підприємства на ринку, що є запорукою досягнення головної місії, цілей та завдань.

За сучасних умов господарювання більшість вітчизняних підприємств стикаються з проблемою гострої нестачі оборотного капіталу, що є однією з основних причин породження кризових явищ ефективного господарювання та економічного розвитку підприємства. Також існує проблема надлишку оборотного капіталу (обсягу оборотних активів), що також негативно позначається на діяльності підприємства. Тому одним із найактуальніших завдань щодо забезпечення довготривалого належного фінансового стану підприємств є суттєве вдосконалення політики управління оборотним капіталом і на основі цього розробка стратегії управління ефективністю формування та використання оборотного капіталу.

Стратегія управління ефективністю формування та використання оборотного капіталу є однією з надважливих та вагомих для більшості підприємств, оскільки оборотний капітал впливає на різні аспекти виробничо-господарської діяльності. Отож, підприємства, які намагаються досягнути поставлених перед ними цілей та завдань, повинні в першу чергу звертати увагу на розвиток своєї діяльності в перспективі, що власне і забезпечить правильну обрану та реалізовану стратегію.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Оскільки дана тема була і залишається актуальною на сьогоднішній день, їй приділяли увагу багато вчених-науковців, зокрема: І. Ансофф, Д. Міддлтон, Т. Турманидзе, Б. Пирсон, Н. Томас, О. Ефімова, Т. Григор'єва, Н. Пласкова, А. Шеремета, І. Бланк, О. Ковтун, Б. Мізюк, О. Скібицький, Є. Мних, Н. Шморгун, Ю. Цал-Цалко та інші. Однак, незважаючи на велику кількість дослідників цієї теми, однієї думки з приводу вирішення проблеми прийняття ефективної стратегії управління оборотним капіталом немає, тому за сучасних умов господарювання необхідність продовжувати досліджувати дане питання та здійснювати пошук вирішення пов'язаних із ним проблем неодмінно залишається.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження оборотного капіталу ПрАТ “Карлсберг Україна” та аналіз обраного ним стратегії управління ефективністю формування та використання оборотного капіталу впродовж 2012-2016 років.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідною умовою належного функціонування

будь-якого підприємства є наявність саме оборотного капіталу. Оборотний капітал є важливою складовою загального капіталу підприємства, що впливає на безперервність процесу виробництва, збуту продукції, ліквідність, *платоспроможність та рентабельність*.

Для забезпечення довгострокової виробничої й ефективної фінансової діяльності підприємству необхідно мати достатній рівень оборотного капіталу для того, щоб бути спроможним покрити кредиторські зобов'язання і зберегти свою ліквідність та платоспроможність, тобто постійно розвиватись. Однак дуже часто підприємства стикаються з банкрутством, коли недостатньо капітальних ресурсів, що не дозволяє їм сплачувати заборгованість. Успішне управління оборотним капіталом дозволяє підприємству сплачувати всі борги. Тому керування оборотним капіталом безпосередньо відповідає за уникнення банкрутства [6].

Стратегія, яка безпосередньо стосується управління ефективністю формування та використання оборотного капіталу на підприємстві, має назву фінансової. Фінансову або фінансово-інвестиційну стратегію підприємства розробляють та реалізують для прийняття рішень щодо доцільної структури капіталу для ведення господарства. Загалом фінансова стратегія підприємства:

- охоплює всі основні аспекти управління фінансовими ресурсами підприємства та розвитку його фінансових відносин із партнерами;
- забезпечує коригування джерел формування, напрямів розміщення та використання фінансових ресурсів залежно від змін чинників внутрішнього фінансового середовища підприємства;
- сприяє швидкій адаптації до змін, які відбуваються у зовнішньому фінансовому середовищі підприємства;
- обґрунтовує стратегічні орієнтири фінансової діяльності підприємства;
- є основною для прийняття стратегічних рішень щодо підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства [2, с. 198].

Стратегія управління ефективністю формування та використання оборотного капіталу на підприємстві базується на показниках ефективності формування та використання оборотного капіталу. Хоча стратегічне управління є важливим фактором успішного ведення господарства в складній конкурентній боротьбі, проте на практиці здебільшого можна спостерігати відсутність стратегічності в діяльності підприємства, що призводить до поразки в конкурентній боротьбі і навіть банкрутства. Разом з тим, підприємство може обрати стратегію та реалізувати її, але дана стратегія виявиться неефективною, як у нашому випадку. Розрахувавши дані показники на ПрАТ “Карлсберг Україна” (табл. 1 та рис. 1), можна зробити висновок, що протягом 2012-2016 років обрана підприємством стратегія показала негативні результати значень показників.

Показники ефективності формування та використання оборотного капіталу ПрАТ “Карлсберг Україна” за 2012-2016 роки

Назва показника	Роки				
	2012	2013	2014	2015	2016
Коефіцієнт оборотності оборотного капіталу	3,34	2,26	1,74	1,80	1,47
Коефіцієнт закріплення оборотного капіталу	0,29	0,44	0,57	0,56	0,68
Швидкість обороту оборотного капіталу, дні	106	161	208	204	248
Абсолютне вивільнення (залучення), тис. грн	2469767,5	1926577,5	1477421	924298	-
Відносне вивільнення (залучення), тис. грн	98,42	160,63	354,23	317,61	-
Коефіцієнт інтенсивності (екстенсивності)	2,21	1,37	1,29	1,15	-
Рентабельність оборотного капіталу	0,51	0,40	0,43	0,36	0,29
Коефіцієнт оборотності запасів	27,10	29,07	30,06	26,30	18,68
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	9,23	8,52	5,96	6,98	8,47
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	5,09	5,21	5,19	6,49	3,55
Коефіцієнт оборотності грошових коштів	6,51	3,44	2,69	2,67	1,97
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,71	2,73	2,10	2,39	1,42
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,51	2,58	1,97	2,21	1,31
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,02	1,89	1,28	1,71	1,09

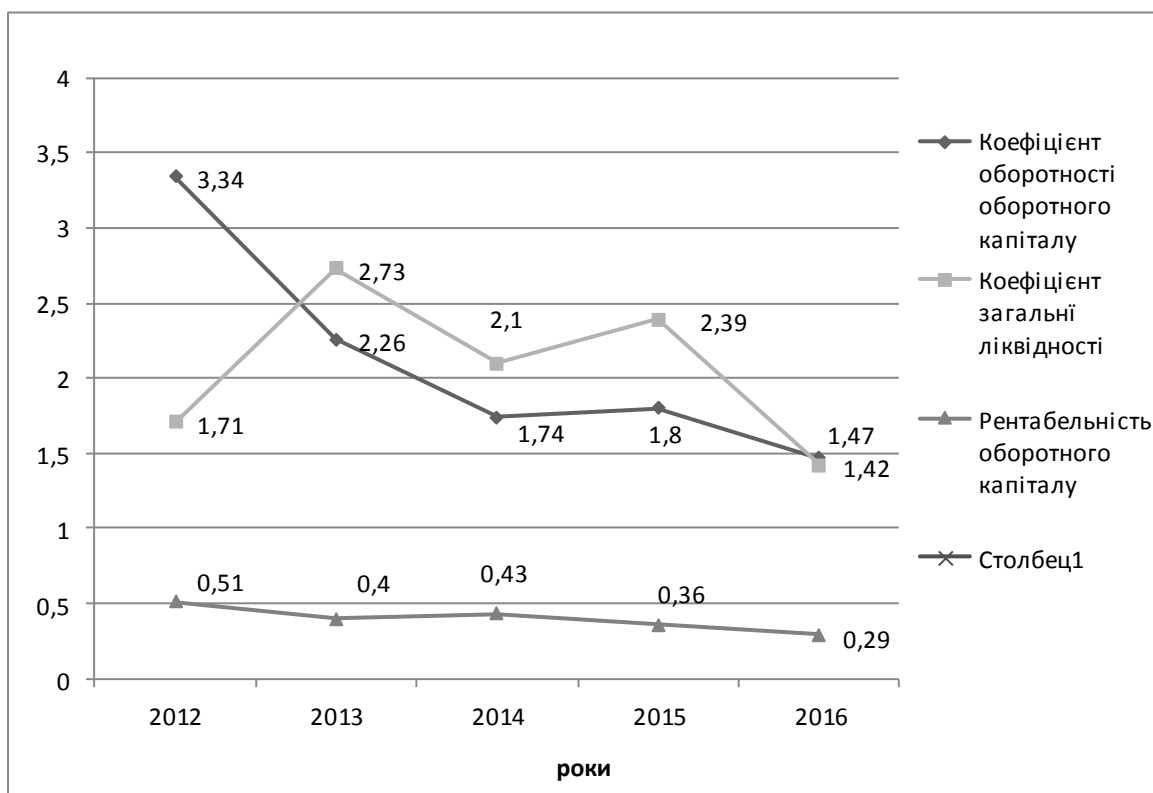


Рис. 1. Домінантні показники ефективності управління оборотним капіталом ПрАТ “Карлсберг Україна” за 2012-2016 роки

Бачимо, що коефіцієнт оборотності оборотного капіталу в 2016 році порівняно з 2015, 2014, 2013 та 2012 роками суттєво знижується: у 2016 році оборотний капітал здійснив (1,47) 1 оборот, така ж тенденція спостерігається у 2015 та 2014 роках, у 2013 році оборотним капіталом було здійснено 2 обороти (2,26), проте найкращий результат зафіксовано у

2012 році – 3 обороти (3,34). Коефіцієнт оборотності оборотного капіталу – основний показник, який відображає процес використання оборотного капіталу та економічний зміст самого процесу – руху в часі авансованої вартості. Чим нижчий коефіцієнт, тим більш негативною ситуація є на підприємстві; оберненим показником до коефіцієнта оборотності є

коефіцієнт закріплення оборотного капіталу, відповідно, гіршою є ситуація, коли даний коефіцієнт зростає: починаючи з 2012 року, на ПрАТ “Карлсберг Україна” спостерігається щорічне зростання. Чим менший коефіцієнт закріплення, тим ефективніше використовують оборотні активи на підприємстві й поліпшується його фінансовий стан; у нашому випадку в 2016 році зафіксовано найменше оборотів і, відповідно, більші витрати (0,68 або 68%). На основі цих двох показників вже бачимо, що ситуація на підприємстві погіршується, набуває певного рівня ризиковості та спонукає керівництво до прийняття ефективних рішень – застосування ефективної стратегії.

Ефективність використання оборотного капіталу характеризується швидкістю їхнього обертання, оборотністю. Прискорення оборотності капіталу зумовлює: по-перше, збільшення обсягу продукції на кожну грошову одиницю поточних витрат підприємства; по-друге, вивільнення частини коштів і завдяки цьому створення додаткових резервів для розширення виробництва [3, с. 134]. Будь-яке підприємство прагне досягати процесу прискорення оборотності загального розміру оборотного капіталу, що може відбутися за рахунок прискорення оборотності запасів, прискорення оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості. Дана тенденція буде сприяти абсолютному та відносному вивільненню загального розміру оборотного капіталу в аналізований період. Проте у нашому випадку зафіксована зворотна тенденція, тобто у 2016 році коефіцієнт оборотності запасів становить 18,68 обороти, що на 7,62 обороти менше, порівнюючи з 2015

роком, та на 8,42 обороти менше, порівнюючи з 2012 роком, найбільшого значення коефіцієнт набув у 2014 році – 30,06 обороти. За коефіцієнтом оборотності дебіторської заборгованості бачимо, що спостерігається хвилеподібний цикл: у 2016 році коефіцієнт становить 8,47 обороти, що більше на 1,49 та 2,51 обороти, ніж у 2015 та 2014 роках відповідно; зменшення оборотів спостерігається у 2013 та 2012 роках. Щодо оборотності кредиторської заборгованості, то тут у 2016 році зафіксовано 3,55 обороти, що є найменшою кількістю порівняно з аналізованими роками; у 2015 році даний показник набув найвищого значення (6,49 обороти). За коефіцієнтом оборотності грошових коштів спостерігається щорічне зниження оборотів впродовж 2012-2016 років, відповідно, у 2012 році коефіцієнт набув найвищого значення – 6,51 обороти, у 2016 році – 1,97 обороти (найнижче значення). На основі цього можна зробити висновки, що через уповільнення коефіцієнтів оборотності запасів, частково дебіторської заборгованості та грошових коштів уповільнюється оборотність оборотного капіталу відповідно.

Також для визначення ефективності управління оборотним капіталом виробничих підприємств слід аналізувати інтенсивність та екстенсивність його використання. Дослідивши показники аналізованого підприємства, бачимо, що інтенсивне використання оборотного капіталу відбувається у 2012 році, з кожним роком даний коефіцієнт зменшується і у 2016 році набуває найменшого значення – 1,15.

Рентабельність оборотного капіталу за п'ять років поступово знижується в середньому на 0,14 або

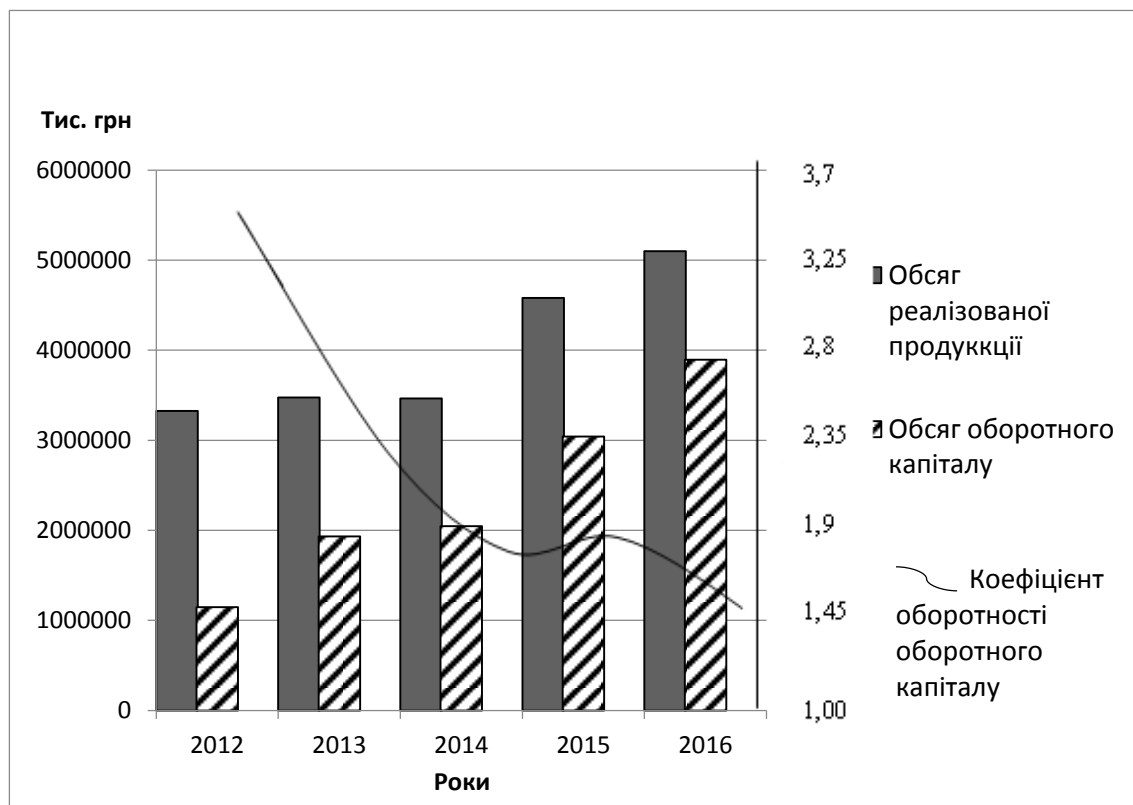


Рис. 2. Динаміка обсягів реалізованої продукції та оборотного капіталу ПрАТ “Карлсберг Україна” за 2012-2016 роки

14%, це не дуже поганий результат, проте подальше зниження рентабельності оборотного капіталу може призвести до негативного та навіть ризикового фінансово-господарського стану ПрАТ “Карлсберг Україна”.

Аналізуючи показники ліквідності ПрАТ “Карлсберг Україна”, можна стверджувати, що воно здатне погасити короткострокові зобов’язання без

Кожне підприємство розробляє свої заходи, прийоми, методи – інструментарій покращення результатів, пов’язаних із процесами оборотного капіталу. Одним із таких інструментів є оптимізація оборотного капіталу.

Комплекс заходів оптимізації оборотного капіталу, а отже, ліквідації ризиків кінцевих результатів діяльності відображено на рисунку 3.

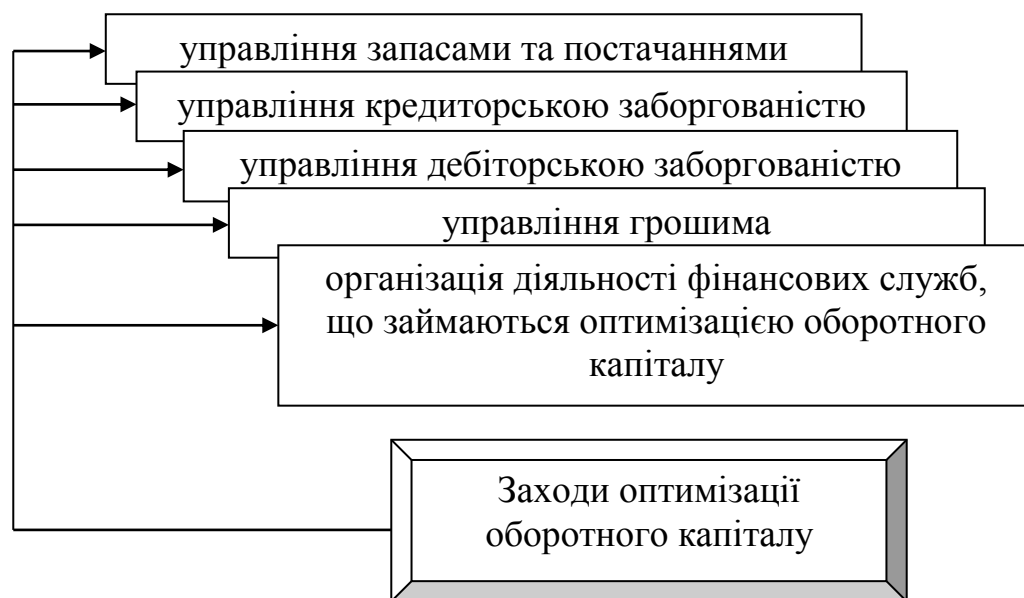


Рис. 3. Комплекс основних заходів оптимізації оборотного капіталу ПрАТ “Карлсберг Україна”*

*Складено за опрацьованим джерелом [5, с. 199-200].

урахування вартості запасів, включаючи дебіторську заборгованість, оскільки коефіцієнти підлягають рекомендованим значенням.

Також для обґрунтування обраної стратегії ПрАТ “Карлсберг Україна” впродовж 2012-2016 років порівняємо обсяг реалізованої продукції та обсяг оборотного капіталу, причому перший показник безпосередньо залежить від другого (рис. 2).

Аналізуючи рисунок 2, бачимо, що дані показники зростають щорічно, проте коефіцієнт оборотності оборотного капіталу навпаки з кожним роком знижується. Позитивним для підприємства є момент зростання, проте негативним є зниження коефіцієнта оборотності (хоча, здійснивши лише 1 оборот у 2016 році, підприємство реалізувало більше продукції, ніж у попередні періоди з більшими оборотами, але подальше зниження показника може призвести до ризикового стану), тому ПрАТ “Карлсберг Україна” повинно розробити та реалізувати фінансову стратегію, яка би забезпечила прискорення оборотності оборотного капіталу та призвела би до отримання ще більшого обсягу доходу, знизила би рівень витрат на оборотність та привела би підприємство до отримання максимально можливого (бажаного) прибутку.

Оптимізація оборотного капіталу, як правило, знаходиться в компетенції фінансової служби (бухгалтерії). Однак така служба у більшості випадків стикається з серйозним супротивом чи несвідомістю зі сторони підрозділу, який впливає на складові оборотного капіталу (служба закупівель чи логістики, відділи продаж, ІТ-служби, виробничі відділи). Виникає парадокс: з однієї сторони, фінансова служба відповідальна за оборотний капітал, рівень ліквідності компанії та джерел фінансування, а з іншої, — позбавлена можливості серйозно впливати на структуру, що розпоряджаються окремими складовими цього самого капіталу. На жаль, типового вирішення такої проблеми немає [4, с. 116].

В українській економіці проблема управління оборотним капіталом існувала завжди. Недоліками системи управління типового вітчизняного промислового підприємства є відсутність структурного підрозділу, відповідального за процес управління оборотним капіталом і забезпечення його взаємодії з рештою організаційної структури суб’єкта господарювання. Відсутні розроблені процедури прийняття управлінських рішень. Як окремий об’єкт управління він не виділяється, а отже, немає і управління оборотним капіталом, тому його динаміка

залежить від зовнішніх і випадкових внутрішніх дій [1, с. 26].

Тому, оскільки ПрАТ “Карлсберг Україна” є великим підприємством, для нього слід створити профільну службу, яка би займалася саме цим питанням, тому що як нестача, так і надлишок обсягу оборотного капіталу є проблемою та загрозою для діяльності підприємства, а досягнення оптимізації оборотного капіталу є запорукою успішного бізнесу в стратегічній перспективі.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, дане питання стратегічного управління, зокрема і оборотного капіталу, є дуже складним у сучасних умовах господарювання. Стратегія, яку реалізувало ПрАТ “Карлсберг Україна” щодо формування та використання свого оборотного капіталу, виявилася неефективною, оскільки досліджувані показники показали дестимулюючий характер впливу, хоча в ході дослідження як обсяг реалізованої продукції, так і обсяг оборотного капіталу щорічно зростають (що є позитивною тенденцією), натомість коефіцієнт оборотності оборотного капіталу щороку зменшується, що є негативною тенденцією. На дану ситуацію впливають певні фактори, які в подальшому потрібно досліджувати та обґрунтовувати, які фактори призводять до збільшення/зменшення стану оборотного капіталу. На даний час існує багато компаній, які консультують та допомагають підприємствам вийти з нестабільного стану в майбутнє процвітання. Одна з таких компаній успішно працює в Україні та надає будь-які послуги в сфері бізнесу підприємцям, які тільки починають свою справу або вже займаються господарською діяльністю. Дані компанії розробляють проекти оптимізації будь-яких показників, зокрема і оборотного капіталу. Адже оптимізація є одним із першочергових завдань успішного функціонування та розвитку діяльності підприємств. Тому питання оптимізації оборотного капіталу потрібно більш широко досліджувати та обґрунтовувати в подальшому, звертаючи увагу на досвід іноземних та вітчизняних підприємств, оскільки дане питання є фактором успішного ведення бізнесу в стратегічній перспективі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранов А. І. Управління формуванням оборотних активів підприємств будівельної галузі : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / А. І. Баранов ; Придн. держ. акад. будівн. та архіт. – Дніпропетровськ, 2015. – 26 с.
2. Буняк Н. М. Фінансова стратегія в системі менеджменту підприємства / Н. М. Буняк, Р. І. Курдельчук // Електронне наукове фахове видання :

“Економіка та суспільство”. – 2017. – № 8. – С. 196-200.

3. Коваленко О. В. Підвищення ефективності формування і використання оборотного капіталу підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Коваленко, Ю. С. Отечко // Електронний науково-практичний журнал : “Інфраструктура ринку”. – 2016. – № 1. – С. 133-139. – Режим доступу: http://market-infr.od.ua/journals/2016/1_2016_ukr/24.pdf.

4. Морозюк Д. І. Сучасні методи управління оборотним капіталом підприємств та оцінка їх ефективності / Д. І. Морозюк // Інвестиції: практика та досвід : науковий журнал. – 2015. – № 1. – С. 114-119.

5. Синиця Т. В. Основні напрями та заходи оптимізації оборотного капіталу підприємства / Т. В. Синиця, І. В. Осьмірко // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди : “Економіка”. – 2015. – № 15. – С. 197-204.

6. Will Gish International Management : The Importance of Working Capital Management in Avoiding Bankruptcy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smallbusiness.chron.com/importance-working-capital-management-avoiding-bankruptcy-39031.html>.

REFERENCES

1. Baranov, A. I. (2015), *Upravlinnia formuvanniam oborotnykh aktiviv pidpriemstv budivel'noi haluzi : avtoref. dys... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / A. I. Baranov ; Prydn. derzh. akad. budivn. ta arkhitekt., Dnipropetrovs'k*, 26 s.
2. Buniak, N. M. and Kurdel'chuk, R. I. (2017), *Finansova stratehiia v systemi menedzhmentu pidpriemstva, Elektronne naukovе fakhove vydannia : “Ekonomika ta suspil'stvo”*, № 8, s. 196-200.
3. Kovalenko, O. V. and Otechko, Yu. S. (2016), *Pidvyschennia efektyvnosti formuvannia i vykorystannia oborotnoho kapitalu pidpriemstva, Elektronnyj naukovо-praktychnyj zhurnal : “Infrastruktura rynku”*, № 1, s. 133-139, available at: http://market-infr.od.ua/journals/2016/1_2016_ukr/24.pdf.
4. Moroziuk, D. I. (2015), *Suchasni metody upravlinnia oborotnym kapitalom pidpriemstv ta otsinka ikh efektyvnosti, Investysii: praktyka ta dosvid : naukovyj zhurnal*, № 1, s. 114-119.
5. Synytsia, T. V. and Os'mirko, I. V. (2015), *Osnovni napriamy ta zakhody optymizatsii oborotnoho kapitalu pidpriemstva, Zbirnyk naukovykh prats' Kharkiv'skoho natsional'noho pedahohichnoho universytetu imeni H. S. Skovorody : “Ekonomika”*, № 15, s. 197-204.
6. Will Gish International Management : The Importance of Working Capital Management in Avoiding Bankruptcy, available at: <http://smallbusiness.chron.com/importance-working-capital-management-avoiding-bankruptcy-39031.html>.

Дейнека Т. А.,

к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародної економіки, Вищий навчальний заклад Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”, м. Полтава

ПОЛІТИКО-ЕКОНОМІЧНА КОНЦЕПЦІЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО ТА СОЦІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА

Анотація. Мета статті полягає у визначенні концептуальних засад трансформації економічного та соціального розвитку глобалізованого суспільства. Вирішення поставлених у статті завдань базується на принципах діалектики та загальнонаукових методах пізнання. Представлена у вигляді формалізованої моделі політико-економічна концепція трансформації економічного та соціального розвитку глобалізованого суспільства. З'ясування концептуальних засад трансформації економічного та соціального розвитку глобалізованого суспільства дозволяє ідентифікувати та описати протидіючі тенденції у названих сферах людського життя та урахувати, що особливість різноспрямованих трендів зумовлена ціннісними прерогативами індустріалізму та постіндустріалізму. Значущість результатів дослідження також полягає у можливості застосувати названі концептуальні підходи до виявлення внутрішніх суперечностей, які властиві процесам формування, функціонування та розвитку глобальної економіки та планетарного суспільства.

Ключові слова: політико-економічна концепція, системна трансформація, соціально-економічний розвиток, глобалізоване суспільство, суперечності, постіндустріалізм, посткапіталізм.

Дейнека Т.А.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of Department of International Economics, Higher Educational Establishment of Ukoopspilka “Poltava University of Economics and Trade”, Poltava

POLITICAL-ECONOMIC CONCEPT OF TRANSFORMATION OF ECONOMIC AND SOCIAL DEVELOPMENT OF GLOBALIZED SOCIETY

Abstract. Purpose of the article is to define the conceptual basis of transformation of economic and social development of globalized society. Performance of tasks of the article is based on the principles of dialectics and universal scientific research methods. The political-economic concept of transformation of economic and social development of globalized society is presented in a form of formalized model. The clarification of conceptual basis of transformation of economic and social development of globalized society allows to define and describe the contradictory trends in the named areas of human life, and to consider that the peculiarity of the multidirectional trends is determined by the value prerogatives of industrialism and post-industrialism. The value of the research results consists also in possibility to implement the named conceptual approaches to identifying internal contradictions, inherent in formation, functioning and development processes of global economy and planetary society.

Keywords: political-economic concept, system transformation, social and economic development, globalized society, contradictions, post-industrialism, post-capitalism.

Постановка проблеми. Формування концепції, яка б відображала умови переходу глобального соціуму на новий, більш досконалий рівень розвитку, вимагає звернення до існуючої типології суспільних систем. У сучасній науці утвердилася така думка про послідовність зміни інституціональних форм соціально-економічних систем: доіндустріальна економіка та відповідно утворений на її основі соціум, індустріальна та постіндустріальна. У наш час, у період пізнього капіталізму, відбуваються процеси поступової розбудови принципово іншого типу економіки / суспільства – постіндустріального, зміст якого визначає прогрес знань, інновацій, розвиток

нематеріального виробництва. Створюючи в рамках глобальної економіки основи нового способу виробництва, постіндустріалізм поступально долає низку висхідних етапів, формуючи, таким чином, необхідні матеріальні умови виникнення істинно гуманістичної системи життя планетарного соціуму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Майбутнє людства, господарські та суспільні форми його існування викликають великий інтерес вчених, тому названа проблематика надзвичайно активно досліджується в полі сучасної науки. Необхідно назвати роботи таких науковців: Дж. Армстронг,

Ю. Бажал, В. Базилевич, А. Бугалин, І. Валлерстайн, В. Вернадський, А. Гальчинський, В. Геєць, Л. Гумилев, Г. Дерлугьян, К. Калхун, А. Колганов, Р. Коллінз, М. Кондратьєв, М. Манн, П. Мейсон, П. Сорокин, А. Дж. Тойнбі, Е. Фелпс, А. Філіпенко та ін.

Однак, незважаючи на наявність багатьох концептуальних підходів (у тому числі полярих за своєю сутністю), система поглядів щодо розвитку глобалізованого суспільства продовжує формуватися. Ця проблема відноситься до сфери фундаментальних знань про соціум, вона є надзвичайно багатогранною, а отже, ще довго залишатиметься актуальною для наукових пошуків.

Постановка завдання. Метою статті є визначення концептуальних засад трансформації економічного та соціального розвитку глобалізованого суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наукові засади постіндустріалізму (де акцент ставиться на змінах, що відбуваються в економіці та суспільстві під впливом техніко-технологічних трансформацій), у наш час активно розвиваються за напрямом концептуалізації посткапіталізму (де наголос переноситься на спосіб виробництва та форми власності, які виступають визначальними чинниками зміни укладу). При цьому як у концепціях постіндустріального суспільства, так і в концепціях

посткапіталістичного суспільства велика увага приділяється власне людині – її особливій ролі як носія і продуцента знань та її діяльності.

Саме гуманізм як визначальна цінність розвитку суспільства може забезпечити умови створення планетарної цілісності. За умов же панування ринкових цінностей (прибутку та матеріального збагачення), які продовжують відігравати суттєву роль у відносинах періоду пізнього капіталізму та які є істотно зумовленими глобалізацією, здебільшого виникає ефект не стільки гармонізованої єдності світу, скільки всебічної залежності учасників таких відносин.

Вищий рівень розвитку суспільства, який поступово формуватиметься на основі розбудови постіндустріальних відносин, змістовно відповідає поняттю “хороше життя” у тому сенсі, в якому його розумів Арістотель, сприймали М. Монтень та Ф. Ніцше, а також трактують сучасні науковці [1; 2]. Йдеться про таке утворення глобальної суспільної системи, за якої соціально-творча сутність індивіда та феномен нового типу мислення, що утвердився в суспільстві, визначають як зміст, так і критерій прогресу людства; про суспільство, економіка якого динамізується творчою діяльністю членів соціуму, реалізацією продуктивних ідей, створенням інноваційних продуктів. Саме такі засади беруться нами за основу побудови концепції забезпечення вищого рівня економічного та соціального розвитку світового суспільства.

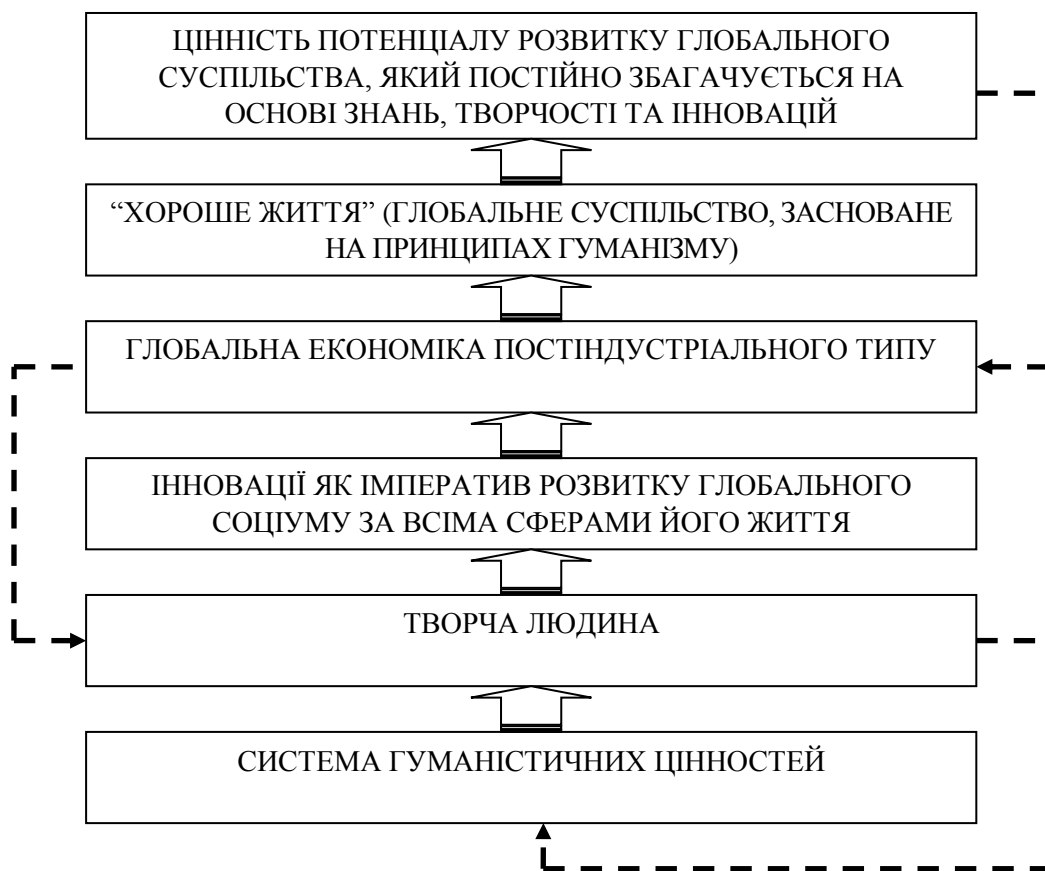


Рис. 1. Формалізація можливостей соціально-економічного розвитку глобального суспільства в рамках концепції його трансформації

Суттєво значимим для визначення основ політико-економічної концепції забезпечення вищого рівня розвитку світового суспільства є комплексне дослідження всіх проявів життя соціуму – економіки, політики, культури, духовної та соціальної сфер. У всіх цих сферах наочно проявляються у наш час ознаки постіндустріалізму і навіть посткапіталізму. Стверджуючи це, ми підкреслимо взаємозалежність змін глобальної економіки та глобального суспільства, що розкриваються через виявлення внутрішніх суперечностей, властивих процесам формування, функціонування та розвитку названих систем (рис. 1).

Система людського життя, яка формується на постіндустріальних засадах, націлена на соціальну ефективність, а не суто економічну у її ринковому (капіталістичному) розумінні, отже вже включає елементи субстанціональних ознак посткапіталізму. Реальність цього видається нам досить обґрунтованою. Зокрема, П. Мейсон зазначає, що базові форми посткапіталістичної економіки, які можна знайти в сучасній системі, мають властивість швидко поширюватися. Зважаючи на це, заміна капіталізму чимсь іншим вже не є утопічною мрією [3, с. 10].

Стосовно того, яким саме буде перехідний період до нового, більш досконалого типу соціально-економічних відносин, напевне стверджувати неможливо. Варіанти, що розглядаються сучасними науковцями як вірогідні, є досить різноманітними. Можливо, світ буде коливатися між різними формами соціалізму та капіталізму, відповідно до того, як кожен з них буде терпіти крах внаслідок властивих їм недоліків (Р. Коллінз); можливо, буде забезпечено збереження капіталізму в більш м'якій соціально-демократичній версії глобалізації (К. Калхун, М. Манн); альтернативою сучасному капіталізму може стати певна некапіталістична система, яка зберегає, тим не менш, властиві для капіталізму ієрархічність і поляризацію, або ж відносно демократична та відносно егалітарна система (І. Валлерстайн) [4, с. 19-20].

Бажаним для суспільства, проте надзвичайно віддаленим у часі типом соціальної системи є ноосфера – такий стан суспільного буття, визначальним явищем якого стає наукова думка; на її основі формується новий планетарний світогляд соціуму, спосіб мислення та духовність індивідів, а розвиток глобальної соціально-економічної системи спрямовується виключно в інтересах розвитку людини.

Для визначення майбутнього формату життя мегасоціуму в сучасних наукових дослідженнях використовується також концепт креатосфери. Креатосфера трактується як “світ (соціальний простір і час) співтворчості, діалогу, невідчужених відносин, в які включені Людина та її [творча] діяльність, предметний світ культури, природа (біосфера)” [5, с. 132].

Для досліджуваної нами проблематики (з'ясування умов забезпечення вищого рівня економічного та соціального розвитку світового суспільства) глибоке концептуальне бачення перспектив розвитку світового суспільства В. Вернадським є надзвичайно цінним. Створена в рамках його вчення

методологія не лише надає термінологічну визначеність майбутньої (більш досконалої) системи життя планетарного соціуму, але також пояснює зміст і наукову логіку аналізу ноосфери. Ці підходи активно використовуються в наш час у межах концепції посткапіталістичного суспільства.

П. Мейсон у своєму “посткапіталістичному проєкті” виділив такі визначальні положення: попередити енергетичну кризу та пом'якшити хаос, що викликаний кліматичними катаклізмами, за рахунок зменшення вуглецевих викидів; стабілізувати фінансову систему шляхом її соціалізації, щоб старіння населення, кліматичні зміни та надмірні борги не спровокували новий цикл буму й спаду та не зруйнували світову економіку; забезпечити процвітання та високий рівень матеріального добробуту людей (передусім шляхом застосування інформаційно містких технологій для підвищення якості здоров'я, освіти, послаблення залежності від виплат соціальної допомоги тощо); зменшити необхідну працю за рахунок використання технологій, у подальшому перетворити її на добровільну, основні товари та суспільні послуги на безкоштовні, а домінуючу економічного управління перенести з сфери праці та капіталу на енергетичну та ресурсну сфери [3, с. 367].

Ґрунтуючись на знаннях про природу і суспільство, В. Вернадський задовго до сучасної постановки питання суспільними науками про визначальну роль людини виявив глобальні проблеми економіки та соціуму; при цьому він не лише зауважив про їх існування, але також вказав на шляхи вирішення переважної більшості з них. В. Вернадський визначив ноосферу як нове планетарне явище, в рамках якого “людство стає найбільшою ... силою”. Людина “може і повинна перебудувати своєю працею і думкою сферу свого життя, перебудувати докорінно порівняно з тим, що було раніше. Перед нею відкриваються дедалі ширші творчі можливості” [6]. Одночасно з цим науковець позначив процес переходу до ноосфери як “новий стихійний” [6], вказавши тим самим на внутрішньо притаманну складним нелінійно утвореним суспільним системам властивість, яка проявляється в економіці та соціумі через виникнення диспропорцій, асиметрії, суперечностей, різноспрямованих тенденцій, дії продуктивних і контрпродуктивних сил тощо.

Крім того, важливо зазначити ідею В. Вернадського про автотрофність людства, зважаючи на надзвичайну актуальність у наш час цієї наукової думки [7, с. 288-303]. Йдеться про зменшення залежності людини від живої речовини – їжі, енергії тощо – за рахунок її синтезування. Цінність цієї ідеї полягає у тому, що науковець передбачив ту силу виклику нестачі природних ресурсів, який вже в наші дні отримує глобальний соціум, а отже, і всю глибину глобальних соціально-екологічних суперечностей.

У рамках автотрофно-ноосферної концепції В. Вернадського висвітлюються також надзвичайно значущі для нинішнього етапу життя суспільства проблеми створення та використання інновацій. Науковець стверджував, що за умов високого рівня духовності планетарного суспільства поступальне

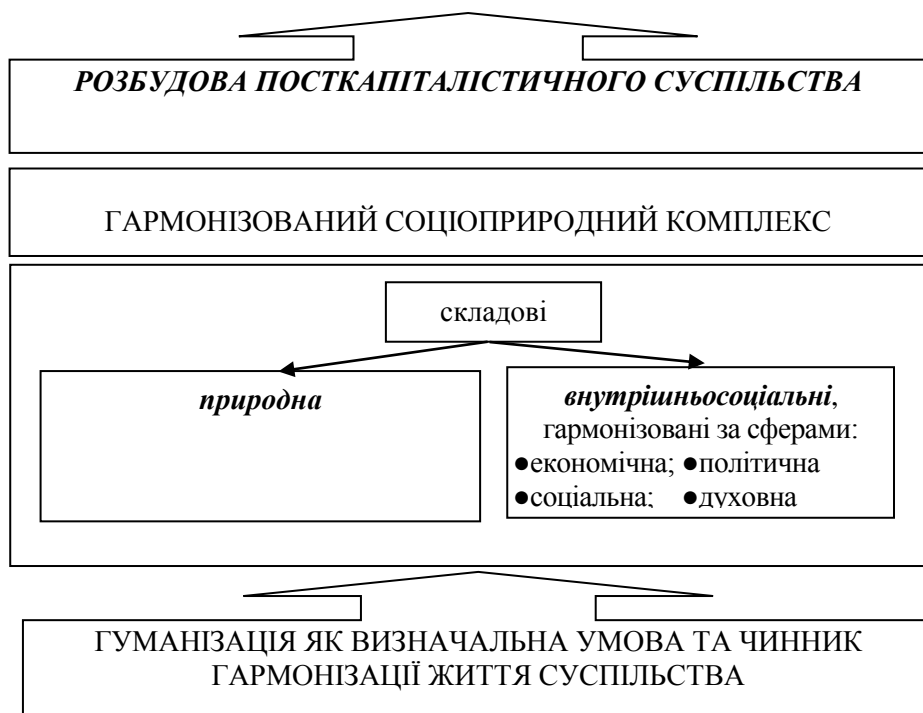


Рис. 2. Гармонізований планетарний соціоприродний комплекс

формування ноосферної цивілізації відкриває можливість створення для людства кращого життя. Однак, обґрунтовуючи гіпотезу про висхідний рух розвитку суспільства, В. Вернадський одночасно висував застереження щодо можливості поглиблення в суспільстві суперечностей, пов'язаних із науково-технічним прогресом, маючи на увазі передусім ескалацію військового потенціалу, що здатне привести людство до самознищення.

Для побудови політико-економічної концепції забезпечення вищого рівня економічного та соціального розвитку людства важливо, щоб основу наукової логіки утворювала чітка визначеність суспільної системи. На наше переконання, якщо трактувати “хороше життя” як таке, що вибудовується на засадах посткапіталізму, а вони, в свою чергу, відповідають принципам розбудови ноосфери, то аналіз не повинен обмежуватися тільки рамками соціальної системи – мова повинна йти про соціально-природну систему.

Економічна, політична, соціальна, духовна сфери утворюють планетарну внутрішньосоціальну структуру. Однак діяльність людини ширше, ніж функції, що виконуються всередині цієї системи. Організація посткапіталістичного життя суспільства (а у віддаленому майбутньому також ноосферного) передбачає, крім цього, розумну, виважену взаємодію людини з природою. У контексті розгляду питань якісної трансформації економічного та соціального розвитку глобалізованого суспільства необхідно зазначити, що процеси, які відбуваються у соціоприродному середовищі, повинні бути гармонізовані відповідно

до вищих духовних цінностей розвитку людства так само, як і у внутрішньосоціальному (рис. 2).

Відповідність цінності, якою є прогрес в інтересах людини, передбачає, що в рамках посткапіталістичної економіки буде діяти механізм, спрямований на задоволення потреби розвитку особистості, нагромадження нею знань і прагнення самореалізації; що людством буде розбудоване нове інтелектуально-духовне суспільство; що на основі узгодженого розвитку економічної, політичної, соціальної, духовної підсистем суспільства утвориться нова системна якість – внутрішньосоціальна система мегасоціуму, яка буде збалансовано розвиватися разом із соціо-природною системою, утворюючи загальний злагоджено діючий, гармонізований соціоприродний комплекс.

Однак сучасний період розвитку планетарного соціуму є лише самим початком становлення посткапіталістичних відносин. Цим принципам, а отже й інтересам розвитку суспільства, фактично протиставлені інтереси глобального капіталу. Нині це проявляється з повною очевидністю та спричиняє невизначеність майбутнього глобальної соціально-економічної системи.

Варіативність динаміки дозволяє дослідити запропонована нами методологія циклічності світового розвитку, яку первинно визначають неперервні цикли суперечностей (виникнення – становлення – розвиток – конфлікт), що виникають у суспільстві¹. Динаміка обох складових системи – природна та соціальна – чітко простежується в рамках циклізму, котрий трактується нами як історичний шлях, що

¹ Див. Дейнека Т. А. Суперечності глобалізованого суспільства в аспекті проблем світового економічного порядку /

Т. А. Дейнека // Економічна теорія та право. – 2017. – №1 (28). – С. 32-41.

пройдений людством, та як форма циклічно цілісного світового розвитку.

Названа методологія враховує можливості поєднання принципів синергетики (складноутвореності соціально-економічних систем і нелінійності історичного розвитку суспільства), циклізму (як форми руху, за яким відбувається зміна цивілізацій) та векторної визначеності такого руху (відносно осі часу прогрес / регрес). Згідно з нею результатами суперечності процесів, які відбуваються в глобальному соціумі (або інакше кажучи, наслідками боротьби ціннісних орієнтирів), можуть стати як цивілізаційний прогрес, так і його консервація або регрес. Невизначеність подальшого ходу подій полягає у тому, що остаточний сценарій їх розвитку залежить від того, чи стане громадянське суспільство визначальною силою майбутніх перетворень та чи здобуде інтелектуально-інноваційний капітал (капітал творення) силу визначального чинника, здатного потенціювати соціально-економічну динаміку.

Цей контекст добре уявляє порівняння розвитку суспільства з розвитком живого організму, яке свого часу зробив Г. Спенсор [8]. Згідно з його сприйняттям суспільна динаміка слідує від однорідного (гомогенного) стану до складного (гетерогенного); відбувається диференціація соціальних структур, утворення між ними зв'язків і взаємовідносин. Науковці коментують [7, с. 86], що розвиток соціуму розглядається Г. Спенсором як хвилеподібний процес, обумовлений порушенням і відновленням соціальної рівноваги. Суспільство рухається через військові та промислові структури до такої організації, у рамках якої задовольняються як суспільні, так і соціальні потреби.

Розвиток природи (як і соціуму, як і їх обопільно зумовленої взаємодії) є циклічним. Дослідження залежності розвитку цивілізацій від природних умов (соціокультурні концепції “географічного детермінізму”) до теперішнього часу не втрачають актуальності. Сучасні науковці стверджують: саме на основі моніторингу циклічності геологічної історії Землі та змін, що відбуваються в рамках галактичного року, здійснюються нині дослідження процесу трансформації природних циклів біосфери під впливом техніко-антропогенних факторів [7, с. 80].

Для розвитку науки і техніки також властива циклічність, що, в свою чергу, пов'язано з появою інновацій та зумовленого ними хвилеподібного руху процесів в економіці. Довгий господарський цикл є як економічним, так і соціокультурним процесом, оскільки саме людина своєю діяльністю зумовлює такий тип динаміки. Досліджуючи великі цикли, М. Кондратьєв [9] довів, що кардинальні зміни в суспільстві є передусім наслідком трансформації економічних умов життя людства. Підтверджуючи зв'язок між економічними та соціокультурними чинниками, він також показав, як на фоні зростаючої фази економічних циклів у суспільстві проявляються такі негативні явища, як війни та соціальні потрясіння.

Як підтверджують дослідження Гейдельберзького інституту міжнародних досліджень конфліктних ситуацій, рівень конфліктності у наш час

істотно збільшився. Станом на 2014 р. у світі нараховувалося 424 політичних конфлікти, 223 з них із масованим або обмеженим використанням насильства, у тому числі 46 військових. Аналізуючи сучасну ситуацію, науковці вказують на існування глобальних циклів конфліктності та визначають сучасний етап життя планетарного суспільства як височий та одночасно як такий, де конфліктність та нестабільність збільшується [10, с. 90, 94].

Весь історичний процес розвитку людства фактично є циклічним. Науковці ідентифікують його як “циклічну флуктуацію” (тобто зміну культур, які “перетікають” одна з одної) [11]; розглядають світову історію як сукупність цивілізацій, які в своєму розвитку проходять однакові фази трансформацій (від підйому до розпаду та загибелі) [12]; вказують на циклічну здатність людей до творчості, яка забезпечує історичний динамізм [13].

Сучасний трансформаційний період світової економіки є надзвичайно контроверзним, оскільки це період глибокої системної кризи, з якої суспільство намагається знайти вихід. Отже, якщо ідентифікувати історичний рух суспільства як нескінченну череду циклів, логічно припустити, що у наш час має місце екстремум. Він відповідає не найвищій точці розвитку, досягнутого людством, а навпаки, найнижчій, але такий, що є приналежною зростаючому вектору цивілізаційного прогресу. Це підтверджує також динаміка світових господарських процесів: нині розпочався економічний підйом, тобто рух від нижнього екстремуму вдовж підвищувальної фази циклу в напрямку зростання.

Зважаючи на це, на нашу думку, при обґрунтованні політико-економічної концепції трансформації економічного та соціального розвитку глобалізованого суспільства недоречно розглядати фаталістичну гіпотезу світової катастрофи та невідворотності руху суспільства за деградаційною спіраллю. Людство повинно знайти шляхи подолання суперечностей, в основі яких знаходиться боротьба цінностей споживацтва (відповідно матеріальній основі індустріальної економіки) та “хорошого життя” в рамках затвердження цінностей посткапіталістичного суспільства (відповідно постіндустріальному способу виробництва благ).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. За результатами проведеного дослідження представлена у вигляді формалізованої моделі політико-економічна концепція трансформації економічного та соціального розвитку глобального суспільства. Її зміст визначає взаємозалежність процесів формування, функціонування та розвитку глобальної економіки та глобального суспільства; генеральною метою змін у житті планетарного соціуму є розбудова “хорошого життя” (глобального суспільства, заснованого на принципах гуманізму), матеріальною основою якого є глобальна економіка посткапіталістичного / постіндустріального типу; кінцевим результатом змін, що відбуваються в процесі трансформації суспільства та його господарської сфери, стає сформована цінність потенціалу розвитку, наявність якої одночасно означає створення умов для початку нового

висхідного циклу відтворення через постійне збагачення названої цінності на основі знань, творчості людини та створених нею інновацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Армстронг Дж. Правила жизни от Фридриха Ницше / Д. Армстронг. – М. : ООО “Эксмо” 2015. – 144 с.

2. Фелпс Э. Массовое процветание: Как низовые инновации стали источником рабочих мест, новых возможностей и изменений / Э. Фелпс; [пер. с англ. Д. Кралечкина; науч. ред. перевода А. Смирнов]. – М. : Изд-во Института Гайдара; Фонд “Либеральная Миссия”, 2015. – 472 с.

3. Мейсон П. Посткапитализм. Путеводитель по нашему будущему / П. Мейсон. – М. : ООО “Ад Маргинем Пресс”, 2016. – 416 с.

4. Есть ли будущее у капитализма? Сб. статей И. Вальерстайна, Р. Коллинза, М. Манна, Г. Дерлугьяна, К. Калхуна / [пер. с англ., под ред. Г. Дерлугьяна]. – М. : Изд-во Института Гайдара, 2015. – 320 с.

5. Бузгалин А. В. Глобальный капитал / А. В. Бузгалин, А. И. Колганов : в 2-х тт. Т. 2 Теория: Глобальная гегемония капитала и ее пределы (“Капитал” re-loaded). – М. : ЛЕНАНД, 2015. – 912 с.

6. Вернадский В. И. Философские мысли натуралиста [Электронный ресурс] / В.И. Вернадский. – М. : Наука, 1988. – 522 с. – Режим доступа :

<http://www.runivers.ru/bookreader/book146742/#page/1/mode/1up>.

7. Лось В. А. Социокультурный анализ цивилизационных процессов: взаимосвязь циклических и линейных подходов к динамике мирового развития / В. А. Лось // Век глобализации. – 2014. – № 2. – С. 78-90.

8. Спенсер Г. Синтетическая философия [The Synthetic philosophy by Herbert Spenser] [Электронный ресурс] / Г. Спенсер; [пер. с англ.]. – К. : Ника-Центр, 1997. – 512 с. – Режим доступа : <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxpc3Rvcmlhc29jaW9sb2d5fGd4OjJjMDE5NGMxNTg0YWQ0NDQ>.

9. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения / Н. Д. Кондратьев; Избранные труды [Текст]. – М. : Экономика, 2002. – 767 с.

10. Проблемы конфликтности в современном мире // Мировая экономика и международные отношения. – 2016. – Т. 60. – № 6. – С. 90-101.

11. Сорокин П. А. Социальная мобильность, ее формы и флуктуации : Человек. Цивилизация. Общество [Электронный ресурс] / П. А. Сорокин. – М. : Политиздат, 1992. – Режим доступа : <http://socportal.ucoz.ru/KYRSI/SorokinP.SocialMobility.doc>.

12. Тойнби А. Дж. Исследование истории: в 3 тт. [Электронный ресурс] / А. Дж. Тойнби; [пер. К. Я. Кожурина]. – СПб. : Изд-во СПб ун-та, Изд-во Олега Абышко, 2006. – Режим доступа : <http://www.lib.ru/HISTORY/TOYNBEE/history.txt#Toynbee104.htm>.

13. Гумилев Л. Этногенез и биосфера Земли [Электронный ресурс] / Л. Гумилев. – СПб. : Астрель, 2005. – Режим доступа : https://www.e-reading.club/bookreader.php/17542/Gumilev_-_Etnogenez_i_biosfera_Zemli.html.

[ding.club/bookreader.php/17542/Gumilev_-_Etnogenez_i_biosfera_Zemli.html](https://www.e-reading.club/bookreader.php/17542/Gumilev_-_Etnogenez_i_biosfera_Zemli.html).

14. Дейнека Т. А. Суперечности глобализованого суспільства в аспекті проблем світового економічного порядку / Т. А. Дейнека // Економічна теорія та право. – 2017. – №1 (28). – С. 32-41.

REFERENCES

1. Armstrong, Dzh. (2015), *Pravila zhizni ot Fridriha Nicshe*, ООО “Jeksмо”, М., 144 s.

2. Felps, Je. (2015), *Massovoe procvetanie: Kak nizovye innovacii stali istochnikom rabochih mest, novyh vozmozhnostej i izmenenij*, Izdatel'stvo Instituta Gajdara, Fond “Liberal'naja Missija”, М., 472 s.

3. Mejsон, P. (2016), *Postkapitalizm. Putevoditel' po nashemu budushhemu*, ООО “Ad Marginem Press”, М., 416 s.

4. *Est' li budushhee u kapitalizma? Sbornik statej I. Vallerstajna, R. Kollinza, M. Manna, G. Derlug'jana, K. Kalhuna* (2015), Izdatel'stvo Instituta Gajdara, М., 320 s.

5. Buzgalin, A. V. and Kolganov, A. I. (2015), *Global'nyj kapital, T. 2, Teorija: Global'naja gegemonija kapitala i ee predely* (“Kapital” re-loaded), LENAND, М., 912 s.

6. Vernadskij, V. I. (1988), *Filosofskie mysli naturalista*, Nauka, М., 522 s., available at: <http://www.runivers.ru/bookreader/book146742/#page/1/mode/1up>.

7. Los', V. A. (2014), *Sociokul'turnyj analiz civilizacionnyh processov: vzaimosvjaz' ciklichnyh i linejnyh podhodov k dinamike mirovogo razvitija, Vek globalizacii*, № 2, s. 78-90.

8. Spenser, G. (1997), *Sinteticheskaja filosofija*, Nika-Centr, К., 512 s., available at: <https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxpc3Rvcmlhc29jaW9sb2d5fGd4OjJjMDE5NGMxNTg0YWQ0NDQ>.

9. Kondrat'ev, N. D. (2002), *Bol'shie cikly kon'junktury i teorija predvidenija*; *Izbrannye trudy*, Jekonomika, М., 767 s.

10. *Problemy konfliktnosti v sovremennom mire, Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija* (2016), Т. 60, № 6, s. 90-101.

11. Sorokin, P. A. (1992), *Social'naja mobil'nost', ee formy i fluktuacii : Chelovek. Civilizacija. Obshestvo*, Politizdat, М., available at: <http://socportal.ucoz.ru/KYRSI/SorokinP.SocialMobility.doc>.

12. Tojnbi, A. Dzh. (2006), *Issledovanie istorii*, Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo universiteta, Izdatel'stvo Olega Abyshko, SPb., available at: <http://www.lib.ru/HISTORY/TOYNBEE/history.txt#Toynbee104.htm>.

13. Gumilev, L. (2005), *Jetnogenez i biosfera Zemli*, Astrel', available at: https://www.e-reading.club/bookreader.php/17542/Gumilev_-_Etnogenez_i_biosfera_Zemli.html.

14. Dejneka, T. A. (2017), *Superechnosti hlobalizovanoho suspil'stva v aspekti problem svitovoho ekonomichnogo poriadku, Ekonomichna teorija ta pravo*, №1 (28), s. 32-41.

Дубина М. В.,

к.е.н., доц., докторант кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ПІЗНАННЯ СУТНОСТІ МЕТОДОЛОГІЇ ЯК НАУКИ

Анотація. У статті проведено дослідження концептуальних підходів до пізнання сутності методології як науки. Аналіз існуючих трактувань зазначеного поняття дозволив виділити дві концепції розгляду методології: мікропідхід, за якого вчені методологію розглядають як сукупність методів; макropідхід – використовується вченими для розуміння методології як децjo більшого, ніж сукупність методів пізнання, до неї також відносять принципи пізнання, спеціальні підходи і т. ін. У результаті розгляду наукових концепцій трактування сутності методології запропоновано авторське трактування методології як науки. Також у статті ідентифіковано базові функції методології, до яких віднесено такі: пізнавальна, евристична, системотворча, оптимізаційна, ідентифікаційна, креативна та формотворча. Проведено детальний опис їх змісту.

Ключові слова: методологія; наука; метод; принцип; функція; пізнання.

Dubyna M.V.,

Ph.D., Associate Professor, Doctoral Student of the Department of Finance, Banking and Insurance, Chernihiv National University of Technology, Chernihiv

CONCEPTUAL APPROACHES TO KNOWLEDGE OF THE ESSENCE OF METHODOLOGY AS SCIENCE

Abstract. The article deals with the study of conceptual approaches to knowledge of the essence of methodology as science. The analysis of existing interpretations of this notion has allowed defining two points of view concerning methodology: a micro-approach, in which scientists regard the methodology as a set of methods; a macro-approach is used by scientists to understand the methodology as a bit more than a set of methods of knowledge. It also includes the principles of knowledge, special approaches, etc. As a result of consideration of the scientific concepts of the interpretation of the essence of methodology, the author's interpretation of the methodology as science has been proposed. Also in the article the basic functions of the methodology have been identified, which include the following: cognitive, heuristic, system-making, optimizing, identifying, creative and form-making. A detailed description of their essence has been carried out.

Key words: methodology, science, method, principle, function, knowledge.

Постановка проблеми. Питання пізнання сутності методології нині є одним із найскладніших завдань сучасної науки. Більшість учених не приділяють вказаному завданню належної уваги, а концентрують увагу на власному об'єкті дослідження та використанні специфічних методів його пізнання. Саме такий підхід призвів до існування багатьох концептуальних підходів до пізнання методології як окремої науки, за яких кожний науковець вкладає в ідентифікацію природи такої науки власне, не завжди точно сформульоване значення. Зазначене обумовлює об'єктивну необхідність у процесі пізнання методологічних засад зародження, функціонування та розвитку окремого явища уточнення власного бачення вченого, що проводить таке дослідження.

Методологія як окремий об'єкт пізнання є складним явищем, оскільки вимагає у процесі

пізнання її сутності використання певних наукових методів, які об'єктивно вже є частиною цієї науки. Отже, отримуємо таку ситуацію, коли сам процес дослідження будується на основі сформованої методології дослідження методології, що ускладнює процес пізнання її сутності та вимагає від вченого застосування специфічних когнітивних здібностей. Саме вищезазначене вимагає проведення досліджень у сфері пізнання методології як науки, тобто системи знань про явища та закономірності нашої реальності, яка розвивається та ускладнюється у сучасному світі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання пізнання сутності методології на сьогодні знайшли своє відображення у багатьох наукових працях вітчизняних та зарубіжних науковців. До їх числа можна віднести таких: Л. І. Антошкіна,

В. М. Гесць, В. І. Ганін, І. Т. Корогодін, С. В. Мочерний, В. І. Оспішев, О. І. Ревак, С. В. Степаненко, О.О. Стрижак, О. М. Трифонова, А. А. Чухно та ін.

Постановка завдання. Отже, основною метою статті є узагальнити концептуальні підходи до розгляду сутності методології як окремої науки та з урахуванням отриманих результатів визначити авторське її трактування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес пізнання у результаті його розгляду як самого об'єкта дослідження є важливою складовою вивчення явищ та процесів нашої дійсності. Науку, що вивчає наукові концепції аналізу об'єктів різної природи, прийнято називати методологією, яка є фактично наукою про науку. Досить слушно зауважує А. А. Чухно, що у сучасних умовах особливого значення набуває методологія науки, оскільки зростання методологічного, системного аналізу самих знань потребує від людини глибокого пізнання процесів, які відбуваються, вміння раціонального оперування різноманітними знаннями та гігантськими базами даних, аналізувати проблеми і гіпотези, встановлюючи тенденції і закономірності суспільно-економічних процесів, знаходити шляхи вирішення складних проблем. Гігантські бази даних, тісно пов'язані глобальними комп'ютерними мережами, з одного боку, дають людині нечувані можливості для досліджень та узагальнень, а з іншого – незмірно підвищують вимоги до людини, насамперед науковця, до її знань, до її вміння використовувати накопичене багатство знань та інформації [13, с. 150].

На рис. 1 наведено науково-концептуальні засади трактування сутності методології як окремого об'єкта пізнання. Можна стверджувати, що методологія – це сукупність уявлень про правила використання способів пізнання та їх сутність для вивчення різних об'єктів. Ця наука є універсальною та пронизує всі сфери науки як сфери людської діяльності. Наука є складовою частиною суспільного простору і зароджується та розвивається виключно у межах соціуму.

Питання пізнання методології є складними, оскільки у межах різних наук вона набуває свого сутнісного забарвлення, що обумовлюється характерними рисами таких наук та специфічними ознаками об'єктів їх пізнання. Проте, незважаючи на досить радикальні відмінності між теоретичними та методологічними засадами функціонування різних наук, у межах зазначеного простору можна виокремити те загальне, що є притаманним всім науковим концепціям і становить ядро науки “методологія”.

Враховуючи дані, що представлені на рис. 1, можна зробити висновок, що серед науковців існують різні підходи до визначення природи методології. У процесі проведення наукового дослідження, застосовуючи методологічні засади до пізнання різних об'єктів, всі вчені використовують такі аспекти цілком правильно, хоча при описі змісту методології з теоретичного боку можемо констатувати певні розбіжності.

Проаналізуємо наведені концепції до трактування сутності методології як науки. Інформація, що

представлена на рис. 1, дає можливість констатувати наявність двох підходів до розуміння сутності методології, наявність яких загалом вимагає від дослідника конкретизації його самостійної думки для дотримання її у подальших дослідженнях конкретних явищ. Отже, нами виокремлено такі підходи, що застосовуються при пізнанні сутності методології:

1. *Мікронідхід* – за цього підходу вчені методологію розглядають як сукупність методів, які використовуються для аналізу об'єктів з метою отримання інформації про особливості їх буття у межах нашої реальності. Таку позицію підтримує, наприклад, Л. І. Антошкіна, яка зауважує, що методологія – це філософське вчення про методи пізнання. У широкому розумінні методологія розглядається як спосіб усвідомлення побудови науки і методів її роботи, а у вузькому – як сукупність принципів, методів, прийомів і процедур дослідження, що застосовуються в тій чи іншій спеціальній галузі знань (конкретна наукова методологія) [1, с. 91]. Зауважимо, що автор досить нечітко визначає сутність методології, оскільки в цілому розуміє її як сукупність методів, а вже при конкретизації галузевої методології до них ще додає принципи, прийоми та процедури дослідження, які за своєю природою значно відрізняються від методів. Подібний підхід до розуміння природи методології також пропонує застосовувати і Н. Г. Виговська. Вона зазначає, що, з одного боку, методологія розглядається як вчення про методи пізнання в цілому. З іншого – методологія виступає як сукупність методів у будь-якій конкретній галузі наукового пізнання – тоді кажуть, наприклад, про методологію педагогіки, методологію психології тощо [3, с. 19].

2. *Макронідхід* – цей підхід використовується вченими для розуміння методології як дещо більшого, ніж сукупність методів пізнання. У цьому випадку методологія у компонентному плані доповнюється іншими складовими, до яких також відносять принципи пізнання, спеціальні підходи і т. ін. Також у межах цього підходу прийнято виокремлювати принципи не лише процесу пізнання конкретного об'єкта, але і базові правила застосування окремих методів дослідження, що є дуже важливим з позиції їх правильного використання. Зокрема, В. І. Оспішев зауважує, що методологія наукового дослідження аналізує головним чином методи і засоби пізнання, що використовуються вченими як на емпіричній, так і на теоретичній стадії наукового дослідження [8, с. 84-85]. Подібну концепцію пропонує також і О. Ревак: методологія наукового пізнання є своєрідним ученням про систему апробованих принципів, норм і методів науково-пізнавальної діяльності, про форми, структуру та функції наукового пізнання і передбачає розробку методів, прийомів і способів дослідження у конкретній галузі знань [9, с. 90].

На наше переконання, для вичерпного розуміння сутності методології варто використовувати другий підхід до її тлумачення, який пропонує більш розгалужену компонентну структуру методології як окремої науки. Доцільність саме цього підходу також обґрунтована необхідністю пізнавати не лише методи пізнання економічних об'єктів, але і потребою розуміння тієї сукупності принципів, яких варто дотримуватися під час вивчення цього процесу.

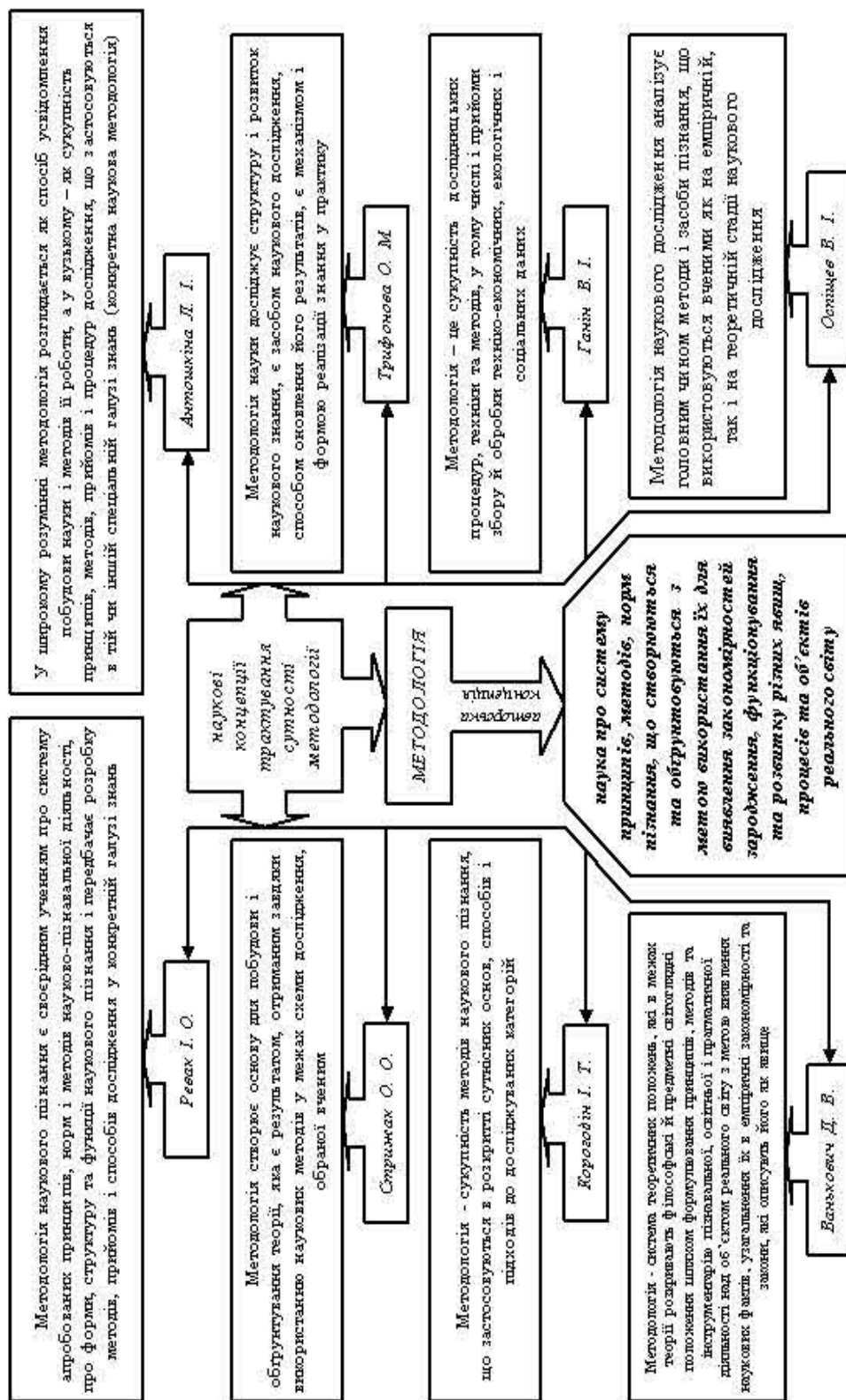


Рис. 1. Сутнісна ідентифікація природи "методології" як науки
 Джерело: складено автором на основі [1, с. 91-92; 2, с. 13-14; 4, с. 52; 5-6; 7, с. 32; 8, с. 84-85; 9, с. 90; 11, с. 144-145; 12, с. 500-501; 14]

Отже, враховуючи концептуальні підходи до трактування сутності методології та наукові підходи, що представлені на рис. 1, пропонуємо методологію розглядати таким чином: *методологія – наука про систему принципів, методів, норм пізнання, що створюються та обґрунтовуються з метою використання їх для виявлення закономірностей зародження, функціонування та розвитку різних явищ, процесів та об'єктів реального світу.*

Загалом, враховуючи сутність наведеного визначення, можна стверджувати, що методологія – це наука про процес пізнання, який є основоположним явищем у межах науки як окремої сфери людської діяльності. Саме завдяки пізнанню вчені мають можливість проводити дослідження та продукувати нові наукові знання. У цьому контексті цілком підтримуємо позицію І. О. Ревак, яка зазначає, що основою будь-якого наукового дослідження є процес пізнання, який вимагає концептуального підходу відповідно до запропонованої методології. Одержання необхідного результату безпосередньо залежить від вихідної теоретичної позиції, принципового підходу до постановки проблеми та визначення траєкторії наукового пошуку. Питання організації процесу пізнання, вибір конкретних методів наукового пізнання знаходяться у площині теоретичного і практичного сприйняття реальності – методології наукового дослідження [9, с. 90].

Проте складність розуміння методології пов'язана не лише з існуванням розбіжностей між позиціями вітчизняних учених, а також з існуванням іншого концепту розуміння цього явища іноземними дослідниками. У переважній більшості зарубіжних наукових праць методологія розглядається як сукупність методів, які використовує вчений у процесі дослідження самостійно сформованого об'єкта пізнання. Цю думку також підтверджує позиція В. І. Ганіна, який зауважує, що питання методології досить складне. Багато зарубіжних наукових шкіл не розмежовують методологію і методи дослідження. У вітчизняній науковій традиції методологію розглядають як учення про систему наукових принципів, на основі яких базується дослідження і здійснюється вибір сукупності пізнавальних засобів, методів, прийомів [4, с. 54]. Таким чином, можна зауважити, що на сьогодні у науковому просторі відсутній чітко сформований підхід до розуміння методології, однак єдність полягає у твердженні, що методологія є наукою, яка вивчає процес пізнання.

Розуміння природи методології може бути поглиблено через дослідження основних її функцій, які зазначена наука виконує у процесі вивчення явищ нашої реальності. Зокрема, С. В. Степаненко пропонує виділяти пізнавальну, світоглядну (ідеологічну), методологічну та практичну функції [10, с. 13]. Проте виділяти, наприклад, у межах методології методологічну функцію, на наш погляд, не є доцільним, оскільки така функція повністю поглинає решту функцій і не може бути ідентифікована у межах їх системи. На наше переконання, варто визначати такі функції методології як науки.

1. *Пізнавальна функція* – базова функція методології, яка полягає у розробленні нових способів та прийомів пізнання природи досліджуваних явищ, введення додаткових принципів їх аналізу. Окреслена функція дозволяє створювати нові наукові знання у просторі реалізації теоретичних та емпіричних досліджень. Винайдення нових способів, прийомів та методів вивчення окремих об'єктів у межах конкретних наук дозволяє їх застосувати у подальшому й у межах інших наукових концепцій і тим самим конкретні методи дослідження перетворювати у частково загальні підходи пізнання. Отже, можна констатувати існування процесу дифузії наукового знання.

2. *Евристична функція* – сутність функції полягає у можливості методології розширювати науковий простір новими результатами, створювати передумови для наукових відкриттів. Ця функція, на відміну від попередньої, є її невід'ємною складовою, оскільки перша дозволяє пізнавати об'єкт, а евристична функція – конкретизувати цей результат у формі наукового знання та розширювати вже сформовану систему науки з її окремими підсистемами та специфічними категоріями і поняттями. Пізнавальна функція відбувається завжди, коли вчений вирішив пізнати певний об'єкт, оскільки він завжди усвідомлено або ні використовує ідентифіковані вже методи пізнання. Однак у підсумку він може не отримати жодного важливого наукового результату і, відповідно, евристична функція не буде реалізована, оскільки науковий простір не буде розширений та збагачений новими ідеями, концепціями та висновками.

3. *Системотворча функція* – сутність функції полягає в тому, що методологія як наука вже сама по собі є системним викладенням основних положень її як сукупності знань. Будь-яка наука завжди є системою знань. Тобто методологія виконує функцію систематизації знань, їх структуризації як на загальнонауковому рівні, так і у межах використання галузевих методологічних засад до вивчення окремих, конкретних явищ та процесів. Системність пронизує методологію у трьох вимірах:

1) *на етапі планування* дослідження – коли дослідник планує вивчати певний, обраний ним об'єкт, він усвідомлено, частково на підсвідомому рівні, планує використовувати конкретні методи його пізнання;

2) *на етапі реалізації* дослідження – коли вчений методично, тобто послідовно, реалізує план пізнання певного конкретного дослідження, використовуючи набір обраних ним методів та способів пізнання, які були визначені ним також у певному взаємозв'язку між собою; таку кореляцію також забезпечує методологія, оскільки всі методи в її системі знань знаходяться у певній системі і пов'язані між собою;

3) *на етапі формування результатів* дослідження – коли науковець вже завершив процес пізнання і визначає основні висновки його проведення, що відбувається також поступово; всі висновки поєднані між собою у певну систему, в якій, як правило,

кожний пункт висновків відповідає окремому етапу реалізації дослідження.

Таким чином, системотворча функція методології є важливою з позиції як формування способів пізнання явищ, які завжди складають ієрархію методів для їх всезагального вивчення, так і створення самої методології як науки, для якої також характерні всі елементи систематизованого знання.

4. *Оптимізаційна функція* – сутність функції полягає у тому, що методологія дозволяє вченому обирати ті методи та способи пізнання явищ з усього арсеналу вже створених відповідних прийомів, які дозволяють отримати бажані результати оптимальним шляхом. У такому випадку науковець, ґрунтуючись на дослідженнях подібних до його об'єкта, може використати ті ж методи або трансформувати їх відповідно до потреби. Методологія як наука, що характеризує способи пізнання та поєднує їх у певну систему, дозволяє вченому одразу обирати з сукупності таких способів ті, що є найбільш зручними для нього, не звертаючись до процесу опису природи обраних прийомів та не характеризуючи їх зміст та алгоритм використання.

5. *Ідентифікаційна функція* – сутність функції методології полягає у можливості забезпечення ідентифікації всіх необхідних характерних рис, особливостей та якостей того об'єкта, що пізнається, через використання значного спектра різних методів та дотримання певних принципів їх застосування. Ця функція забезпечує можливість отримання всебічної інформації про досліджуваний об'єкт та процес, специфіку його пізнання та набір різних методів, які варто застосувати для його дослідження.

6. *Креативна функція* – ця функція у більшості наукових робіт, що присвячені питанням пізнання методології як науки, вченими фактично не вивчається, однак методологія як система знань базується на теоретичних засадах її опису. Поглиблюючи теоретичну основу методології, вчений повинен насамперед застосувати власну креативність, неординарність та творчість для винайдення нових способів пізнання явищ, процесів та об'єктів різної природи. Саме креативна функція дозволяє постійно розвивати методологію як науку і робить її динамічною системою знань, яка постійно перебуває у розвитку. З іншого боку, зазначена функція також проявляється у процесі обґрунтування сутності окремих методів пізнання при їх використанні в інших науках, покращенні їхньої когнітивної спроможності до застосування з метою продукування нових наукових результатів. Повністю поділяємо думку В. І. Оспіщева, що творчий характер мислення під час розроблення теоретичних аспектів наукового дослідження полягає у створенні уявлень, тобто нових комбінацій із відомих елементів, і базується на таких прийомах: збиранні та узагальненні інформації; постійному зіставленні, порівнянні, критичному осмисленні; виразному формулюванні власних думок, їх письмовому викладі; вдосконаленні та оптимізації власних положень [8, с. 90].

7. *Формотворча функція* – сутність функції полягає у можливості методології як окремої науки

винаходити нові форми представлення знання, отриманих у процесі наукових досліджень результатів. Така функція виконує роль доповнюючої, оскільки пронизує всі інші функції у процесі їх виконання та вимагає створення нових концепцій систематизації, групування знань, їх категоризації, уніфікації та конкретизації для логічного позначання певного об'єкта, явища чи процесу, що відбувається у межах реальності.

Таким чином, пізнання функцій методології дає можливість розкрити її природу та розширити зміст новими якостями та характерними рисами. Однак переважно методологія завжди розглядається як наука науки, тобто наука про процес пізнання. Проте сам цей процес за своєю природою також є досить складним об'єктом пізнання, оскільки включає багато етапів, що безпосередньо пов'язані з творчими якостями самого дослідника, які складно піддаються певній формалізації. Процес дослідження є, з одного боку, уніфікованим та регламентованим певними межами та ознаками, однак, з іншого боку, повністю пов'язаний із креативністю та творчими здібностями науковця.

Саме формалізована частина зазначеного процесу здебільшого досліджується вченими досить детально. Така компонента розглядається у вигляді визначення та деталізації окремих частин процесу пізнання, а саме: методів та принципів його реалізації. На сьогодні у більшості наукових робіт, що присвячені обґрунтуванню теоретичних положень методології як науки, науковці основну увагу приділяють опису цих двох складових. Інколи у межах методології, крім методів, визначають додатково інші інструменти та способи пізнання. Так, наприклад, В. І. Ганін визначає, як зазначалося вище, що методологія науки – це система методологічних і методичних принципів і прийомів, операцій і форм побудови наукового знання [4, с. 54]. Проте, на нашу думку, методологію варто розуміти як сукупність методів та принципів їх застосування для вивчення окремих об'єктів та явищ дійсності.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, у статті проведено дослідження концептуальних підходів до пізнання сутності методології як науки. Аналіз існуючих трактувань зазначеного поняття дозволив провести їх групування та виділити дві концепції розгляду методології: мікропідхід, за якого вчені методологію розглядають як сукупність методів, які використовуються для аналізу об'єктів з метою отримання інформації про особливості їх буття у межах нашої реальності; макропідхід – використовується вченими для розуміння методології як дещо більшого, ніж сукупність методів пізнання. У цьому випадку методологія у компонентному плані доповнюється іншими складовими, до яких також відносять принципи пізнання, спеціальні підходи і т. ін. Розглянуто зміст зазначених концепцій.

У результаті детального розгляду наукових концепцій трактування сутності методології, варіанти яких нині існують у науковій літературі,

запропоновано методології розглядати як науку про систему принципів, методів, норм пізнання, що створюються та обґрунтовуються з метою використання їх для виявлення закономірностей зародження, функціонування та розвитку різних явищ, процесів та об'єктів реального світу.

Також у статті ідентифіковано базові функції методології, до яких віднесено такі: пізнавальна, евристична, системотворча, оптимізаційна, ідентифікаційна, креативна та формотворча. Проведено детальний опис їх змісту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антошкіна Л. І. Методологія економічних досліджень : підручник / Л. І. Антошкіна, Д. М. Стеченко. – К. : Знання, 2015. – 311 с.
2. Ванькович Д. В. Теоретико-методологічні засади та механізми реалізації фінансової політики в Україні : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.00.08 “Гроші, фінанси і кредит” / Д. В. Ванькович. – Львів, 2015. – 43 с.
3. Виговська Н. Г. Державний фінансовий контроль земельних відносин в Україні / Н. Г. Виговська, О. Л. Стебляно. – Житомир : ПП “Рута”, 2015. – 252 с.
4. Ганін В. І. Методологія соціально-економічних досліджень : навч. посіб. / В. І. Ганін, Н. В. Ганіна, К. Д. Гурова. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 224 с.
5. Дубина М. В. Сутність транскордонної безпеки та передумови налагодження взаємодії прилеглих регіонів сусідніх країн / М. В. Дубина // Методологічне забезпечення транскордонної безпеки України в рамках політики Східного партнерства ЄС : монографія / [за заг. ред. О. І. Гонти]. – Чернігів, 2015. – С. 6-25, 134-152.
6. Корогодін І. Т. Методологія, методи і принципи аналізу економічних законів і категорій / І. Т. Корогодін // Вестник ВГУ: Экономика и управление. – 2005. – № 2. – С. 32-41.
7. Механізм формування системи парабанківських посередників на фінансовому ринку в контексті забезпечення економічної безпеки України : монографія / С. М. Шкарлет, О. І. Гонта, В. Г. Маргасова, М. В. Дубина. – Чернігів : ЧНТУ, 2014. – 272 с.
8. Оспіщев В. І. Технологія наукових досліджень в економіці : навч. посіб. / В. І. Оспіщев, В. В. Кривошей. – К. : Знання, 2013. – 255 с.
9. Ревак І. О. Інтелектуальний потенціал у системі економічної безпеки України: проблеми теорії та практики : монографія / І. О. Ревак. – Львів : ЛДУВС, 2015. – 415 с.
10. Степаненко С. В. Інституціональний аналіз економічних систем (проблеми методології) : монографія / С. В. Степаненко. – К. : КНЕУ, 2008. – 312 с.
11. Стрижак Е. О. Методологічний плюралізм в сучасній економічній теорії / Е. О. Стрижак // Вісник НТУ “ХПІ”. – 2013. – № 53 (1026). – С. 143-149.
12. Трифонова О. М. Про методологічні основи наукових досліджень / О. М. Трифонова, М. І. Садовий // Теоретико-методичні проблеми виховання

дітей та учнівської молоді. – 2010. – Вип. 14. – Книга 1. – С. 497-508.

13. Чухно А. А. Сучасні економічні теорії : підручник / А. А. Чухно, П. І. Юхименко, П. М. Леоненко. – К. : Знання, 2007. – 878 с.

14. Шкарлет С. М. Особливості застосування системного підходу до пізнання економічних явищ / С. М. Шкарлет, О. І. Гонта, М. В. Дубина // Науковий вісник Полісся. – 2016. – № 4 (8), т. 1. – С. 9-17.

REFERENCES

1. Antoshkina, L. I. and Stechenko, D. M. (2015), *Metodolohiia ekonomichnykh doslidzhen*, Kyiv, Znannia.
2. Vankovych, D. V. (2015), *Teoretyko-metodolohichni zasady ta mekhanizmy realizatsii finansovoi polityky v Ukraini* : avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk : spets. 08.00.08 “Hroshi, finansy i kredyt”, Lviv.
3. Vyhovska, N. H. and Stebliancko, O. L. (2015), *Derzhavnyi finansovyi kontrol zemelnykh vidnosyn v Ukraini*, Zhytomyr, PP “Ruta”.
4. Hanin, V. I., Hanina, N. V. and Hurova, K. D. (2008), *Metodolohiia sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, Kyiv, Tsentr uchbovoi literatury.
5. Dubyna, M. V. (2015), *Sutnist transkordonnoi bezpeky ta peredumovy nalahodzhennia vzaiemodii prylehlykh rehioniv susidnykh krain*, *Metodolohichne zabezpechennia transkordonnoi bezpeky Ukrainy v ramkakh polityky Skhidnoho partnerstva YeS* (Honta O.I. (red.)), Chernihiv, pp. 6-25, 134-152.
6. Korogodin, I. T. (2005), *Metodolohiia metody i printsypy analiza ekonomicheskikh zakonov i kategorii*, *Vestnik VGU “Ekonomika i upravlenie”*, no. 2, pp. 32-41.
7. Shkarlet, S. M., Honta, O. I., Marhasova, V. H. and Dubyna, M. V. (2014), *Mekhanizm formuvannia systemy parabankivskykh poserednykiv na finansovomu rynku v konteksti zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy*, Chernihiv, ChNTU.
8. Ospishchev, V. I. and Kryvoshei, V. V. (2013), *Tekhnolohiia naukovykh doslidzhen v ekonomitsi*, Kyiv, Znannia.
9. Revak, I. O. (2015), *Intelektualnyi potentsial u systemi ekonomichnoi bezpeky Ukrainy: problemy teorii ta praktyky*, Lviv, LDUVS.
10. Stepanenko, S. V. (2008), *Instytutsionalnyi analiz ekonomichnykh system (problemy metodolohii)*, Kyiv, KNEU.
11. Strizhak, E. O. (2013), *Metodologicheskii pluralizm v sovremennoi ekonomicheskoi teorii*, *Visnik NTU “KhPI”*, no. 53 (1026), pp. 143-149.
12. Tryfonova, O. M. and Sadovyi, M. I. (2010), *Pro metodolohichni osnovy naukovykh doslidzhen, Teoretyko-metodychni problemy vykhovannia ditei ta uchnivskoi molodi*, vyp. 14. – Knyha 1. – S. 497-508.
13. Chukhno, A. A. Yukhymenko, P. I. and Leonenko, P. M. (2007), *Suchasni ekonomichni teorii*, Kyiv, Znannia.
14. Shkarlet, S. M., Honta, O. I. and Dubyna, M. V. (2016), *Osoblyvosti zastosuvannia systemnoho pidkhotu do piznannia ekonomichnykh yavlyshch*, *Naukovyi visnyk Polissia*, no. 4 (8), part 1, pp. 9-17.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 53

Літературний редактор – Муравицька Н. О.
Коректор – Мох О. П.

Комп'ютерний макет видавництва
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Електронна версія : <http://www.lute.lviv.ua/education/nauk-vydan/visnyk-ekon/>

Підписано до друку 14.11.2017 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
23 др. арк. 21,49 ум. др. арк. 16,07 облік. видавн. арк.
Тираж 300 прим. Зам. 115.

Віддруковано в друк. видавництва Львівського торговельно-економічного університету
79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10. Тел. 244-40-19. e-mail drook@ukr.net
Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України
серія ДК № 5149 від 15.07.2016 р.