

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ВИПУСК 54

ЛЬВІВ
ВИДАВНИЦТВО ЛЬВІВСЬКОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
2018

Вісник Львівського торговельно-економічного університету / [ред. кол.: Куцик П. О., Барна М. Ю., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип. 54. – 140 с. – (Економічні науки).

Збірник наукових праць

Випуск 54

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 № 12 від 25 червня 2018 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.;

Єлейко 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 Афанасіївна, 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.

Видання індексується у наукометричних базах: **Ulrich's Periodicals, Google Scholar**

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

Куцик П. О., Вірт М. Я.

ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ
ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ЗА 2009-2016 РОКИ 5

Басюк Д. І., Барна М. Ю.

НАУКОВІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ
ТУРИСТИЧНО-ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ 15

Захарченко В. І.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЯЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ ДЕРЕГУЛЯЦІЇ
НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ 23

Кузнєцов Е. А., Захарченко Н. В.

НОВАТОРСЬКИЙ ПІДХІД У ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ НАДАННЯ
ІНТЕГРОВАНИХ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ 29

Тарасюк А. В., Кузнєцов Д. С.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ
ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ 35

Шушкова Ю. В.

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ
ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ
УКРАЇНИ 40

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Башнянин Г. І., Буряк П. Ю., Городиський Т. І.

ЕФЕКТИВНІСТЬ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ГІПОКАПІТАЛІЗОВАНИХ
ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ 44

Лазарєва О. В.,

УПРАВЛІННЯ ЗЕМЛЕВПОРЯДНИМ ВИРОБНИЦТВОМ: ГЕНЕЗИС РОЗВИТКУ 54

Кореска́ Lucie

BAYESIAN ESTIMATES OF PROBABILITY OF INCIDENCES AND
MORTALITIES OF SELECTED SERIOUS DISEASES 59

Стахорська С. І.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 66

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Міценко Н. Г., Різник Д. В., Васильків Ю. В.

ПЕРЕДУМОВИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ
ОБСЛУГОВУВАННЯ 72

Бойчук І. В.

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ В B2B МАРКЕТИНГУ 81

Лісіца В. В.

УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧИМ ДОСВІДОМ У РИТЕЙЛІ: ТРЕНДИ ТА
ПЕРСПЕКТИВИ 87

Завадинська О. Ю., Русавська В. А.

СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 94

Панченко В. А. МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	99
Середа С. А. РЕІНЖИНІРИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ	105
Скупейко В.В. КОНЦЕПТУАЛЬНО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНО- ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	111
Марчук О. О. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	116
Олексин С. М. ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ В МОДЕЛІ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	120
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ	
Воронко Р. М., Воронко О. С. РОЛЬ ЕКОНОМЕТРИЧНОГО АНАЛІЗУ У ВИРІШЕННІ ЗАВДАНЬ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	126
Грищенко І. В., Білецька Н. В., Циганчук В. А. ВИЯВЛЕННЯ ПОРУШЕНЬ У ПРОЦЕСІ АУДИТУ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	133

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

УДК 339.15.054.22

Куцик П. О.,

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

Вірт М. Я.,

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

ОЦІНКА ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ЗА 2009-2016 РОКИ

Анотація. У статті проаналізовано фінансові результати діяльності торговельних підприємств в Україні за 2009-2016 роки. Досліджено динаміку фінансових результатів до оподаткування та визначено фактори та відзначено особливості, що вплинули на їх зміну. Розглянуто зміну досліджуваного показника та структуру торговельних підприємств з розподілом на великі, середні та малі та за видами економічної діяльності "оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів". Проаналізовано динаміку прибутку та зміну рентабельності операційної діяльності підприємств торгівлі. Доведено, що актуальним на сьогодні завданням є розробка та реалізація обґрунтованого методичного інструментарію комплексної інтегральної оцінки фінансових результатів діяльності підприємств торгівлі з урахуванням етапів руху цих ресурсів та зміни в процесі їхнього формування, розміщення та використання на торговельному підприємстві.

Ключові слова: фінансові результати до оподаткування, чистий прибуток, рентабельність операційної діяльності підприємств торгівлі.

Kutsyk P. O.,

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

Virt M. Ya.,

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

EVALUATION OF FINANCIAL RESULTS OF THE TRADE ENTERPRISES IN UKRAINE FOR 2009-2016 YEARS

Abstract. The article analyzes the financial results of trade enterprises activity in Ukraine for 2009-2016. The dynamics of financial results before taxation is investigated and the factors and features that influenced their change are determined. The change of the researched indicator and the structure of trade enterprises with distribution into large, medium and small and by types of economic activity "wholesale and retail trade; repair of automobiles and motorcycles". The dynamics of profit and change of profitability of operating activity of trade enterprises are analyzed. It is proved that the actual task of the present day is to develop and implement a sound methodical tool for a comprehensive integrated assessment of the financial performance of trading enterprises, taking into account the stages of the movement of these resources and changes in the process of their formation, placement and use in the trading enterprise.

Key words: financial results before taxation, net profit, profitability of operational activity of trade enterprises.

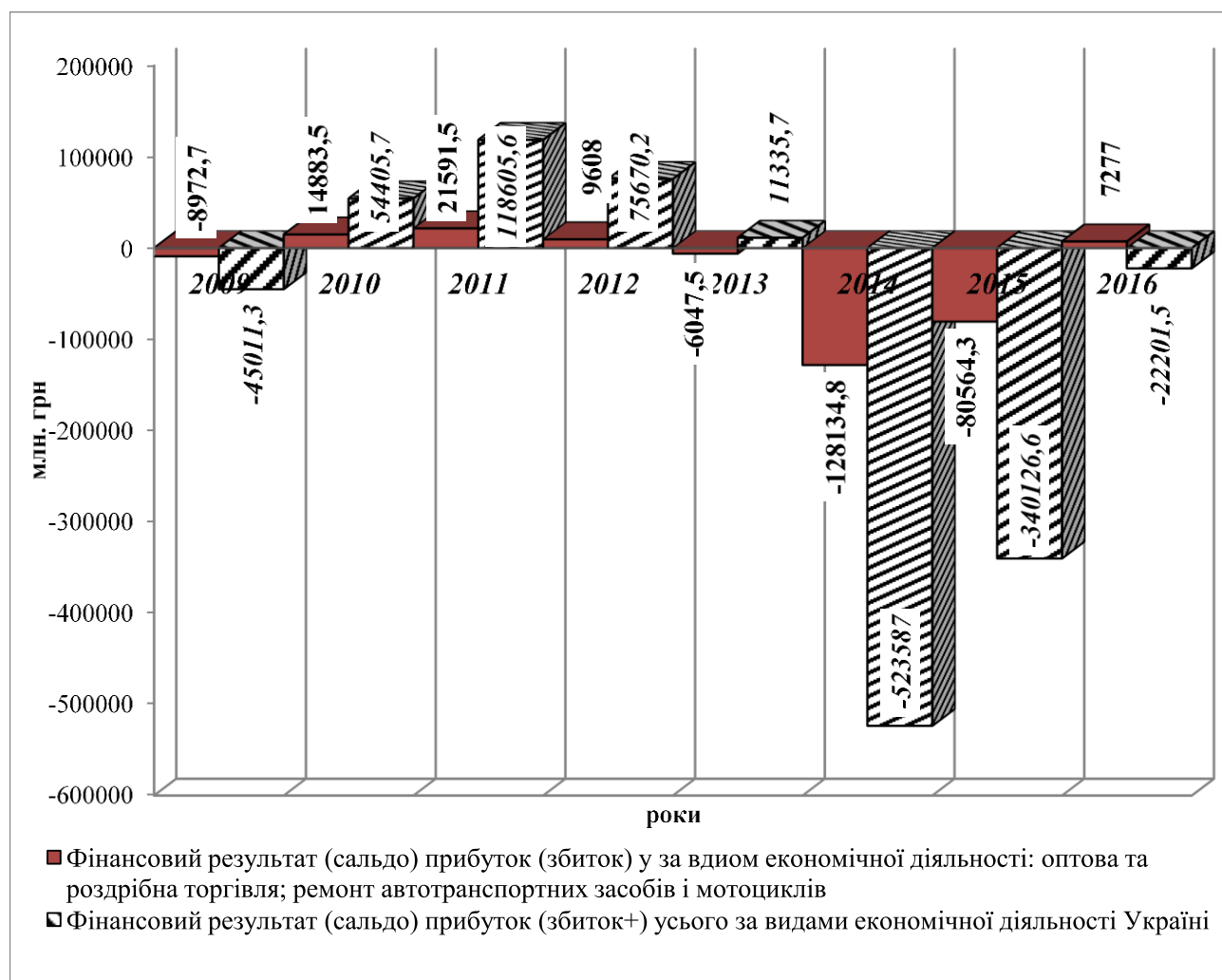
Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від торговельних підприємств активних дій з підвищення ефективності їх діяльності. Питання отримання позитивних результатів діяльності торговельного підприємства в ринкових умовах господарювання займає центральне місце в конкурентній боротьбі за споживача, який обирає більш якісні, надійні, сучасні, технологічні товари чи послуги за адекватною ціною, чим створює можливість стабільного існування торговельного підприємства.

Цільовою настановою функціонування торговельного підприємства та метою комерційної діяльності господарюючого суб'єкта є отримання прибутку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми дослідження діяльності результатів діяльності торговельних підприємств вивчали

вітчизняні та зарубіжні вчені: Т. І. Батракова [1], О. П. Близнюк [2], Н. Г. Міценко, І. П. Міщук [4], М. В. Чорна [5], Л. М. Янчева, Г. Г. Лисак, О. А. Круглова [6] та автори статей [7, 8, 9]. Проте в економічній літературі недостатньо дослідженими залишаються питання оцінки фінансових результатів підприємств торгівлі як цілісної системи, що підпорядкована фінансовій стратегії діяльності та розвитку торговельного підприємства.

Постановка завдання. Відповідно до обраного напрямку дослідження поставлено завдання здійснити комплексну оцінку фінансових результатів діяльності торговельних підприємств України за 2009-2016 роки за допомогою обґрунтованої системи показників на основі даних Державної служби статистики [3] за видом економічної діяльності: оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів та мотоциклів.



* За 2014-2016 роки без урахування результатів діяльності банків, бюджетних установ, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Рис. 1. Зміна фінансових результатів до оподаткування підприємств торгівлі порівняно з підприємствами за видами економічної діяльності за 2009-2016 роки

Виклад основного матеріалу дослідження.

Фінансові результати торговельних підприємств за період 2009-2016 рр. погіршилися, хоча протягом 2010-2012 рр. підприємства торгівлі отримали позитивний фінансовий результат. Водночас за роками відзначено зменшення його величини. З 2013-2015 р. діяльність торговельних підприємств була збитковою (рис. 1). Проте у 2016 році підприємствами торгівлі отримано прибутку у сумі 7,3 млрд, хоча загалом за підприємствами національної економіки у цьому році отримано збитку у сумі 22,2 млрд грн. Якщо у 2009 році під час фінансової кризи збитки підприємств торгівлі становили 8,9 млрд грн, то у 2014 році - 128 млрд грн або зросли у 14 разів.

Динаміка фінансових результатів загалом за підприємствами національної економіки та торговельної галузі мала односпрямований характер, а саме: діагностовано зменшення прибутку в період 2010-2013 рр. і збиток, з 2013 р. і до 2017 року.

Водночас відзначено особливості зміни фінансових результатів за групами підприємств. За прибутковими підприємствами на рівні національної економіки відзначено зростання, а за торговельними підприємствами – зменшення фінансових результатів. Щодо збиткових підприємств, то за загальною тенденцією до зростання збитку на підприємствах торгівлі відзначено більш низькі темпи зростання цього показника порівняно з підприємствами національної економіки.

Аналіз складу торговельних підприємств за характером фінансових результатів свідчить про зростання частки прибуткових підприємств з 63,7% у 2009 р. до 75,8% у 2016 р., що є позитивним у розвитку торговельної галузі (рис. 3). Проте це не компенсувало негативний вплив на фінансові результати торговельних підприємств інших чинників. У підсумку зроблено висновок, що зниження фінансових результатів за підприємствами торговельної галузі зумовлено як зниженням прибутку за групою

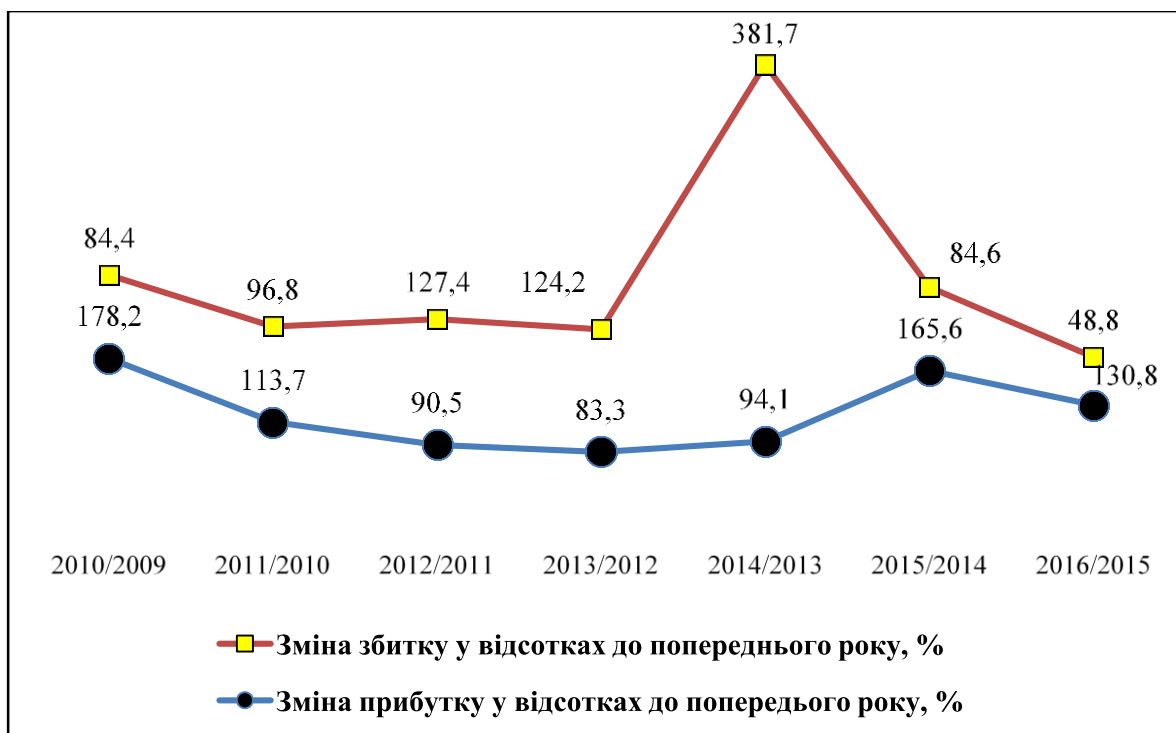


Рис. 2. Динаміка фінансових результатів до оподаткування підприємств торгівлі за 2009-2016 роки у відсотках до попереднього періоду, %

Динаміка фінансових результатів до оподаткування підприємств торгівлі за 2009-2016 роки у відсотках до попереднього періоду відображена на рисунку 2. Як видно з рисунку, найвищі темпи зростання прибутку відбулись у 2010 році (темпер становив 78,2%) та у 2015 році (темпер становив - 65,6%). Щодо збитку підприємств торгівлі, то критичним виявився 2014 рік, коли збиток зріс у 3,8 рази у порівнянні з 2013 роком. Позитивною є динаміка збитку за 2015-2016 роки, коли відбулося зменшення наполовину (51,2%).

прибуткових, так і зростанням збитку за групою збиткових підприємств.

Щодо фінансових результатів до оподаткування підприємств, основним видом економічної діяльності яких є оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів з розподілом на великі, середні, малі підприємства у 2016 році, прибуток у розмірі 8,7 млрд грн забезпечили середні підприємства торгівлі, а загалом по Україні – великі підприємства - 61,22 млрд грн (табл. 1).



Рис. 3. Структура підприємств торгівлі за фінансовими результатами до оподаткування за 2009–2016 рр.

Таблиця 1

Фінансові результати до оподаткування за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі підприємства у 2016 році*

Код за КВЕД-2010	Фінансовий результат до оподаткування	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат
Усього в Україні	69887,8	73,4	443012,1	26,6	373124,3
по великих підприємствах	61222,7	65,8	158665,9	34,2	97443,2
по середніх підприємствах	32816,5	76,1	177033,7	23,9	144217,2
по малих підприємствах	-24151,4	73,3	107312,5	26,7	131463,9
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	7277	75,8	74418,1	24,2	67141,1
по великих підприємствах	2902,1	69	15389,3	31	12487,2
по середніх підприємствах	8696,1	80	33344,7	20	24648,6
по малих підприємствах	-4321,2	75,6	25684,1	24,4	30005,3
у тому числі по мікропідприємствах	-8600,2	74,7	9941,5	25,3	18541,7

* Без урахування результатів діяльності банків, бюджетних установ, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.



Рис. 4. Структура підприємств торгівлі за фінансовими результатами до оподаткування діяльності з розподілом на великі, середні, малі підприємства у 2016 році

З рисунку 4 зрозуміло, що саме частка середніх торговельних підприємств у розмірі 80% і забезпечила отримання загального позитивного фінансового результату діяльності підприємств торгівлі.

Порівняння фінансових результатів діяльності оптової та роздрібною торгівлі дозволяє зробити висновок про більш успішне функціонування підприємств оптової торгівлі. За досліджуваній період абсолютна величина фінансових результатів за підприємствами оптової торгівлі була здебільшого позитивною, збиток відзначений лише в 2013-2015 рр. Водночас для підприємств роздрібною торгівлі період 2010-2015 рр. був збитковим. До того ж, збиток за підприємствами роздрібною торгівлі за роками зростав (табл. 2). Щодо чинників, які вплинули на динаміку фінансових результатів за видами торгівлі, слід відзначити, що збитковість торговельних підприємств, які функціонують у сегменті реалізації автотранспортних засобів і мотоциклів, зумовлена зростанням кількості збиткових господарюючих суб'єктів і збитку за ними. Щодо підприємств оптової та роздрібною торгівлі, то збиток за ними впродовж 2013-2015 рр. зумовлений як збільшенням збитку за групою збиткових підприємств, так і зниженням прибутку за групою прибуткових господарюючих суб'єктів.

Зменшення абсолютного розміру фінансового результату за видами економічної діяльності вплинуло на величину чистого прибутку. За досліджуваній період збиток підприємств торгівлі скоротився на 85,8%, з 34 млрд грн у 2008 році до 4,81 млрд грн у 2016 році (табл. 3). У 2010 році підприємствами торгівлі було отримано прибутку в сумі 7,5 млрд грн, але вже за 2010-2012 роки чистий прибуток загалом за підприємствами торгівлі скоротився у 36 рази, а саме: з 7,5 млрд грн у 2010 р. до 210,6 млн грн у 2012 р.

Причина цих негативних тенденцій та сама, що й за показником фінансових результатів до оподаткування, а саме: зростання абсолютного розміру збитку за групою збиткових та зменшення прибутку за групою прибуткових підприємств торгівлі.

Як видно з рисунку 6, критичним періодом у зміні збитку на підприємствах торгівлі є 2013-2014 роки, коли збиток за досліджуваними підприємствами зріс у 3,7 рази. Також необхідно відмітити зменшення збитку на 50,41% у 2016 році у порівнянні з 2015 роком.

Щодо прибутку підприємств, то він зростав максимально у 2010 році порівняно з 2009 роком на 73,9% та у 2015 році порівняно з 2014 роком на 73,1%.

Таблиця 2

Динаміка фінансових результатів до оподаткування підприємств за видами економічної діяльності “Оптова та роздрібна торгівля; ремонт транспортних засобів та мотоциклів” за 2010-2015 рр.*

Період	Темп змін фінансового результату за підприємствами, %		Темп змін фінансових результатів (у %) за підприємствами, які одержали	
	прибуток	збиток	прибуток	збиток
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотransпортних засобів і мотоциклів				
2010	100	–	100	100
2011/2010	145,1	–	113,7	96,8
2012/2011	44,5	–	90,5	127,4
2013/2012	–	–	83,3	124,2
2014/2013	–	2118,8	94,1	381,7
2015/2014	–	62,9	165,6	84,6
2015/2010	–	–	133,4	495
У т.ч. оптова та роздрібна торгівля автотransпортними засобами та мотоциклами, їх ремонт				
2010	100	–	100	100
2011/2010	282,9	–	153,8	98,7
2012/2011	72,9	–	91,3	113,8
2013/2012	–	–	84	179,3
2014/2013	–	1655,3	116	369,4
2015/2014	–	23	162,3	59,6
2015/2010	–	–	222,1	443,3
оптова торгівля, крім торгівлі автотransпортними засобами та мотоциклами				
2010	100	–	100	100
2011/2010	141,3	–	113,4	92,4
2012/2011	52,8	–	88	128,4
2013/2012	–	–	79,6	126,7
2014/2013	–	4168,7	96,7	404,9
2015/2014	–	70,8	148,4	88,1
2015/2010	–	–	114	536,5
роздрібна торгівля, крім торгівлі автотransпортними засобами та мотоциклами				
2010	–	100	100	100
2011/2010	–	166	97,5	112,5
2012/2011	–	157	113,4	127,5
2013/2012	–	99,6	109,8	105,7
2014/2013	–	677,4	75,4	301,1
2015/2014	–	41,5	274,5	77,9
2015/2010	–	728,9	251,2	355,8

* Без урахування результатів діяльності банків, бюджетних установ, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Динаміка чистого прибутку за підприємствами торгівлі порівняно з підприємствами за видами економічної діяльності за 2008-2016 рр.*

Період	Фінансовий результат (сальдо), млн грн		Підприємства, які одержали			
	прибуток	збиток	прибуток		збиток	
			у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, млн грн	у % до загальної кількості підприємств	фінансовий результат, млн грн
Усього оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів						
2008	–	34093,2	64	20744,4	36	54837,6
2009	–	13903,7	62,3	19533	37,7	33436,7
2010	7547,4	–	60,3	36072,4	39,7	28525
2011	12070,8	–	64,6	40357,5	35,4	28286,7
2012	210,6	–	64	35498,4	36	35287,8
2013	–	13248,5	65,9	29721,2	34,1	42969,7
2014	–	133219,4	65,6	27825,7	34,4	161045,1
2015	–	88161	75,7	48155	24,3	136316
2016	–	4841,8	75,4	62762,9	24,6	67604,7
У відсотках до попереднього року, %						
2008	–	100	–	100	–	100
2009/2008	–	40,8	–	94,2	–	60,9
2010/2009	100	–	–	173,9	–	85,31
2011/2010	159,9	–	–	111,9	–	99,2
2012/2011	1,7	–	–	88	–	124,8
2013/2012	–	–	–	83,7	–	121,8
2014/2013	–	1005,5	–	93,6	–	374,8
2015/2014	–	66,2	–	173,1	–	84,6
2016/2015	–	5,5	–	130,3	–	49,59
2016/2008	–	14,2	–	302,6	–	123,28

* Без урахування результатів діяльності банків, бюджетних установ, тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

У 2013-2016 рр. діяльність торговельних підприємств була збитковою (рис. 5).

Основним доходом, що формував прибуток підприємств торгівлі у 2016 році, був чистий дохід

від реалізації продукції та чисті зароблені страхові премії, які становили 94%, а загалом по підприємствам України за видами економічної діяльності становили 88%, що відображено на рис. 7.

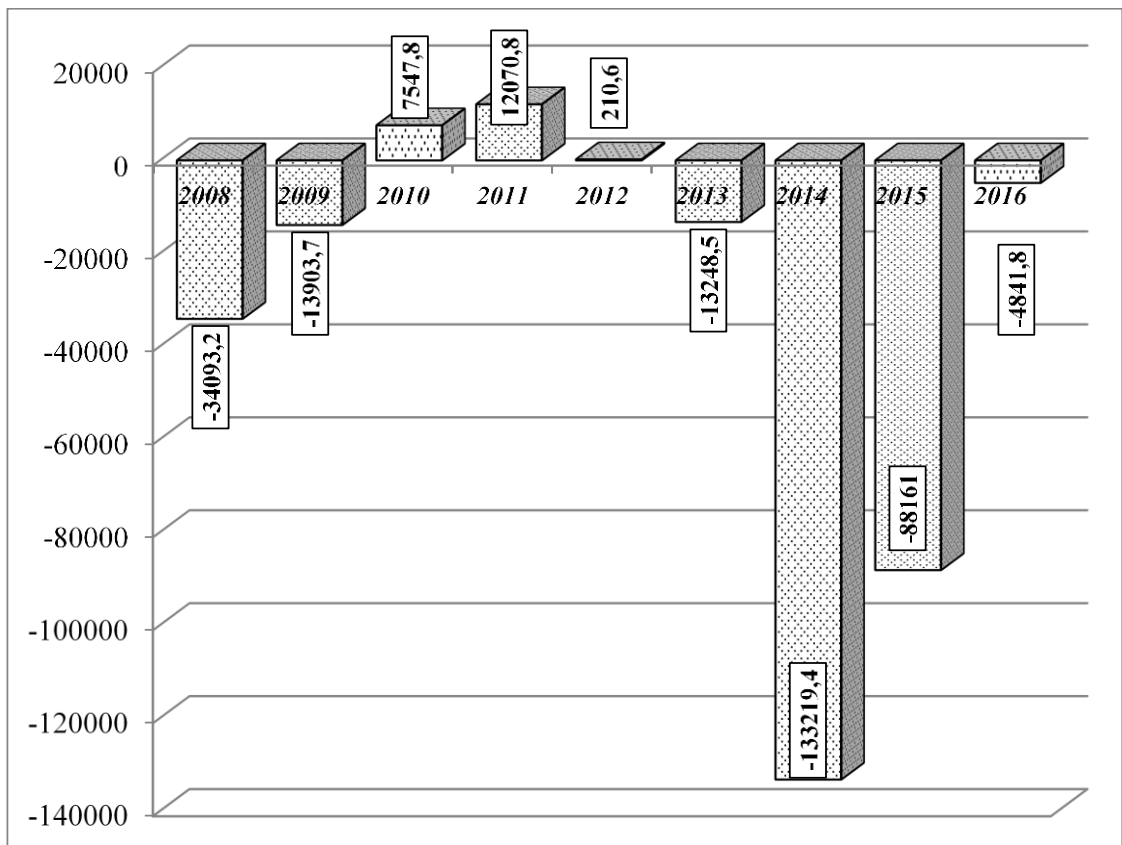


Рис. 5. Зміна прибутку (збитку) підприємств торгівлі за 2008-2016 роки

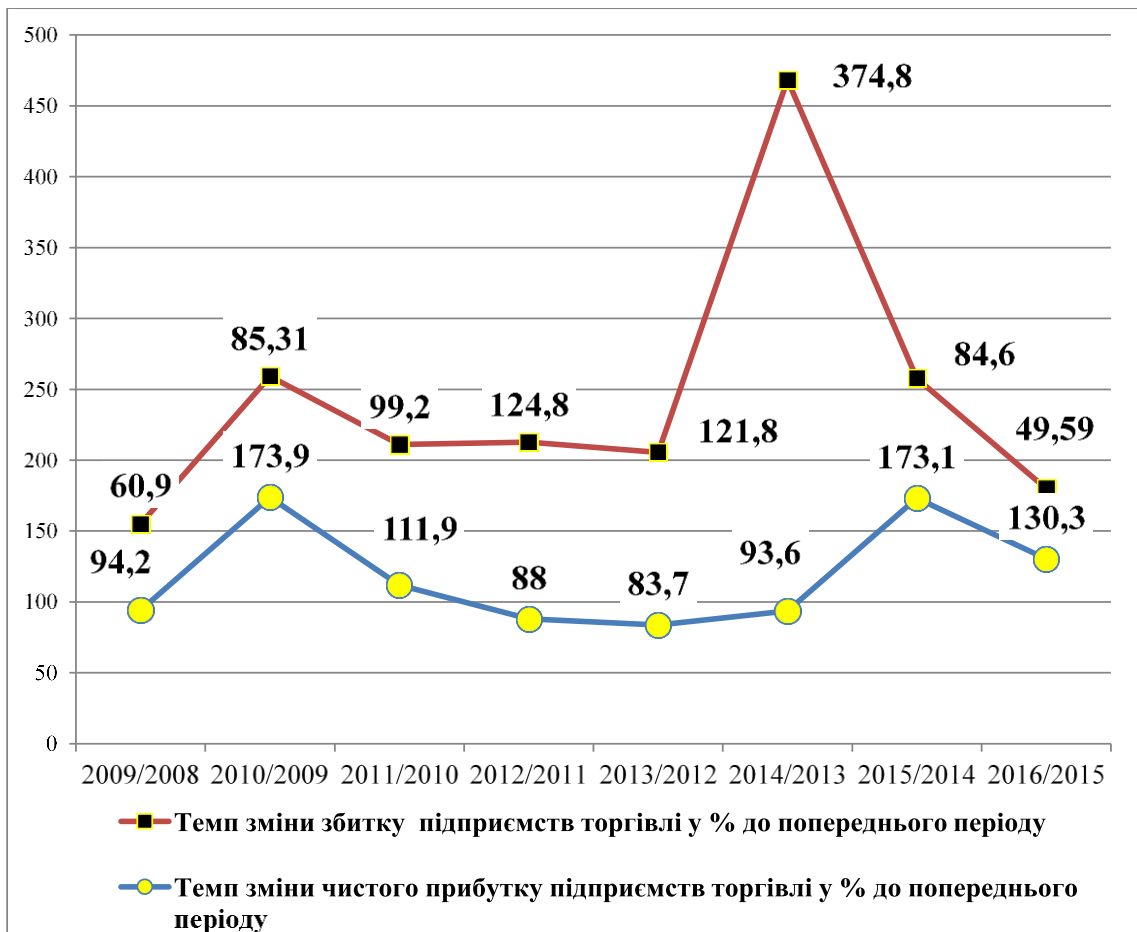
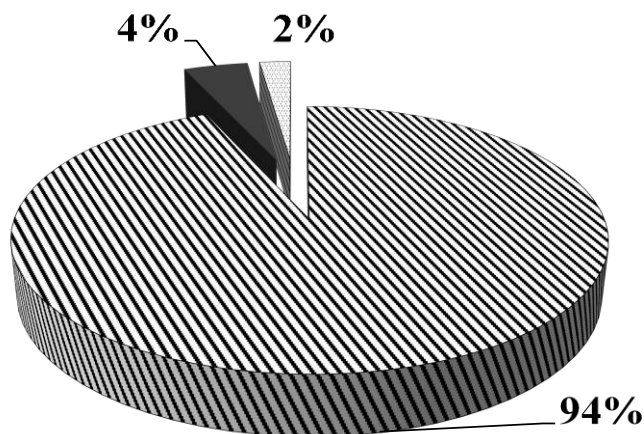


Рис. 6. Динаміка чистого прибутку (збитку) на підприємствах торгівлі у % до попереднього періоду за 2009-2016 роки

Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів

- ▣ Чистий дохід від реалізації продукції та чисті зароблені страхові премії
- Інші операційні доходи
- ▣ Інші доходи



Усього по Україні

- ▣ Чистий дохід від реалізації продукції та чисті зароблені страхові премії
- Інші операційні доходи
- ▣ Інші доходи

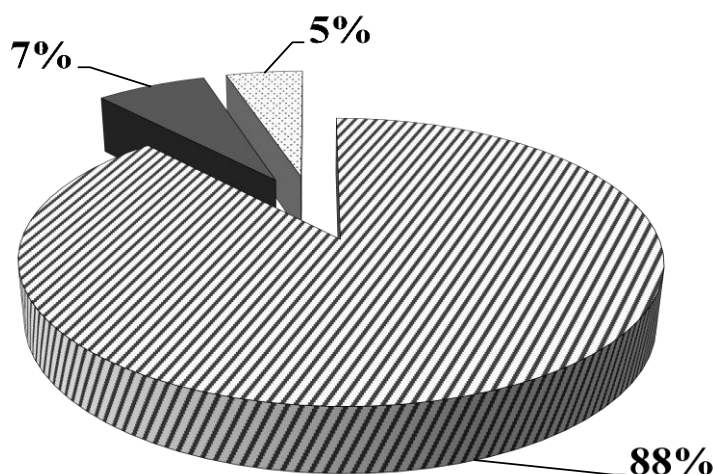


Рис. 7. Формування чистого прибутку (збитку) підприємств торгівлі та загалом підприємств за видами економічної діяльності у 2016 році

Висновки і пропозиції подальших досліджень у даному напрямі. Загалом статистичні дані свідчать про позитивні тенденції щодо фінансових результатів діяльності підприємств торгівлі за досліджуваній період. Проте сучасна теорія і практика управління вимагає створення нових, ефективних науково-методичних підходів до оцінки ефективності управління всіма напрямками

діяльності фінансово-господарської діяльності, зокрема формуванням та використанням їх фінансових ресурсів, на основі системності та комплексності прийняття і реалізації управлінських рішень.

У даному контексті актуальним на сьогодні завданням є розробка та реалізація обґрунтованого

методичного інструментарію комплексної інтегральної оцінки фінансових результатів діяльності підприємств торгівлі з урахуванням етапів руху цих ресурсів та зміни в процесі формування, розміщення та використання на торговельному підприємстві.

ЛІТЕРАТУРА

1. Батракова Т. І. Управління ефективністю діяльності підприємства – запорука його успішного функціонування [Текст] / Т. І. Батракова // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; [редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін.]. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2015. – Т. 19. – № 2. – С. 13-19.
2. Близнюк О. П. Оцінка ефективності управління фінансовими ресурсами на підприємствах роздрібною торгівлі України / О. П. Близнюк, А. П. Горпинченко // Проблеми економіки. – 2014. - №3. – С. 208-219.
3. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Міценко Н. Г. Ефективність і результативність діяльності торговельного підприємства: оцінка і планування / Н. Г. Міценко, І. П. Міщук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.8. – С. 260-268.
5. Чорна М. В. Методичний підхід до оцінки рівня ефективності підприємницької діяльності роздрібною торгівлі / М. В. Чорна // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. – 2017. – Т. 22. – Вип. 3 (56). – С. 112-118.
6. Янчева Л. М. Теоретико-практичні аспекти управління комерційною діяльністю : монографія / Л. М. Янчева, Г. Г. Лисак, О. А. Круглова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1585/1/Monografia_Lisak.pdf.
7. Семеруль Л. В. Ефективність управління фінансовими результатами торговельних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами” / Л. В. Семеруль. - Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ, 2011. – 20 с.
8. Фецович Т. Р. Формування фінансових результатів підприємств / Т. Р. Фецович // Вісник ЛКА : зб. наук. праць. – Сер. Економічна. – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – Вип. 35. – С. 405-409.

9. Данильченко В. О. Вплив внутрішніх факторів на ефективність фінансово-економічної діяльності підприємств оптової торгівлі / В. О. Данильченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?...

REFERENCES

1. Batrakova, T. I. (2015), Upravlinnia efektyvnosti diial'nosti pidpriemstva – zaporuka joho uspishnoho funktsionuvannia [Tekst], *Ekonomichnyj analiz* : zb. nauk. prats' / Ternopil'skyj natsional'nyj ekonomichnyj universytet; redkol.: V. A. Derij (holov. red.) ta in., Vydavnycho-polihrafichnyj tsentr Ternopil'skoho natsional'noho ekonomichnoho universytetu “Ekonomichna dumka”, Ternopil', T. 19, № 2, s. 13-19.
2. Blyzniuk, O. P. and Horpynchenko, A. P. (2014), Otsinka efektyvnosti upravlinnia finansovymy resursamy na pidpriemstvakh rozdribnoi torhivli Ukrainy, *Problemy ekonomiky*, №3, s. 208-219.
3. Derzhavna sluzhba statystyky, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Mitsenko, N. H. and Mischuk, I. P. (2012), Efektyvnist' i rezul'tatyvnist' diial'nosti torhovel'noho pidpriemstva: otsinka i planuvannia, *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy*, vyp. 22.8, s. 260-268.
5. Chorna, M. V. (2017), Metodichnyj pidkhid do otsinky rivnia efektyvnosti pidpriemnyts'koi diial'nosti rozdribnoi torhivli, *Visnyk ONU im. I. I. Mechnykova*, T. 22, vyp. 3 (56), s. 112-118.
6. Yancheva, L. M. Lysak, H. H. and Kruhlova, O. A. Teoretyko-praktychni aspekty upravlinnia komertsijnoi diial'nistiu, available at : elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/1585/1/Monografia_Lisak.pdf.
7. Semerul', L. V. (2011), Efektyvnist' upravlinnia finansovymy rezul'tatamy torhovel'nykh pidpriemstv : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 “Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy”, *Vyd-vo DonNUET, Donetsk*, 20 s.
8. Fetsovykh, T. R. (2011), Formuvannia finansovykh rezul'tativ pidpriemstv, *Visnyk LKA* : zb. nauk. prats'. Ser. Ekonomichna. Vyd-vo LKA, L'viv, vyp. 35, s. 405-409.
9. Danyl'chenko, V. O. Vplyv vnutrishnikh faktoriv na efektyvnist' finansovo-ekonomichnoi diial'nosti pidpriemstv optovoi torhivli, available at : www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?...

УДК 338.1

*Басюк Д. І.,
д.е.н., доц., завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу, Національний
університет харчових технологій, м. Київ*

*Барна М. Ю.,
д.е.н., доц., перший проректор, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

НАУКОВІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНО-ГОТЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

***Анотація.** У статті висвітлено сучасні наукові підходи до управління стратегією розвитку туристично-готельної галузі у регіонах України з урахуванням світових тенденцій індустрії гостинності. На основі аналізу економічних показників розвитку туристично-готельної інфраструктури за період 2011-2016 рр. визначено основні стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності колективних засобів розміщування. Доведено, що необхідною умовою залучення інвестицій у туристично-готельну галузь є її плановість та прогнозованість розвитку, сприятливий інвестиційний клімат регіону, наявність привабливих інвестиційних пропозицій та стабільність економіки країни. Зроблено висновок щодо перспектив подальшого розвитку готельно-туристичної інфраструктури в регіонах України.*

Ключові слова: стратегія розвитку, готельне господарство, туристично-готельна інфраструктура, тенденції, інтеграція, інвестиції.

*Basyuk D. I.,
Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Tourist and Hotel Business,
National University of Food Technologies, Kyiv*

*Barna M. Yu.,
Doctor of Economics, Associate Professor, First Vice-Rector, Professor of the Department of
Tourism and Hotel&Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

SCIENTIFIC BASIS OF TOURISM&HOTEL INDUSTRY STRATEGIC DEVELOPMENT

***Abstract.** The article highlights modern scientific approaches to management of the tourism&hotel sector development strategy in the regions of Ukraine considering the world tendencies of the hospitality industry. Based on the analysis of economic indicators of tourism&hotel infrastructure development for the period of 2011-2016, the main strategic directions of increasing the competitiveness of collective accommodation facilities are determined. It is proved that the necessary condition for investments attraction in the tourism&hotel industry is its planned and predictable development, favorable investment climate of the region, the presence of attractive investment proposals and the stability of the country's economy. A conclusion is made regarding the prospects of further development of hotel and tourist infrastructure in the regions of Ukraine.*

Keywords: development strategy, hotel industry, tourism&hotel infrastructure, trends, integration, investments.

Постановка проблеми. Для забезпечення конкурентоспроможності України на світовому туристичному ринку, інтеграції в міжнародний туристичний простір необхідна державна комплексна стратегія розвитку туристично-готельної галузі на основі врахування сучасних тенденцій сфери гостинності, національних та регіональних пріоритетів, законодавчої, адміністративно-регуляторної та інвестиційної підтримки туристичного потенціалу регіонів.

Розроблення стратегій національної та місцевої туристичної політики, регіональних та муніципальних програм соціально-економічного розвитку, програм комплексного розвитку територіальних громад сприяє ефективному зростанню місцевої економіки, створенню додаткових робочих місць та екологічному балансу території, забезпечує раціональне використання туристично-рекреаційних ресурсів при одночасному розвитку матеріально-технічної бази туристично-готельної інфраструктури, розширенні асортименту та підвищенні якості туристичних послуг.

Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року, затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168, визначає державні пріоритети туристичної політики у таких напрямках: безпека туристів; нормативно-правове забезпечення; розвиток туристичної інфраструктури; розвиток людських ресурсів; маркетингова політика розвитку туризму та курортів.

Протягом останніх років спостерігається поступове відновлення туристичних потоків на фоні підвищення ролі туризму в формуванні макроекономічних показників, нарощування обсягів реалізації туристичних послуг, покращення іміджу національного туристичного продукту на міжнародному ринку, що узгоджується з державною політикою економічних реформ та курсом на інтеграцію до Європейського Союзу та світового економічного простору. Інституційне становлення туристично-готельної галузі відбувається на основі ефективної інноваційно-інвестиційної діяльності, розроблення та впровадження прогресивних методів і стандартів готельного обслуговування, пошуку інноваційних форм створення туристичного продукту на основі ефективного використання існуючих ресурсів та новітніх технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні засади стратегічного планування та управління на макроекономічному та мікроекономічному рівнях розроблені в працях Ф. Абрамса, І. Ансоффа, П. Друкера, Б. Карлофа, Дж. Куїнна, Г. Міцберга, М. Портера, Г. Саймона, А. Ендрюса, К. Томпсона та ін. Стратегії управління соціально-економічними комплексами територій присвячені ґрунтовні наукові праці вітчизняних учених, зокрема В. Геєця, З. Герасимчука, Б. Данилишина, Т. Мостенської, І. Федулової та ін.

Питання сталого розвитку туризму через призму стратегічного управління знайшли своє відображення в роботах В. Азара, О. Амоші, Г. Балабанова, М. Біржакова, В. Данильчука, В. Кифяка, М. Круглова, А. Мазаракі, М. Мальської,

Н. Подольчака, Ж. Поплавської, Т. Ткаченко, В. Цибуха, Г. Харріса, Л. Шульгіної.

Дослідження теоретичних та практичних основ управління в сфері готельного господарства презентовані в працях Агафонові Л. Г., Байлика С. І., Банько В. К., Бойко М. Г., Браймера Р., Головка О. М., Кабушкіна М. І., Котлера Ф., Круль Г. Я., Мальської М. П., Нечаюк Л. І., Пуцентейла П. Р., Роглева Х. Й., Ткаченко Т. І., Уокера Дж.

Постійний моніторинг світових та національних трендів є предметом наукового дослідження з огляду на практичне значення науково обґрунтованих підходів до стратегії формування готельно-туристичної інфраструктури в регіонах та визначення стратегічних орієнтирів розвитку туристичної галузі України.

Серед світових трендів туристично-готельної галузі науковці відмічають:

- активне впровадження нових інформаційних технологій та електронних засобів комунікації;
- інвестиційну експансію міжнародних готельних мереж на національні ринки;
- поглиблену орієнтацію на окремі сегменти споживачів та спеціалізацію готельних підприємств;
- зростання уваги до екологічного менеджменту та впровадження екологічно дружніх концепцій та альтернативних джерел енергії;
- підвищення вимог до кваліфікації персоналу, націленість на персоналізацію взаємовідносин з клієнтами;
- перехід від цінової конкуренції до конкуренції за якісними показниками та прагнення до оптимального співвідношення "ціна – якість".

Постановка завдання. Метою статті є науково-теоретичний аналіз сучасних засад стратегічного розвитку туристично-готельної галузі України в контексті розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціально-економічна нестабільність та військові дії на частині території нашої країни зумовили негативні тенденції розвитку туризму та туристичної інфраструктури в державі у 2013- 2016 р.р.

Ключовим показником розвитку туристичної інфраструктури є діяльність колективних засобів розміщування. Протягом 2016 року в Україні функціонувало 4256 закладів розміщування (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), що на 85 закладів (2 %) менше порівняно з попереднім роком. При цьому кількість готелів та аналогічних засобів розміщування збільшилася на 56 одиниць і склала 2534, а кількість спеціалізованих засобів розміщування відповідно зменшилася на 141 (7%) підприємство. 216 закладів розміщування в 2016 році не функціонували. Діяльність 1544 закладів має сезонний характер. Кількість місць у закладах розміщування зменшилася з 586,6 тис. у 2013 році до 375, 6 тис. у 2016, тобто на 36%.

Кількість відвідувачів закладів колективного розміщування у 2016 році збільшилася порівняно з 2015 р. на 739,9 тис. осіб, тобто на 17, 2 %, проте ще не досягає рівня 2013 року. Узагальнені показники діяльності колективних засобів розміщення в 2011-2016 роках наведено в таблиці 2.

Основні показники розвитку туристичної інфраструктури України у 2013-2016 р.р.

№	Показник	2013	2014 ¹	2015	2016
1	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну – усього ²	24671227	12711507	12428286	13333096
2	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього	3454316	2425089	2019576	2549606
3	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од. у тому числі	5692	3885	3182	3506
3.1	Туроператорів	945	667	500	552
3.2	Турагентів	4270	3069	2547	2803
3.3	суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність	373	149	135	151
4	Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	15377	11513	9588	10412
5	Дохід від надання туристичних послуг, млн. грн.	6496,6	5565,9	5015,3	11935,6
6	Усього колективних засобів розміщування, в тому числі	6411	4572	4341	4256
6.1	готелів та аналогічних засобів розміщування	3582	2644	2478	2534
6.2	спеціалізованих засобів розміщування	2829	1928	1863	1722
7	Кількість місць, тис.	586,6	406,0	402,6	375,6
8	Кількість розміщених осіб, тис.	8303,1	5423,9	5779,9	6544,8

Джерело: 5;6;7;8.

Дохідність колективних засобів розміщування в 2016 році склала 8 983 381,0 4 тис. грн. без ПДВ, акцизів і аналогічних платежів, що на 7 % відсотків менше, ніж у 2015 році. Основна частина доходу була отримана від продажу номерів - 524 992,5 тис. грн. При цьому рентабельність діяльності складає 10,8%.

Оцінювання концентрації та локалізації послуг колективних засобів розміщування у регіонах України у 2016 р. показало, що коефіцієнт локалізації більший за одиницю у Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Львівській, Миколаївській, Полтавській, Рівненській, Тернопільській, Хмельницькій областях і в м. Києві. Це означає, що названі області ефективніше використовували колективні засоби розміщування для надання послуг гостинності. Крім того, можна припустити, що в цих

регіонах переважають засоби розміщення з більшим номерним фондом.

Значення коефіцієнта концентрації послуг колективних засобів розміщування свідчить про достатньо рівномірний характер розподілу послуг із розміщення у регіонах України.

При оцінці регіонів України за найбільшими обсягами надходжень від сплати туристичного збору до місцевих бюджетів у 2016 р. до ТОП-5 увійшли: м. Київ – 34,7%, Львівська – 15,6%, Одеська – 13,6%, Івано-Франківська – 4,2%, Закарпатська – 4,1% області. Подібна ситуація спостерігається за показниками зростання обсягу туристичного збору до місцевих бюджетів у 2016 р., зокрема до ТОП-5 увійшли: м. Київ – на 50,1%, Львівська – на 42,3%, Одеська – на 50,8%, Херсонська – на 75,7%, Івано-Франківська – на 45,3% області.

Колективні засоби розміщення в Україні

Роки	Кількість колективних засобів розміщення, од.			Кількість місць, тис. од.	Кількість розміщених, тис. осіб		
	усього	у тому числі			усього	у тому числі у	
		готелів та аналогічних засобів розміщення	спеціалізованих засобів розміщення			готелях та аналогічних засобах розміщення	спеціалізованих засобах розміщення
2011	5882	3162	2720	567,3	7426,9	4656,8	2770,1
2012	6041	3144	2897	583,4	7887,4	4983,9	2903,5
2013	6411	3582	2829	586,6	8303,1	5467,8	2835,3
2014 ¹	4572	2644	1928	406,0	5423,9	3814,2	1609,7
2015 ¹	4341	2478	1863	402,6	5779,9	4297,2	1482,7
2016 ¹	4256	2534	1722	375,6	6544,8	5037,1	1507,7

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

Джерело: [6]

Як бачимо, стійкий ринок попиту на послуги проживання в усіх регіонах України ще не сформувався. Розвиток у країні ділової активності, насамперед малого і середнього бізнесу, а також туристичної активності, зокрема внутрішнього туризму, визначатиме пропозиція номерів, ціна яких еквівалентна 20-30 доларів на добу. В сучасних умовах базою розвитку туристичного та готельного ринку можуть стати готелі, орієнтовані саме на такі тарифи.

Серед ключових проблем засобів розміщення є застарілість матеріально-технічної бази готельних підприємств, високий рівень енергоспоживання, низький рівень завантаженості, невідповідність ціни та якості, адже лише 181 готель в Україні пройшов сертифікацію на категорійність [248; 336].

У готельному господарстві України на сучасному етапі склалася парадоксальна ситуація: з одного боку, – недостатня забезпеченість країни готельними підприємствами, з іншого, як свідчать статистичні дані, їх недозавантаженість. Так, якщо у країнах Західної Європи на кожну тисячу осіб населення припадає 20...30 місць у готелях різних категорій, то в столиці України – Києві – цей

показник становить більш як 6 місць, а в середньому по Україні – лише 3,9 місця на тисячу мешканців. Разом із тим, уже існуюча база закладів розміщення завантажена недостатньо, залишається низьким коефіцієнт завантаження номерного фонду (коефіцієнт використання місткості). Коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщення незначно відрізняється для готелів та аналогічних засобів та спеціалізованих засобів розміщення: 0,23 та 0,39 відповідно. Серед готелів та аналогічних засобів розміщення у лідерах за коефіцієнтом використання місткості гуртожитки для приїжджих (0,32), готелі (0,23). Найгірше використання місткості у хостелах, де відповідний коефіцієнт становить 0,20.

В європейських готелях середнє завантаження номерного фонду знаходилося на рівні 65...67%, в Україні – 19...41 %. Економічні підрахунки свідчать, що рівень завантаження готелів у розмірі 25 % є критичною межею, зменшує інвестиційний потенціал підприємств, обмежує можливості модернізації та підвищення якості обслуговування.

Колективні засоби розміщування у регіонах України, 2015-2016 рік

Регіони	2015			2016			
	Усього	У тому числі		Усього	У % до 2015 року	У тому числі	
		готелі та аналогічні засоби розміщування	спеціалізовані засоби розміщування			готелі та аналогічні засоби розміщування	спеціалізовані засоби розміщування
Україна	4341	2478	1863	4256	98	2534	1722
АР Крим
Області							
Вінницька	99	75	24	80	80,1	60	20
Волинська	139	66	73	137	98,5	61	76
Дніпропетровська	253	139	114	254	100,3	138	116
Донецька	139	44	95	126	90,6	46	80
Житомирська	77	58	19	83	107,8	70	13
Закарпатська	268	213	55	256	95,5	211	45
Запорізька	311	86	225	376	120,9	114	262
Івано-Франківська	230	200	30	257	111,7	227	30
Київська	158	87	71	176	111,4	115	61
Кіровоградська	67	41	26	52	77,6	30	22
Луганська	27	23	4	29	107,4	23	6
Львівська	331	273	58	343	103,6	287	56
Миколаївська	287	66	221	261	90,9	74	187
Одеська	647	250	397	583	90,1	232	351
Полтавська	139	105	34	109	78,4	76	33
Рівненська	59	46	13	58	98,3	45	13
Сумська	55	34	21	57	103,6	37	20
Тернопільська	68	57	11	70	102,9	59	11
Харківська	192	123	69	172	89,6	108	64
Херсонська	259	70	189	240	92,7	92	148
Хмельницька	87	70	17	88	101,1	71	17
Черкаська	119	75	44	124	104,2	80	44
Чернівецька	94	87	7	86	91,5	69	7
Чернігівська	65	43	22	53	81,5	35	18
Міста							
Київ	171	147	24	186	108,8	165	21
Севастополь				

Джерело: [7]

**Діяльність колективних засобів розміщування за типами
в Україні (2016 р.)**

Види колективних засобів розміщування	Кількість колективних засобів розміщування, од.	У них		Середня місткість КЗР
		кількість місць	кількість розміщуваних, осіб	
Усього	4 256	163178	6 544 759	88,3
Готелі та аналогічні засоби розміщування	2 534	89 843	5 037 075	53,6
у тому числі				
Готелі	1 703	72 860	4 332 043	59,9
мотелі	139	1 018	101 300	28,4
хостели	40	180	52 552	39,4
кемпінги	14	202	8 218	50,6
агротелі	-	-	-	-
гуртожитки для приїжджих туристичні бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщування	90	6 059	181 178	76,7
548	9 524	361 784	37,9	
Спеціалізовані засоби розміщування	1 722	73 335	1 507 684	139,2
у тому числі				
санаторії	172	38 866	428 503	297,8
дитячі санаторії	107	12 508	112 463	154,7
пансіонати з лікуванням	12	976	15 632	183,2
дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії, дитячі центри	17	4 227	39 763	322,7
санаторії-профілакторії	63	8 910	65 947	157,3
бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (включаючи дитячі)	3	470	3 323	196,3
будинки відпочинку	11	140	8 559	108,6
пансіонати відпочинку	62	890	65 956	200,4
бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз)	1 265	6 267	762882	109,9
оздоровчі заклади 1-2 денного перебування	10	81	4 656	102,1

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

Джерело: [6].

Результати аналізу показали, що важливою проблемою готельного господарства в регіонах є неоптимізована структура готелів і аналогічних засобів розміщення. Так, у 2016 р. структура закладів готельного господарства загалом по

Україні охоплювала: 1703 готелі, 139 мотелів, 40 хостелів, 14 кемпінгів, 90 гуртожитків для приїжджих, 548 туристичних баз та інших місць для тимчасового розміщування. Аналіз показав, що є регіони, в яких і сьогодні зовсім немає мотелів,

хостелів, кемпінгів, гуртожитків для приїжджих і туристських баз, гірських притулків, студентських літніх таборів та інших місць для тимчасового розміщення. Така ситуація вказує на те, що готельному господарству в багатьох регіонах ще є куди розвиватися. Особливо привабливими для туристів, зокрема іноземців, є кемпінги, адже значна частина подорожує на автомобілях, і тоді важливі місця для авто. На сьогодні в Україні нараховується всього 14 кемпінгів, зокрема 6 у Херсонській області, 3 в Івано-Франківській та по одному у Волинській, Запорізькій, Миколаївській, Сумській та Черкаській областях. Усі інші 17 регіонів і м. Київ не мають кемпінгів. Особливо це важливо для столиці та гірських регіонів з великим туристичним напливом (Закарпатська, Львівська та Чернівецька області).

Створення нових об'єктів готельної інфраструктури та модернізацію існуючих закладів гальмує загальний несприятливий інвестиційний клімат в Українській державі, складність бюрократичних процедур погодження та реалізації архітектурно-будівельних проєктів. Важливим показником потенціалу розвитку туристично-готельної інфраструктури є інвестиції в дану галузь. Дані таблиці 5 показують, що в Україні у цілому обсяг інвестицій в індустрію гостинності збільшується, лідерами є м. Київ, Львівська та Закарпатська області.

Необхідною умовою залучення інвестицій є плановість та прогнозованість розвитку галузі, сприятливий інвестиційний клімат регіону, наявність привабливих інвестиційних пропозицій та

стабільність економіки країни. Для цього розробляються перспективні та короткотривалі планові документи, серед яких Стратегічний план економічного розвитку з пріоритетом залучення інвестицій, Комплексні програми розвитку туристично-готельної галузі регіонального масштабу, складаються інвестиційні паспорти з переліком інвестиційних проєктів та пропозицій різного господарського спрямування. Для ефективної інвестиційної діяльності в Україні створюється система супроводу стратегічних інвесторів.

Активізації інвестицій у готельно-туристичний бізнес сприяє прийняття Закону України "Про концесії", встановлення ряду пільг по оподаткуванню для будівництва готелів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, аналіз стану розвитку туристично-готельної галузі дозволяє окреслити основні напрями стратегічного розвитку та спланувати системні заходи щодо сталого розвитку туризму та курортів, подолання наявних негативних тенденцій, створення ефективних умов для роботи підприємств, установ та організацій туристично-готельної галузі, а саме:

- створення сприятливого інвестиційного клімату для розвитку і модернізації туристично-готельної інфраструктури;
- підтримка малого та середнього підприємництва в сфері гостинності, забезпечення чесної конкуренції;

Таблиця 5

Обсяги капітальних інвестицій у галузі тимчасового розміщення й організації харчування за 2010-2016 роки¹

Показники	Значення показника за роками						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Обсяги капітальних інвестицій у галузі тимчасового розміщення й організації харчування, млн грн	1033,2	1572,7	2264,9	1476,8	1482,0	1393,0	1438,1
У % до загального обсягу капітальних інвестицій	0,6	0,7	0,8	0,6	0,7	0,5	0,4
Індекси капітальних інвестицій, у % до попереднього року	100	117,6	119,5	72,1	103,1	67,4	103,2

¹ Без урахування тимчасово окупованої території АР Крим і м. Севастополя, за 2014 рік, також без частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: 9;10

– впровадження ефективної інноваційної діяльності, розроблення та впровадження прогресивних методів і стандартів туристичного і готельного обслуговування, пошуку інноваційних форм і методів створення туристичного продукту на основі ефективного використання існуючих туристичних ресурсів;

– розширення міжнародної співпраці в туристично-готельній галузі, гармонізація українського законодавства з нормативними актами ЄС;

– підвищення якості готельних послуг, впровадження світових стандартів готельного обслуговування;

– впровадження інноваційних технологій будівництва, інформаційного забезпечення, енергозбереження тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України “Про туризм”: (офіційний текст) / Верховна Рада України. – К. : Парламентське вид-во, 2015. – 96 с.

2. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги.: ДСТУ 4268:2003. – 10 с.

3. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення: ДСТУ 4527:2006. – [Чинний від 2006-10-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2006. – 28 с.

4. Послуги туристичні. Класифікація готелів : ДСТУ 4269:2003. – 13 с.

5. Статистичний бюлетень Мережа суб’єктів туристичної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Статистичний бюлетень Мережа колективних засобів розміщування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

7. Статистичний бюлетень Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

8. Статистичний бюлетень “Туристичні потоки в Україні” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

9. Статистичний збірник “Капітальні інвестиції в Україні” у 2010-2015 роках [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ6_u.htm.

10. Статистичний бюлетень “Капітальні інвестиції в Україні за 2016 рік” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ6_u.htm.

REFERENCES

1. Zakon Ukrainy “Pro turyzm”: (ofitsijnyj tekst) / Verkhovna Rada Ukrainy (2015), Parlaments'ke vyd-vo, K., 96 s.

2. Posluhy turystychni. Zasoby rozmischuvannia. Zahal'ni vymohy.: DSTU 4268:2003, 10 s.

3. Posluhy turystychni. Zasoby rozmischennia. Terminy ta vyznachennia: DSTU 4527:2006. Chynnyj vid 2006-10-01. (2006), Derzhspozhyvstandart Ukrainy, K., 28 s.

4. Posluhy turystychni. Klasyfikatsiia hoteliv : DSTU 4269:2003, 13 s.

5. Statystychnyj biuleten' Merezha sub'iektiv turystychnoi diial'nosti, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Statystychnyj biuleten' Merezha kolektivnykh zasobiv rozmischuvannia, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

7. Statystychnyj biuleten' Kolektivni zasoby rozmischuvannia v Ukraini u 2016 rotsi, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

8. Statystychnyj biuleten' “Turystychni potoky v Ukraini”, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

9. Statystychnyj zbirnyk “Kapital'ni investysii v Ukraini” u 2010-2015 rokakh, available at : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ6_u.htm.

10. Statystychnyj biuleten' “Kapital'ni investysii v Ukraini za 2016 rik”, available at : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ6_u.htm.

Захарченко В. І.,
д.е.н., проф., професор кафедри фінансів, Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЯЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ ДЕРЕГУЛЯЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

***Анотація.** Відмічено роль держави в регуляції (регулюванні) економічних процесів. Охарактеризовано типи та основні напрями регулювання економіки. Акцентовано увагу на необхідності узгодження механізмів ринку і державного регулювання, а також розвитку різних форм співпраці держави і бізнесу. Підкреслено необхідність дерегуляції економіки в тих сферах і економічних процесах, у яких державне втручання є надмірним. Розглянуто ефективність дерегуляційних заходів на основі моделі аналізу регуляторного впливу та методу “регуляторної гільйотини”. Простежено особливості регуляції і дерегуляції української економіки. Визначено комплекс проблем дерегуляції, що мають ознаки інституційних пасток. В контексті ефективного проведення реформи з дерегуляції української економіки відмічена необхідність врахування зарубіжного досвіду.*

Ключові слова: національна економіка, регуляція (регулювання) економіки, типи регуляції, дерегуляція економіки (моделі, методи, заходи), реформа з дерегуляції економіки.

Zakharchenko V. I.,
Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finance, Cherkasy State
Technological University, Cherkasy

THEORETICAL PRINCIPLES OF REGULATION AND PROBLEMS OF DEREGULATION OF THE NATIONAL ECONOMY

***Abstract.** The role of the state in the regulation (regulation) of economic processes has been noted. The types and main directions of economic regulation are described. The emphasis is placed on the need for harmonization of market mechanisms and state regulation, as well as the development of various forms of cooperation between the state and business. The necessity of deregulation of the economy in those areas and economic processes in which state interference is excessive is emphasized. The effectiveness of deregulation measures on the basis of the model of the analysis of regulatory influence and the method of “regulatory guillotine” is considered. The features of regulation and deregulation of the Ukrainian economy are traced. The complex of deregulation problems with signs of institutional traps is determined. In the context of an effective reform of the deregulation of the Ukrainian economy, the need to take into account foreign experience has been noted.*

Key words: national economy, regulation of economy, types of regulation, deregulation of economy (models, methods, measures), reform of deregulation of economy.

Постановка проблеми. Людина зазвичай не може продуктивно працювати, бути щасливою й почувати себе в безпеці, якщо вона хвора. Національна економіка так само не може бути ефективною, соціально орієнтованою й здатною підтримувати економічну безпеку країни, якщо вона “хвора”. Для оздоровлення національної економіки, її

організму (бізнес-середовища) зазвичай проводиться комплекс заходів з її дерегуляції. В умовах стагнації національної економіки це необхідний і дуже важливий крок до її зростання й соціалізації та підвищення економічної безпеки країни. Водночас цей крок вимагає адекватного розуміння ролі сучасної держави в регуляції (регулюванні) економічних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у встановлення оптимального рівня регуляторного впливу держави на економічні процеси та обґрунтування шляхів дерегуляції національної економіки зробили такі вітчизняні й зарубіжні вчені, як Г. Башнянин і Г. Третяк [1], Р. Буайє [2], В. Геєць [3], Дж. М. Кейнс [4], Ф. Котлер [5], В. Лагутін [6], О. Літвінов і Н. Літвінова [7], І. Михасюк і В. Чаус [8], К. Макконнелл і С. Брю [9], М. Фрідман [10], Ф. Хайек [11] та ін. Водночас у їхніх публікаціях викладені досить полярні думки щодо сфер і меж регуляторного впливу держави на економіку.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування раціональних меж втручання держави в економічні процеси та виокремлення основних проблем дерегуляції української економіки, які доцільно вирішувати з урахуванням зарубіжного досвіду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Французький економіст Робер Буайє термін “регуляція” визначає як “поєднання механізмів, які забезпечують відтворення цілого із врахуванням існуючих економічних структур і суспільних форм” [2]. При цьому він виділяє декілька типів регуляції:

– ринковий, що забезпечує максимальну свободу ринкових принципів і мінімальну роль держави у визначенні пропорцій, в яких новостворена вартість розподіляється між безпосередніми виробниками, підприємцями і державою;

– мезокорпоративістський, що відрізняється наявністю розвиненої системи інституціоналізації інтересів різних верств населення, які визначають не тільки пропорції розподілу новоствореної вартості, але й здійснюють контроль за реалізацією прийнятих рішень (важливу роль у цій системі відіграють різні інститути та механізми соціального партнерства);

– соціал-демократичний, що характеризується набагато ширшими, ніж у двох перших типах регуляції, повноваженнями держави у визначенні пропорцій розподілу новоствореної вартості, регулюванні ринку праці, системи освіти та упровадження інновацій, соціального забезпечення тощо;

– етатистський, для якого характерний найвищий ступінь втручання держави в економічні процеси та при визначенні пропорцій розподілу новоствореної вартості і встановленні граничного рівня зростання доходів, що, однак, сильно ускладнює механізм пристосування суб’єктів господарювання до швидких змін кон’юнктури ринків.

Звичайно, у країнах з ліберальною моделлю економіки домінуючими є ринковий (США та ін.) та мезокорпоративістський (Японія та ін.), а в країнах з дирижистською моделлю економіки – соціал-демократичний (Швеція та ін.) та етатистський (Китай та ін.) типи регуляції. Але незалежно від моделі економічної системи у всіх країнах визнається необхідність державного регулювання економіки.

Державне регулювання економіки – це система заходів задля здійснення підтримуючої, компенсаційної та регулюючої діяльності держави, спрямованої на створення нормальних умов ефективного функціонування ринку та вирішення складних соціально-економічних проблем розвитку національної економіки й всього суспільства.

Необхідність державного регулювання економіки різні вчені обґрунтовують по-різному, але близькими за змістом причинами. Так, Ф. Котлер визначив три причини, що зумовлюють необхідність регуляторної функції держави, зокрема щодо: 1) запобігання випадкам недобросовісної конкуренції суб’єктів господарської діяльності; 2) захисту прав споживачів від недобросовісної практики деяких компаній (випуску товарів низької якості, поширення неправдивої інформації, завищення цін тощо); 3) “захисту вищих інтересів суспільства від розбещеності підприємців” (задля підтримання на високому рівні національної безпеки країни) [5, с. 130].

К. Макконнелл і С. Брю виділяють чотири причини, що викликають необхідність втручання держави в економічні процеси, а саме: 1) забезпечення правової бази і суспільної атмосфери для функціонування ринкової системи; 2) захист конкуренції; 3) перерозподіл прибутків та багатств; 4) коригування розподілу ресурсів з метою зміни національного продукту [8, с. 88-91].

Слід враховувати й на те, що діяльність окремих суб’єктів господарювання супроводжується т. зв. екстерналіями або зовнішніми ефектами – витратами або вигодами для третіх осіб, які не опосередковуються ринком. Згідно з теоремою Коуза проблему екстерналій (за умов дотримання права власності і нульових транзакційних витрат) можна вирішити шляхом перерозподілу прав власності. А досягти цього без законодавчого забезпечення, виконання конкретних транзакцій, тобто без участі держави, практично неможливо.

Водночас представники австрійської школи економічного неолібералізму (Л. фон Мізес, Ф. фон Хайек та ін.) вважають, що державне втручання в економіку є недоцільним, оскільки може мати тільки руйнівні наслідки. Ф. фон Хайек у праці “Шлях до рабства” [11], перше видання якої вийшло ще у 1944 р., пояснював це тим, що ефективна економічна політика держави (повної зайнятості, економічного зростання, боротьби з інфляцією, балансування попиту і пропозиції грошової маси) в принципі неможлива, тому що вона не в змозі врахувати і використати той масив знань, який необхідний для її реалізації. Це під силу тільки механізму ринку, який через систему цін, кон’юнктуру попиту і пропозиції тощо систематично інформує його контрагентів про те, що, де, як, коли виробляти, купувати і продавати. Близьких поглядів дотримувався і фундатор монетаризму М. Фрідман. У праці “Капіталізм і свобода” (1962) він стверджував, що за допомогою держави слід забезпечити дотримання законопорядку (щоб не допустити примусу одних людей іншими), виконання добровільно укладених контрактів, визначення і

дотримання прав власності та забезпечення функціонування кредитно-грошової системи [10, с. 52]. Все інше має регулювати ринок.

Однак кейнсіанська і, певною мірою, інституційна теорія, а також історія побудови успішних економік свідчать про те, що тільки вміле поєднання механізмів ринку і державного регулювання може принести бажані результати (в т. ч. й забезпечити економічне диво). Показовий приклад ефективності державного регулювання навів у своєму виступі на Форумі “Росія 2012” американський фінансист і вчений М. Мілкін, який порівнює розвиток Сінгапуру та Ямайки за останні 50 років. У 1960 р. обидві країни перебували приблизно в однакових економічних умовах: у Сінгапурі ВВП на душу населення становив 2227 дол., на Ямайці – 2255 дол. Ямайка пішла ліберальним шляхом розвитку. У Сінгапурі прем’єр-міністр країни Лі Куан Ю запропонував державну програму докорінної модернізації сінгапурської економіки на основі залучення прямих іноземних інвестицій та індустріалізації. В результаті до 2011 р. на Ямайці ВВП на душу населення становив 5376 дол., а в Сінгапурі – 50714 дол. (тобто на порядок більше). Це порівняння слугує наочним прикладом ефективного втручання держави в економіку країни [12]. “Новий курс” Ф. Рузвельта і кейнсіанські методи подолання кризи в економіці Європи також були жорсткими етатистськими заходами, але успішними. Отже, чим більша глибина кризи, тим активніше держава має втручатися у господарський процес, зокрема шляхом державного інвестування в економіку [9, с. 10].

На нашу думку, держава у процесах регулювання економіки повинна відігравати роль досвідченого хірурга, а ринок – гострого скальпеля (досконалого інструмента).

Виходячи з наведеного, основними напрямками державного регулювання ринкової економіки мають бути:

- довгострокове індикативне планування та програмування розвитку економіки країни (в т. ч. окремих видів діяльності) та регіонів;
- захист конкурентного середовища шляхом обмеження монополістичних тенденцій;
- підтримка розвитку підприємництва, передусім малого та середнього бізнесу;
- грошово-кредитне регулювання, в т. ч. гнучке варіювання облікової ставки, особливо під час криз в економіці;
- перерозподіл прибутків в інтересах підтримання національної безпеки;
- фінансування та субсидування державних і регіональних програм, місцевих органів влади, підприємств, наукових установ, населення;
- підтримка національного товаровиробника, стимулювання експорту та імпортозаміщення.

Поєднання механізмів ринку і державного регулювання є природним, тому що інститути ринку та держави як виразники суспільних інтересів є компліментарними. Це, зокрема, виявляється в різних формах поєднання функцій держави, бізнесу та громадянського суспільства (державно-приватне

партнерство, співпраця влади з громадськими організаціями тощо). Тому держава спільно з бізнесом має забезпечувати зростання економіки країни, а спільно з громадянським суспільством – її соціологізацію [3, с. 153].

Особливо перспективною формою співпраці держави і бізнесу вважається державно-приватне партнерство, тому що воно дозволяє, з одного боку, реалізувати потенціал приватнопідприємницької ініціативи, а з іншого, – зберегти контрольні функції держави в соціально значущих секторах економіки. У світовій практиці таке партнерство реалізується в трьох основних формах: контракт, оренда (у традиційній формі чи у формі лізингу) та концесійна угода.

На жаль, в Україні внаслідок активної політичної боротьби сама ідея ефективної співпраці держави з бізнесом дискредитована. Представники влади якщо й співпрацюють з бізнесом, то виходячи з особистих та кланово-олігархічних інтересів, а не інтересів усього суспільства [6, с. 9].

Водночас втручання держави в економічні процеси має бути дозованим. У разі “передозування” державного впливу в економіці нарастають негативні процеси, пов’язані з втручанням у ринковий механізм, зростанням зарегульованості підприємницької діяльності, посиленням податкового тиску тощо. В цьому випадку виникає необхідність дерегуляції економіки.

Дерегуляція (від лат. *regula* – правило; англ. *deregulation*) – це відміна або скорочення державного регулювання в певній галузі суспільних відносин. В економічній сфері дерегуляція означає зменшення контролю держави над підприємницькою діяльністю з метою повного розкриття потенціалу ринкових сил.

Дерегуляція також означає рух від традиційної (з домінуванням контролю держави) до ліберальної (з меншою роллю держави, ніж ринку) моделі економіки. Це вказує на те, що між поняттями дерегуляції та лібералізації економіки багато спільного, інколи їх навіть ототожнюють, хоча друге з них частіше використовується у сфері зовнішньоекономічної політики: для позначення послаблень у торгівлі та щодо руху капіталу. А в країнах з перехідною економікою лібералізація, поряд з приватизацією та стабілізацією, відноситься до головних складових макроекономічної стратегії.

Звичайно, дерегуляція господарської діяльності є доцільною лише за умови, що вона супроводжується підвищенням рівня ефективності функціонування економіки загалом та її окремих елементів і підсистем. У зв’язку з цим актуалізується проблема виміру ефективності дерегуляційних заходів на різних рівнях [1]. У розвинених країнах для цих цілей використовують модель аналізу регуляторного впливу (АРВ), яка була запропонована Скотом Джейкобсом та Цезарем Кордовою. Дана модель передбачає етапність процесу реалізації регуляторної реформи – від започаткування дерегулювання до запровадження регуляторного менеджменту. Конкретним інструментом дерегуляції висту-

пає метод “регуляторної гільйотини”, що був запатентований компаніями “Jacobs” та “Cordova & Associates”. Метою застосування цього методу є швидке скасування великої кількості непотрібних регуляторних актів – на основі їх системного перегляду та створення єдиного реєстру [7, с. 39, 41-42].

З початку ринкових перетворень в Україні дерегуляція економіки стала одним із наріжних каменів подолання монополії державної власності. Цьому сприяло все законодавство щодо приватизації державної власності та формування конкурентного середовища, а також спеціальні Закони України “Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності” № 1160-IV від 11.09.2003 р. та “Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності” № 2806-IV від 2005 р. Спираючись на ці закони, в Україні у 2005 та 2008 рр. була зроблена спроба застосувати для дерегуляції господарської діяльності метод “регуляторної гільйотини”. Однак безсистемність та неузгодженість окремих заходів, які передбачає застосування цього методу, не дозволили отримати в Україні відчутних позитивних результатів.

З метою подолання системних вад, які накопилися у практиці діяльності дозвільних центрів на рівні районів та міст, було прийнято Закон України “Про прискорений перегляд регуляторних актів, прийнятих органами та посадовими особами місцевого самоврядування” № 2784-IV від 14.12.2010 р.

Важливі кроки щодо реформування дозвільної системи та сфери технічного регулювання намічалися в рамках Програми економічних реформ на 2010-2014 рр. “Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава”. В контексті виконання програми було скасовано ліцензування значної кількості видів господарської діяльності, спрощено чимало дозвільних процедур, закладено основи для державно-приватного партнерства. Було також введено в дію новий Податковий і Митний кодекси, за якими упроваджено автоматичне відшкодування ПДВ, упроваджено ставки оподаткування за групами фізичних і юридичних осіб, скорочено кількість митних процедур тощо.

У 2014 р. – уже урядом А. Яценюка – було підготовлено законопроект про скорочення кількості податків з 23 до 9 та зміни до Митного кодексу щодо електронної системи контролю митних процедур. Було також передбачено скорочення кількості дозвільних документів і ліцензій та посилення адміністративної відповідальності посадових осіб за порушення при проведенні перевірок. Але більшість регуляторних ініціатив уряду не були втілені у життя, тому зайві перешкоди для розвитку господарської діяльності стали перетворюватися на інституційні пастки, з яких (у рамках реформи з дерегуляції і розвитку підприємництва) має намір вибратися уже нинішній уряд. Основними з них є такі:

1. Наявність адміністративних бар’єрів для ведення господарської діяльності. До таких бар’єрів належать встановлені державними органами та органами місцевого самоврядування обов’язкові правила ведення економічної діяльності, витрати на

врахування чи подолання яких для суб’єкта господарської діяльності часто перевищують вигоди від самої діяльності. До таких правил відносяться: реєстрації речових прав на нерухоме майно, отримання документів (дозволів) на відкриття і закриття бізнесу тощо.

2. Жорсткий прямий адміністративний державний контроль за діяльністю суб’єктів господарювання. Щонайбільше він проявляється у здійсненні безконтрольного проведення перевірок рейдів представниками корумпованих контролюючих та силових органів.

3. Нерозвиненість сфери надання адміністративних послуг та великі розміри плати за їх надання, що вимагає прискореного розвитку системи “прозорих офісів” тощо.

4. Сильний податковий тиск. “Провали” в економічному розвитку державні органи намагаються компенсувати за рахунок збільшення податкового навантаження на бізнес.

Для ефективного проведення реформи з дерегуляції української економіки доцільно враховувати зарубіжний досвід.

Слід мати на увазі, що всі країни з ліберальною економікою мають досить багатий досвід дерегуляції економіки, але чи не найбільш вражаючим є досвід Мексики та Південної Кореї кінця 1990-х рр. У Мексиці тоді було ліквідовано 50 % і переглянуто більше як 25 % регуляторних обмежень. За даними Світового банку, це принесло країні 1,5 млн додаткових робочих місць, зростання на 4 % ВВП і приріст на 25 млрд дол. прямих іноземних інвестицій протягом наступних п’яти років. Результатами регуляторної реформи у Південній Кореї стали зростання на 4,4 % ВВП, приріст на 37 млрд дол. прямих іноземних інвестицій та створення 1 млн додаткових робочих місць [13].

У 1993 р. на засіданні міністрів країн-членів ОЕСР існуючу практику дерегуляції було узагальнено та прийнято відповідні рекомендації щодо застосування моделі АРВ, яка передбачає проведення реформи дерегуляції в повному обсязі. На даний час таку реформу провели тільки дві країни: США та Велика Британія. Більшість країн ЄС обмежується регуляторною політикою, яка передбачає участь у ній найвищого політичного керівництва, чіткі та вимірювані стандарти якості регулювань та проведення консультацій з усіма зацікавленими сторонами. Проте методологічна база АРВ для усіх країн є єдиною й універсальною [7, с. 42].

Завдяки зусиллям ОЕСР передові практики дерегуляції поширюються і в країнах-партнерах організації. Особливо активно ця практика застосовувалася на початку 2000-х рр. у Грузії. Основними напрямками дерегуляції тут стали [14]:

– прийняття парламентом Грузії нового законодавства про ліцензування бізнесу. Кількість необхідних ліцензій була зменшена з 944 до 150, суттєво скорочено й число дозвільних процедур. Це дозволило підприємцям розпочинати власний бізнес у найкоротші терміни;

– дерегуляція у сфері природокористування та охорони навколишнього природного середовища

дозволила уряду видавати довгострокові ліцензії з експлуатації надр;

– створення т. зв. Будинків юстиції (яких відкрито більше 10 по всій країні) дозволило мінімізувати контакти з чиновниками та значно спростило систему адміністрування дозвільних процедур та витрати на отримання необхідних послуг (більше 300);

– спрощення візового режиму для громадян 45-ти країн (зокрема, США, Європейського Союзу та Японії) та процедури отримання візи для громадян інших країн. Така політика (відкритих дверей) сприяла припливу в країну іноземних креативних працівників;

– скасування у 2005 р. всіх антитрестовських регламентів, замінивши їх законом про справедливую торгівлю, який заборонив державі перешкоджати розвитку конкуренції та вільної торгівлі;

– дерегуляція фінансового сектору, розпочата у 2008 р., дозволила вільну участь на ринках цінних паперів і кредиту для будь-яких громадян чи компаній з Грузії і країн ОЕСР. Вона також дозволила банкам з країн ОЕСР відкривати філії та / або відділення без додаткових ліцензій від уряду Грузії;

– встановлення, згідно Кодексу праці 2006 р., нових відносин між роботодавцем та працівником. Нульова вартість наймання і дуже низька ціна звільнення працівників дозволили бізнесу залучати більш конкурентоспроможну робочу силу;

– скасування всіх спеціальних обмежень на ринку продовольчих товарів, що викоринило корупцію в цій сфері.

Реформа з дерегуляції в Грузії сприяла покращенню інвестиційного клімату та умов ведення бізнесу, що призвело до помітного економічного зростання в країні. З 2005 по 2006 рік реальний ВВП Грузії збільшився на 9 %. Прямі іноземні інвестиції зросли з 340 млн дол. у 2003 р. до 711 млн дол. у 2006 р. Згідно з індексом економічної свободи, який визначається фондом “Heritage” і Wall Street Journal, Грузія за 2011 р. отримала оцінку (за 100-бальною шкалою) в 70,4 бали і зайняла за цим показником 29-те місце у світі з-поміж 179 країн, хоча ще у 2006 р. була на 68-му місці. Це дозволило їй потрапити до кола країн в основному з вільною економікою.

На той час показник України за цим індексом складав тільки 45,8 бали і вона посідала 164-те місце у цьому рейтингу і входила, відповідно, до країн з невеликою економікою. У 2017 р. Україна мала дещо кращий показник (48,1), але вона так само займала низьке (166-те) місце серед 180 країн рейтингу [15]. Це зайвий раз вказує на те, що в Україні необхідно активізувати реформу з дерегуляції економіки, що в Стратегії сталого розвитку “Україна-2020” віднесена до категорії пріоритетних.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Держава відіграла й надалі відіграватиме важливу роль в регуляції (регулюванні) економічних процесів, особливо тих, до яких ринок “не дотягується” або в регулюванні яких є малоефективним. Водночас у багатьох сферах і економічних процесах, де втручання держави є надмірним, має проводитися комплекс заходів або

реформа з дерегуляції. Це сприятиме зростанню національної економіки, її соціалізації, а також підвищенню економічної безпеки країни.

Комплекс проблем з дерегуляції української економіки та низький рейтинг України за індексом економічної свободи вказує на те, що в країні слід активізувати відповідну реформу, звичайно, з урахуванням зарубіжного досвіду.

Подальші дослідження в цьому напрямку слід спрямувати на обґрунтування доцільності й ефективності конкретних заходів, що намічені чи реалізуються в рамках реформи з дерегуляції української економіки, зокрема в контексті розвитку підприємництва.

ЛІТЕРАТУРА

1. Башнянин Г. І. Ефективність дерегуляції економічних систем перехідного типу: методологічні проблеми метрологічного аналізу : монографія / Г. І. Башнянин, Г. С. Третяк. – Львів : Вид-во ЛКА, 2008. – 502 с.

2. Буаїе Р. Теория регуляции: Критический анализ / Р. Буаїе ; [пер. с фр.]. – М. : Наука для общества ; РГГУ, 1997. – 212 с.

3. Геєць В. М. Суспільство, держава, економіка: феноменологія взаємодії та розвитку / В. М. Геєць. – К. : Ін-т екон. та прогноз. НАН України, 2009. – 864 с.

4. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег (1936) / Дж. М. Кейнс ; [пер. с англ.]. – М. : Гелиос, 2002. – 352 с.

5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; [пер. с англ.]. – М. : Бизнес-книга ; ИМА-Кросс. Плюс, 1995. – 702 с.

6. Лагутін В. Стабільність суспільного розвитку: досвід міждисциплінарного дослідження / В. Лагутін // Економічна теорія. – 2017. – № 2. – С. 5-18.

7. Літвінов О. В. Закордонний досвід проведення регуляторних реформ та застосування “регуляторної гільйотини” / О. В. Літвінов, Н. М. Літвінова // Аспекти публічного управління. – 2014. – № 7. – С. 37-48.

8. Макконнелл К. Экономикс: Принципы, проблемы и политика : в 2 т. / К. Макконнелл, С. Брю / [пер. с англ. 11-го изд.]. – М. : Республика, 1992. – Т. 1. – 399 с.

9. Михасюк І. Регуляція і дерегуляція національної економіки в екстремальних умовах / І. Михасюк, В. Чаус // Молодь і ринок. – 2014. – № 12. – С. 8-11.

10. Фридман М. Капитализм и свобода (1962) / М. Фридман ; [пер. с англ.]. – М. : Новое издательство, 2006. – 240 с.

11. Хайек Ф. Дорога к рабству (1944) / Ф. А. фон Хайек ; [пер. с англ.]. – М. : Новое издательство, 2005. – 264 с.

12. Айвазов А. Как России преодолеть новый мировой кризис? / А. Айвазов // Война и мир. – 2012. – 12 апреля [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.warandpeace.ru/ru/exclusive/view/68279/>.

13. Пасько Д. 5 прикладів дерегуляції, які вже втілено в життя [Електронний ресурс] / Д. Пасько // Forbes-Україна. – 2015. – 24 лютого. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1389297-5-prikladiv-deregulyaciyi-yaki-vzhe-vtileno-v-zhittya>.

14. Досвід структурних реформ: як це роблять за кордоном [Електронний ресурс] // Центр прикладних політичних досліджень “Пента”. – 2011. – 23 червня. – Режим доступу : <https://glavcom.ua/publications/114608-dosvid-strukturnih-reform-jak-tse-robljat-za-kordonom-chastina-i.html>.

15. Україна в Індексі економічної свободи-2017 додала 1,3 бала, але опустилася на 166-те місце // Interfax-Україна: інформ. агентство. – 2018. – 16 лютого. – Режим доступу : <http://ua.interfax.com.ua/news/general/403745.html>.

REFERENCES

1. Bashnianyn, H. I. and Tretiak, H. S. (2008), *Efektivnist derehuliatcii ekonomichnykh system perekhidnoho typu: metodolohichni problemy metrolohichnoho analizu*, Vyd-vo LKA, Lviv, 502 s.

2. Buaye, R. (1997), *Teoriya regulyatsii: Kriticheskiy analiz*. Nauka dlya obschestva ; RGGU, M., 212 s.

3. Heiets, V. M. (2009), *Suspilstvo, derzhava, ekonomika: fenomenolohiia vzaiemodii ta rozvytku*, Int ekon. ta prohnozuv. NAN Ukrainy, K., 864 s.

4. Keynes, Dzh. M. (2002), *Obschaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg*, Gelios, M., 352 s.

5. Kotler, F. (1995), *Osnovyi marketinga*, Biznes-kniga; IMA-Kross. Plyus, M., 702 s

6. Lahutin, V. (2017), *Stabilnist suspilnoho rozvytku: dosvid mizhdystsyplinarnoho doslidzhennia, Ekonomichna teoriia*, № 2, s. 5-18.

7. Litvinov, O. V. and Litvinova, N. M. (2014), *Zakordonnyi dosvid provedennia rehuliatornykh reform ta zastosuvannia “rehuliatornoii hiliotyiny”*. *Aspekty publichnoho upravlinnia*, № 7, s. 37-48.

8. Makkonnell, K. and Bryu. S. (1992), *Ekonomiks: Printsipy, problemy i politika*, Respublika, M, t. 1, 399 s.

9. Mykhasiuk, I. and Chaus V. (2014), *Rehuliatcii i derehuliatcii natsionalnoi ekonomiky v ekstremalnykh umovakh*, *Molod i rynek*, № 12, s. 8-11.

10. Fridman, M. (2006), *Kapitalizm i svoboda*, Novoe izdatelstvo, M., 240 s.

11. Hayek, F. (2005), *Doroga k rabstvu*, Novoe izdatelstvo, M., 264 s.

12. Ayvazov, A. (12.04.2012), *Kak Rossii preodolet novyy mirovoy krizis? Voyna i mir*. [Online], available at: <http://www.warandpeace.ru/ru/exclusive/view/68279/>.

13. Pasko, D. (24.02.2015), *5 prykladiv derehuliatcii, yaki vzhe vtileno v zhyttia*, *Forbes-Ukraina*. [Online], available at: <http://forbes.net.ua/ua/opinions/1389297-5-prikladiv-deregulyaciyi-yaki-vzhe-vtileno-v-zhittya>.

14. *Dosvid strukturnykh reform: yak tse robljat za kordonom* (23.06.2011), *Tsentr prykladnykh politychnykh doslidzhen “Penta”*. [Online], available at: <https://glavcom.ua/publications/114608-dosvid-strukturnih-reform-jak-tse-robljat-za-kordonom-chastina-i.html>.

15. *Ukraina v Indeksii ekonomichnoi svobody-2017 dodala 1,3 bala, ale opustylasia na 166-te mistse* (16.02.2018), *Interfax-Ukraina: inform. ahentstvo*. [Online], available at: <http://ua.interfax.com.ua/news/general/403745.html>.

Кузнєцов Е. А.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри економіки та управління, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса

Захарченко Н. В.,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та моделювання ринкових відносин, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, м. Одеса

НОВАТОРСЬКИЙ ПІДХІД У ПІДВИЩЕННІ ЯКОСТІ НАДАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ПОСЛУГ СПОЖИВАЧАМ

***Анотація.** У даній статті досліджено новаторський підхід щодо підвищення якості надання послуг споживачам, які ґрунтуються на європейських стандартах та принципах. Розроблено методичний підхід до оцінки якості надання інтегрованих послуг споживачам органами місцевого самоврядування. Показана цілеспрямованість розробки системи менеджменту якості надання інтегрованих послуг споживачам в Україні, яка базується на стандартах серії ISO 9001: 2001. Доведено, що сучасна система управління якістю потребує системних змін, які повинні бути максимально прозорими та ґрунтуватися на європейських цінностях. Реалізація клієнтоорієнтованого підходу в системі регулювання створить умови для отримання населенням країни якісних, своєчасних і адекватних реаліям інтегрованих послуг.*

Ключові слова: *якість, інтегровані послуги, населення, стандарт, споживач, система, місцеві органи самоврядування, менеджмент.*

Kuznietsov E. A.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics and Management, National Odessa I.I. Mechnikov University, Odessa

Zakharchenko N. V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Modeling of Market Relations, National Odessa I.I. Mechnikov University, Odessa

INNOVATIVE APPROACH TO IMPROVING THE QUALITY OF DELIVERING INTEGRATED SERVICES TO CONSUMERS

***Abstract.** This article explores the innovative approach to improving the quality of services delivery to consumers based on European standards and principles. The methodical approach to assessing the quality of delivering integrated services to consumers by local self-government bodies is developed. The purposefulness of the development of a quality management system for delivering of integrated services to consumers in Ukraine based on the standards of the ISO 9001: 2001 series is shown. It is proved that the modern quality management system requires systemic changes, which should be as transparent as possible and based on European values. The implementation of a client-oriented approach in the regulatory system will create conditions for receiving by the population of the country qualitative, opportune and adequate to the realities integrated services.*

Key words: *quality, integrated services, population, standard, consumer, system, local self-government bodies, management.*

Постановка проблеми. Процеси глобалізації та інтеграції світової економіки висувають вимоги щодо відповідності технічних, економічних, соціальних та інноваційних загальноприйнятих стандартів, в центрі уваги знаходиться удосконалення системи менеджменту якості надання послуг населенню органами місцевого самоврядування в Україні, яка базується на стандартах серії ISO 9001: 2001. Управління якістю є однією з ключових функцій менеджменту, основним засобом досягнення та підтримки конкурентоспроможності будь-якого підприємства. Сучасні умови господарювання вимагають розробки методичних підходів до оцінки якості надання послуг споживачам, що дозволить сформувати науково обґрунтовану систему оцінки ефективності надання послуг населенню в Україні адміністративного характеру, яка ґрунтується на європейських цінностях. Саме тому проблема управління якістю надання послуг населенню як споживачам цих послуг є актуальною, особливо в умовах реалізації адміністративно-територіальної реформи в Україні та євроінтеграції [7].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У процесі написання статті авторами було вивчено та проаналізовано багато нормативно-правових актів. Вагомий внесок у дослідження та пошук інноваційних підходів щодо надання якісних послуг населенню як споживачам цих послуг зробили провідні вітчизняні та зарубіжні вчені: В. І. Захарченко [2], Н. В. Кузьма [3], Т. А. Макареня [4], М. О. Панченко [6] та ін. Але у вказаних роботах відсутній детальний аналіз існуючих систем менеджменту якості послуг стосовно сучасної вітчизняної практики.

Постановка завдання. Дослідити означені новаторські рішення щодо підвищення якості надання послуг населенню, які ґрунтуються на європейських стандартах та принципах. Розробити методичний підхід до оцінки якості надання інтегрованих послуг населенню органами місцевого самоврядування. Обґрунтувати цілеспрямованість розробки системи менеджменту якості надання інтегрованих послуг населенню в Україні, яка базується на стандартах серії ISO 9001: 2001.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вхідження України в єдиний європейський простір вимагає новаторського вирішення проблем підвищення якості надання послуг населенню. Запровадження в органах виконавчої влади системи управління якістю на засадах ДСТУ ISO 9001-2001 є дієвим інструментом сприяння підвищенню ефективності діяльності органів виконавчої влади та формування позитивного іміджу влади серед громадян України, бізнесових кіл та міжнародної спільноти.

ISO (скорочення від International Organization for Standardization – Міжнародна організація по стандартизації) – світова Федерація національних органів по стандартизації, що об'єднує майже 100 країн-учасників. З 2004 року Україна також входить до ISO. Основним завданням ISO є підтримка розробки міжнародних стандартів, тестування та сертифікації,

спрямованих на розвиток міжнародної торгівлі якісними продуктами та послугами [6].

Міжнародний досвід застосування СУЯ (система управління якістю) у державних органах для досягнення рівня належного управління доведений прикладами. Зокрема, СУЯ відповідно до міжнародного стандарту ISO 9001 ефективно функціонує в органах державного управління більшості країн ЄС. В Японії СУЯ запроваджена майже у 90% муніципальних органів.

Головними цілями використання стандарту ISO 9001 є:

- надання споживачам впевненості у тому, що організація здатна стабільно задовольняти їх вимоги;

- надання керівництву організації впевненості у тому, що вона здатна стабільно задовольняти вимоги споживачів;

- надання працівникам організації впевненості у тому, що вони чітко, якісно та в повному обсязі виконують свої обов'язки та поставлені завдання [8].

Головна вимога стандарту ISO 9001:

Для усіх видів діяльності, які впливають на якість послуг і задоволеність споживачів, повинно бути визначено:

- хто виконує;

- як виконує (з потрібним рівнем деталізації);

- як узгоджене з іншими видами діяльності;

- як аналізується результативність та вплив на досягнення цілей організації;

- як підтверджується виконання (за потреби).

Результати використання стандарту ISO 9001: більш ефективний контроль та управління; зменшення кількості помилок; підвищення задоволеності споживачів; зменшення неефективних витрат (у т. ч. витрат часу); покращання іміджу організації; підвищення задоволеності персоналу [9].

Запровадження публічних послуг у державному секторі вимагає від державних службовців вміння здійснювати аналіз політики, стратегічне планування, розроблення програм, їх управління та оцінювання. Потрібно побудувати систему управління якістю, яка стабільно забезпечуватиме якісний результат незалежно від нормативних, кадрових змін, змін на ринку тощо. Це означає, що вона має бути чутливою до змін і вчасно адаптуватися задля забезпечення якості свого продукту. Саме тому, вивчивши європейський досвід, з метою підвищення якості надання послуг новаторським рішенням є використання інтегрованих послуг населенню, які ґрунтуються на європейських принципах та міжнародних стандартах якості [1].

Інтегровані послуги – це сукупність надання соціальних послуг, адміністративних послуг та послуг звернень, запитів та листування. На сьогодні в багатьох містах України за підтримки ЄС відкриті Центри інтегрованих послуг з надання послуг населенню європейської якості. Головний принцип – 90% послуг під “одним дахом”. Принцип case management, який запроваджено у центрі, – це супровід клієнта фахівцем з моменту виявлення проблеми до її повного рішення. У роботі центру

також врахували вимоги міської влади щодо відкритості роботи: приміщення обладнано відеоспостереженням, щоб мінімізувати корупційний ризик та уникати конфліктних ситуацій, налагоджено систему надання послуг особам з інвалідністю та на дому.

Виходячи з означеного, якість інтегрованих послуг – це сукупність властивостей, що визначають її придатність задовольняти індивідуальні потреби конкретного споживача. Причому в цих властивостях відображається інтеграція якісного виконання послуги та особистого обслуговування споживача.

Організація, яка надає інтегровані послуги, має провадити практику постійного оцінювання і визначення ступеня задоволеності потреб споживача. Необхідно практикувати постійне оцінювання функціонування процесів виконання послуг, що дає змогу виявляти резерви поліпшення якості послуг і активно їх реалізовувати. Для проведення такого оцінювання керівництву слід створити і підтримувати в робочому стані інформаційну систему зі збирання і поширення даних з усіх відповідних джерел. Для цього необхідно сформулювати вимоги до якості документації, відповідальності керівництва, зобов'язань керівництва, політики в галузі якості, менеджменту ресурсів, змін, аналізу та поліпшення.

Впровадження системи менеджменту якості дозволить системно підійти до проблеми підвищення якості наданих послуг, враховуючи регіональні соціально-економічні особливості, принципи регулювання та надання інтегрованих послуг споживачам.

Модель системи менеджменту якості підприємств, які надають послуги, діяльність яких регулюється на регіональному рівні і орієнтована на задоволеність клієнтів, процес постійного поліпшення системи менеджменту якості, процес життєвого циклу послуги, яка залучає в систему якості керівництво, управління ресурсами і використовує традиційні функції менеджменту, можна представити наступним чином (рис. 1) [10]

Отже, методика, що дозволяє враховувати показники якості інтегрованих послуг, які надаються місцевими органами самоврядування, повинна базуватися на міжнародній системі менеджменту якості серії ISO 9001:2001, яка допомагає враховувати, перш за все, потреби клієнтів, які дозволяють реалізовувати клієнтоорієнтований підхід у системі регулювання, адже стрижнем зусиль повинні бути потреби клієнта (рис. 2).

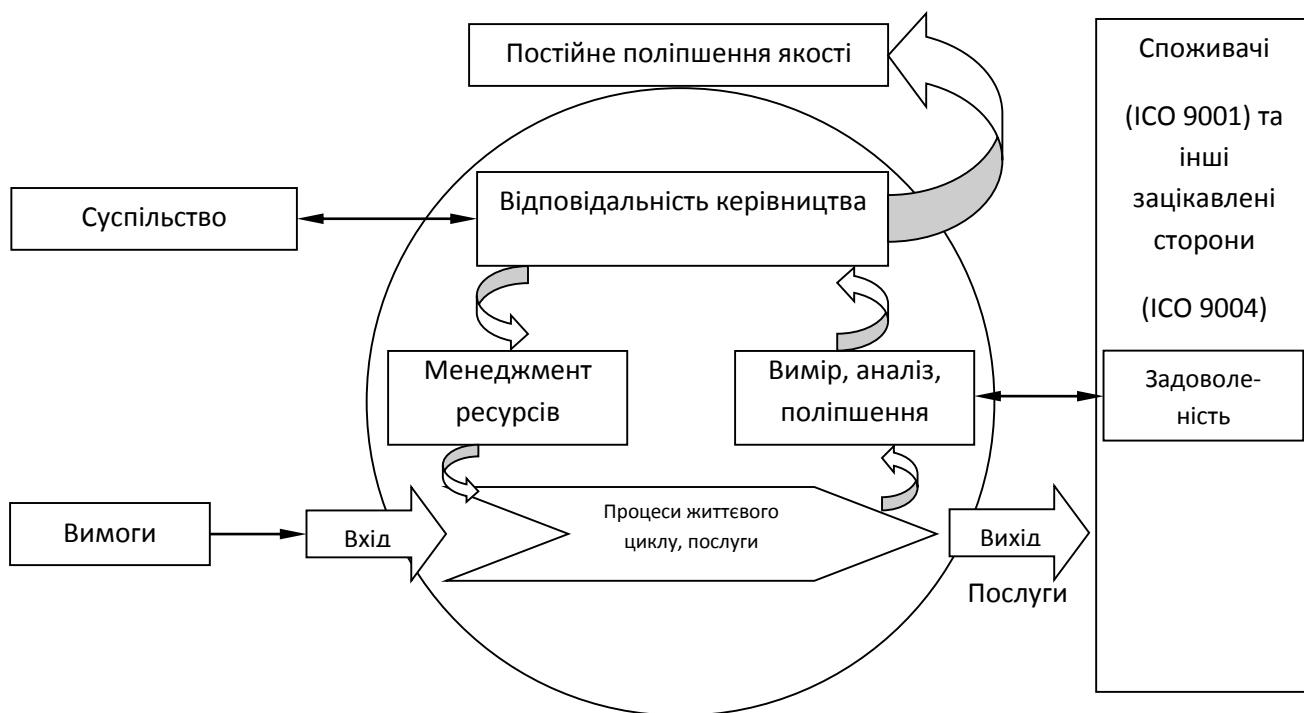


Рис. 1. Модель системи менеджменту якості надання інтегрованих послуг населенню (складено на основі [2; 5])

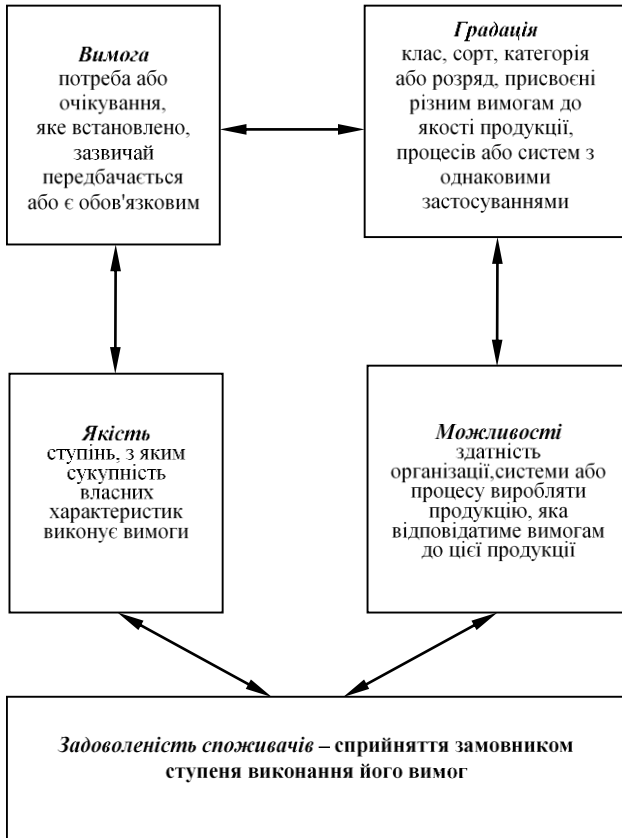


Рис. 2. Основні вимоги в галузі менеджменту якості (складено на основі [3])

ISO 9001:2001 дозволяє виділити й адаптувати вимоги до якості визначених послуг, адже чітко встановлює, перш за все, основні терміни та визначення в галузі менеджменту якості (рис. 3). Ефективне управління якістю послуг може бути забезпечене шляхом створення системи менеджменту якості на підприємстві (рис. 3).

Крім того, сьогодні Україна потребує освоєння технологічного менеджменту та освітніх програм в галузі систем управління якістю, які, за оцінками незалежних експертів, приносять приблизно 2,64 дол. США прибутку на кожний вкладений долар [7].

Відповідно до вимог міжнародної системи менеджменту якості споживачів оцінка якості з боку задоволеності споживачів повинна враховувати, перш за все, якість послуги, післяпродажного обслуговування, адміністративних відносин, якість особистого обслуговування і легкості доступу до інформації (рис. 4).

Дана оцінка дозволяє враховувати точки зору постачальника і споживача на цінність послуги (рис. 5) [6].

Таким чином, для оцінки ефективності умов надання інтегрованих послуг доцільно використовувати показники якості і розрахований на їх основі інтегральний показник, який включається в систему менеджменту якості підприємства ISO 9001: 2001 як індикатор ефективності управління системою надання послуг [5].

Цінність послуги в очах споживача (населення) зростає за рахунок цінності сприйняття споживача, тому оцінка адміністративних відносин – відношення між підприємствами-постачальниками послуг (ЦП) та органами влади, органами соціального захисту населення, оцінка комерційних відносин – фінансово-економічних відносин між споживачами та постачальниками послуг є ключовою в очах споживача.

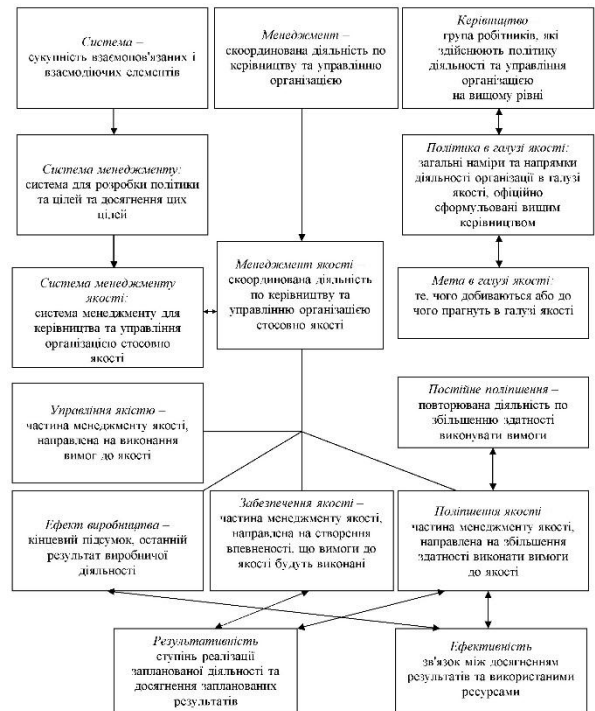


Рис. 3. Основні поняття відносно менеджменту якості надання інтегрованих послуг (складено на основі [4])

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Сучасна система управління якістю потребує системних змін, які повинні бути максимально прозорими та ґрунтуватися на європейських цінностях. Представлений методичний підхід до оцінки якості надання інтегрованих послуг споживачам органами місцевого самоврядування дозволяє враховувати показники якості послуг населенню, що базується на міжнародній системі менеджменту якості серії ISO 9001:2001, яка допомагає враховувати, перш за все, потреби клієнтів. Таким чином, новаторським рішенням є реалізація клієнтоорієнтованого підходу в системі регулювання, яка створює умови для отримання населенням країни якісних, своєчасних і адекватних реаліям та євростандартам інтегрованих послуг.

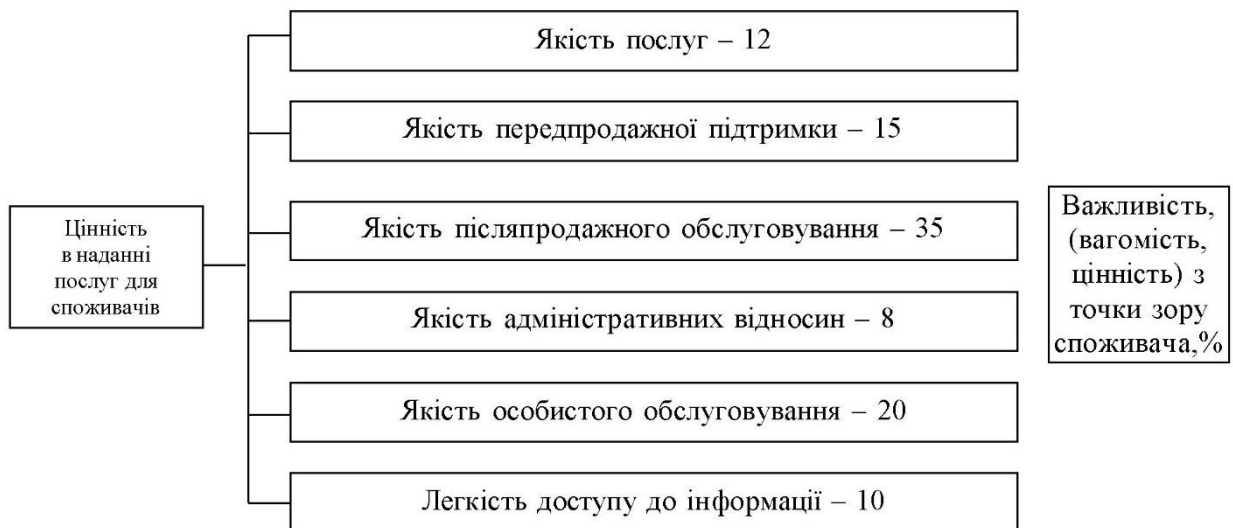
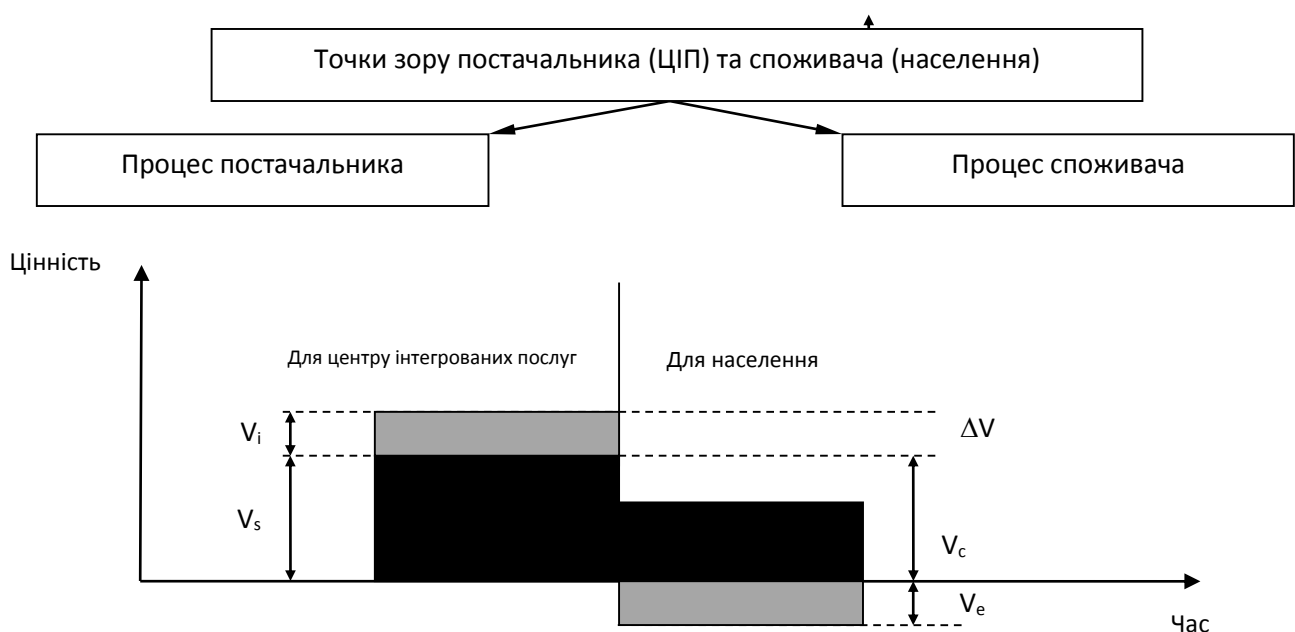


Рис. 4. Графічне уявлення методики оцінки якості послуги зі сторони споживачів згідно з ISO 9000:2000



- А. З точки зору постачальника (ЦП):
 V_i – втрати цінності через неефективність процесу;
 V_s – цінність послуги.
- Б. З точки зору споживача (клієнта):
 V_c – цінність у сприйнятті споживача;
 ΔV – різниця між цінністю послуги і цінністю в сприйнятті споживача;
 V_e – цінність, яку споживач чекав, але не отримав від постачальника.
- В. Сумарні витрати процесу дорівнюють $V_s + V_i$.
- Г. Сумарні витрати, які не збільшують цінність продукції, дорівнюють $V_i + \Delta M$:
 V_e – витрати споживача на процес створення додаткових цінностей.

Рис. 5. Модель рівня задоволеності населення (споживача) послугами постачальника (центру інтегрованих послуг)

ЛІТЕРАТУРА

1. Про заходи щодо впровадження Концепції адміністративної реформи в Україні [Електронний ресурс] : Указ Президента України від 22.07.1998 № 810/98 (зі змінами). – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/810/98/page>.
2. Роль громадськості у покращенні якості адміністративних послуг / В. Тимошук, С. Школьник, А. Колохіна, С. Бородін; [за заг. ред. В. Тимошука]. – К. : ФОП Москаленко О.М., 2017. – 73 с.
3. Стандарти ІСО в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://test-group.com.ua/uk/stati/84-standarti-iso-v-ukrajini.html>.
4. Деякі питання надання адміністративних послуг органів виконавчої влади через центри надання адміністративних послуг [Електронний ресурс] : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.05.2014 № 523-р (зі змінами). – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/523-2014-%D1%80>.
5. Система менеджмента качества [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ru.wikipedia.org/wiki/Система_менеджмента_качества.
6. Захарченко В. И. Совершенствование анализа эффективности действующей системы менеджмента качества на предприятии / В. И. Захарченко, М. А. Панченко // Вісник Інституту економіко-правових досліджень НАНУ, 2011. – №2(3). – С. 81-84.
7. Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001: 2000, IDT) : Державний стандарт України ДСТУ ISO 9001-2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zoda.gov.ua/files/WP_Article_File/original/000011/11933.pdf.
8. Кузьма Н. В. (2017). Децентралізація надання адміністративних послуг – шлях до розвитку публічного управління / Н. В. Кузьма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.centre-kiev.kiev.ua/files/konkurs/present2/Kuzma%20N.V.pdf>.
9. Макареня Т. А. Ориєнтація на якість системи надання послуг / Т. А. Макареня // Вестник Ростовского государственного экономического университета “РИНХ”, 2009. – №1. – С. 73-82.
10. Панченко М. О. Методичне забезпечення трансформації системи менеджменту якості на підприємствах харчової промисловості: монографія / М. О. Панченко. – Донецьк : Ноулідж, 2013. – 118 с.

REFERENCES

1. Pro zakhody shchodo vprovadzhenia Kontseptsii administratyvnoi reformy v Ukraini : Ukaz Prezydenta Ukrainy vid 22.07.1998 No 810/98 (zi zminamy), available at : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/810/98/page>.
2. Tymoshchuk, V., Shkolnyi, Ye, Kolokhina, A. and Borodin, Ye. (2017), Rol hromadskosti u pokrashchenni yakosti administratyvnykh posluh, Kiev, FOP Moskalenko O.M.
3. Standarty ISO v Ukraini, available at: <http://test-group.com.ua/uk/stati/84-standarti-iso-v-ukrajini.html>.
4. Deiaki pytannia nadannia administratyvnykh posluh orhaniv vykonavchoi vlady cherez tsentry nadannia administratyvnykh posluh: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 16.05.2014 No 523-r (zi zminamy), available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/523-2014-%D1%80>.
5. Sistema menedzhmenta kachestva, available at: http://ru.wikipedia.org/wiki/Sistema_menedzhmenta_kachestva.
6. Zakharchenko, V. I. and Panchenko, M. A. (2011), Sovershenstvovanie analiza effektivnosti deistvuiushchei sistemy menedzhmenta kachestva na predpriatii, *Visnik Institutu ekonomiko-pravovikh doslidzhen NANU*, 2(3), pp. 81-84.
7. Systemy upravlinnia yakistiu. Vymohy (ISO 9001: 2000, IDT) : Derzhavnyi standart Ukrainy DSTU ISO 9001-2001, available at: http://www.zoda.gov.ua/files/WP_Article_File/original/000011/11933.pdf.
8. Kuzma, N. V. (2017), Detsentralizatsiia nadannia administratyvnykh posluh – shliakh do rozvytku publichnoho, available at: <http://www.centre-kiev.kiev.ua/files/konkurs/present2/Kuzma%20N.V.pdf>.
9. Makarenia, T. A. (2009), Oryentatsiia na kachestvo systemy predostavleniia usluh, *Vestnyk Rostovskoho hosudarstvennoho ekonomycheskoho unyversyteta “RYNKh”*, 1, 73-82.
10. Panchenko, M. O. (2013), *Metodychne zabezpechennia transformatsii systemy menedzhmentu yakosti na pidpriemstvakh kharchovoi promyslovosti*, Noulidzh, Donetsk.

Тарасюк А. В.,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки і підприємництва, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон

Кузнецов Д. С.,

магістр, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВОДНОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті вивчено особливості функціонування річкового і морського транспорту в Україні. Проведено порівняльний аналіз обсягів водних вантажоперевезень. Досліджено перспективи розвитку водного транспорту в Україні та підвищення ефективності його функціонування. Встановлено, що перевагами широкого застосування водного транспорту є найнижча собівартість вантажних перевезень у перерахунку на одну умовну тонну вантажу, порівняно низькі інвестиції, які потрібні для відновлення галузі, та значний потенціал і добре розвинута інфраструктура підприємств водного транспорту. Подальші дослідження доцільно проводити в напрямку розробки організаційних і економічних механізмів, котрі спроможні забезпечити ефективне функціонування підприємств водного транспорту в Україні.

Ключові слова: річковий та морський транспорт, вантажоперевезення, ефективність водного транспорту, добре розвинена інфраструктура, підприємства водного транспорту.

Tarasiuk A. V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, Kherson National Technical University, Kherson

Kuznetsov D. S.,

Master's degree student, Kherson National Technical University, Kherson

PROBLEMS OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF WATER TRANSPORT OPERATION IN UKRAINE

Abstract. The article deals with the features of functioning of river and sea transport in Ukraine. A comparative analysis of volumes of water cargo transportation is carried out. Prospects of development of water transport in Ukraine and increase in the efficiency of its functioning were investigated. It was determined that the lowest cost of freight transportation in terms of one tonnage of cargo, relatively low investments required to restore the industry, significant potential and well-developed infrastructure of water transport enterprises are the advantages of widespread use of water transport. Further research should be conducted in the direction of development organizational and economic mechanisms that are capable to ensure the efficient functioning of water transport enterprises in Ukraine.

Keywords: river and sea transport, cargo transportation, well-developed infrastructure, efficiency of water transport, water transport enterprises.

Постановка проблеми. Україна багата на природні водні шляхи, має розвинену інфраструктуру водного транспорту, кваліфіковані кадри,

проте останнім часом спостерігалися падіння обсягів вантажоперевезень підприємствами водного транспорту. З метою підвищення ефективності

діяльності і мінімізації затрат та збалансування роботи підприємств цієї галузі необхідно приділяти більше уваги розвитку водної логістики в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічним питанням організації вантажоперевезень водним транспортом присвячені праці Блиндарука А., Гаджинського А., Примачева М., Винникова С. Проте в умовах динамічного ринку необхідні додаткові комплексні дослідження проблем розвитку підприємств водного транспорту.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення особливостей функціонування підприємств водного транспорту і визначення шляхів підвищення їх ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресурсний потенціал річкового транспорту України умовно поділяють на: внутрішні водні шляхи (ВВШ) – судноплавні річки, водосховища, гідротехнічні споруди, обладнання, інші технічні об'єкти у стані, що відповідають технічним та експлуатаційним стандартам; річковий флот – вантажні, пасажирські судна різного типу, технічний та спеціалізований флот; об'єкти обслуговуючої інфраструктури – річкові порти, причали, обладнані засобами механізації, та судноремонтні заводи; систему навігації та контролю за дотриманням умов безпеки судноплавства; та річкову інфраструктуру – органи державного управління, наукові установи, навчальні заклади тощо.

Територією України проходить близько 4 тис. км внутрішніх водних шляхів, якими потенційно можна здійснювати перевезення вантажів. На сьогодні транспортування здійснюється по Дніпру, Дунаю та Південному Бугу. За даними Державної служби статистики, 90% транспортних перевезень припадає на Дніпро. Протяжність водних шляхів, якими здійснюється судноплавство, порівняно з 1990 роком скоротилася майже вдвічі – з 4 тис. км до 2,1 тис. км. Натомість протяжність водних шляхів із гарантованими глибинами скоротилася з 3,1 тис. км до 1,2 тис. км.

Найважливішими морськими портами України є Одеса, Ізмаїл, Іллічівськ, Херсон, Миколаїв та ін. Великі портові міста знаходяться на берегах Азовського моря (Маріуполь, Бердянськ). Через порти Чорного та Азовського морів підтримуються зовнішньоекономічні зв'язки країни.

Відповідно, основу морського транспорту України становлять Чорноморське (ЧМП), Азовське (АМП) та Українсько-Дунайське (УДП) пароплавства, що володіють транспортним флотом сумарним тоннажем 5,2 млн т і пасажирським флотом на 9,9 тис. місць. Всього на території України розташовані 18 портів, до них відносяться 175 перевантажувальних комплексів і 8 судноремонтних заводів.

У табл. 1 наведено динаміку обсягів вантажних перевезень за 2000-2016 рр. Аналіз даних, зображених в таблиці, дає можливість встановити загальну динаміку скорочення обсягів перевезень всіма видами транспорту в останні роки. Така динаміка пояснюється загальним скороченням обсягів

виробництва в Україні та неповним використанням транзитного потенціалу. Найбільшу питому вагу в загальному обсязі вантажоперевезень займають авто і залізничні перевезення. Проте за підрахунками, зробленими для проекту Державної програми розвитку внутрішнього водного транспорту на період 2014-2021 роки, перевезення річковим водним транспортом у п'ять разів економніші, ніж залізничні, і вдесятеро дешевші, ніж автомобільні.

Таким чином, ефективність використання ресурсного судноплавного потенціалу річок України тривалий період має негативну динаміку. Довжина річкових водних артерій скоротилася майже у 2 рази (з 4 тис. км до 2,1 тис. км), одночасно скоротилася щільність річкових судноплавних шляхів у 1,75 рази; інтенсивність перевезень вантажів – у 4,3 рази і перевезень пасажирів – у 7,5 рази (табл. 2).

Серед найбільш вагомих причин негативної динаміки – невідповідність показника гарантованих глибин внутрішніх водних шляхів вимогам щодо безпеки судноплавства, лише трохи більше половини шляхів (57 %) мають гарантовані глибини. Для відновлення комерційного судноплавства необхідним є проведення днопоглиблювальних робіт на Дніпродзержинському переказі та ділянці від Миколаєва до Вознесенська на р. Дніпро, а також на р. Південний Буг, де глибина річки сягає всього 1,6 м, при необхідному мінімумі в 2,9 м. Регулярне водне сполучення з Білоруссю у верхній течії Дніпра та Прип'яті, рух по Десні практично припинилися, що пов'язано з обмілінням на 1 м згаданих річок у цьому районі. Вище м. Дніпропетровськ рух вантажних суден практично не здійснюється через наявність проблемної для судноплавства ділянки – підводних скель між містами Дніпродзержинськ та Дніпропетровськ.

Внаслідок незадовільного технічного стану шлюзів, що добігають граничного терміну експлуатації – 70 років, а також через тривале недофінансування утримання судноплавних шлюзів р. Дніпро, яке за останні роки не перевищувало 50 % від необхідної потреби, утворилася ситуація, що спричиняє реальну загрозу виникнення техногенної катастрофи. Відповідно, потрібно поновити технічне обладнання з метою запобігання аварійній ситуації. Фактичний термін експлуатації водосховищ коливається від 27 років (Дністровське) до 67 років (Дніпровське). За показником рівня експлуатації корисної площі найбільш ефективно експлуатуються Кременчуцьке (65,9 %) та Дністровське (66,7 %) водосховища. Решта експлуатується на третину (Каховське – 37,4 %; Київське – 32,2 %; Дніпровське – 30 %) і менше (Дніпродзержинське – 12,5 %, Канівське – 11,5 %) [8].

Аналіз стану портової галузі України відображено в табл. 3. Спостерігається негативна динаміка розвитку портової галузі. У переробці вантажів найбільша питома вага припадає на експортні послуги. Це єдиний показник, який має постійну позитивну динаміку за період 2008-2016 років.

Динаміка обсягів вантажоперевезень за типом рухомого складу, тис. тонн

Рік	Вид транспорту					
	залізничний	морський	річковий	автомо- більний	авіаційний	трубопро- відний
2000	357381,6	6316,3	8349,8	938916,1	23,2	218164,9
2001	370199,1	8231,6	6969,8	977268,8	26,9	216441,1
2002	392592,0	8785,7	7608,3	947263,8	90,3	201274,6
2003	445534,7	8851,4	9974,9	973283,0	148,4	216699,9
2004	462367,6	8793,6	11858,5	1027396,3	101,0	220927,0
2005	450277,3	8575,2	12868,6	1120715,3	126,3	212556,8
2006	478711,4	8664,9	14297,1	1167199,7	98,9	203693,7
2007	514192,9	9123,9	15120,6	1255225,3	104,0	195990,7
2008	498536,8	8228,2	11293,5	1266598,1	102,1	186797,0
2009	391523,4	4652,0	5145,5	1068857,9	85,1	154594,6
2010	432897,0	4067,8	6989,5	1168218,8	87,9	153436,6
2011	469308,1	4145,6	5720,9	1252390,3	92,1	154971,2
2012	457454,5	3457,5	4294,7	1259697,7	122,6	128439,8
2013	443601,5	3428,1	2840,5	1260767,5	99,2	125941,1
2014	386276,5	2805,3	3144,8	1131312,7	78,6	99679,5
2015	349994,8	3291,6	3155,5	1020604,0	69,1	97231,5
2016	343433,5	3032,5	3641,8	1085663,4	74,3	106729,2

Аналізуючи табл. 4, можна зробити висновок про різке скорочення торгового флоту України, що, з однієї сторони, пов'язано з моральним і фізичним старінням наявного флоту, а з іншої – скороченням обсягів кораблебудування в Україні (на відміну від машинобудування, котре порівняно широко представлено на території країни).

Активному розвитку підприємств водного транспорту перешкоджає ряд проблем, серед яких суттєвими є державне регулювання і тарифи. Для здійснення перевезень внутрішнім річковим транспортом перевізнику потрібно сплатити кілька

зборів: канальний, збір за розведення мостів, а також збір за шлюзування. Загальний обсяг цих зборів складає 1,88 дол. за тону вантажу. На даний час в Україні немає законодавчої бази, яка регулює здійснення річкових перевезень та роботу портової інфраструктури. Єдиним сучасним правовим актом на рівні закону, який регулює питання річкових портів, є Закон України «Про транспорт». Рішенням проблеми може стати ряд законодавчих проєктів регулювання і тарифікації водних засобів перевезення зі сторони державного управління.

Таблиця 2

Динаміка розвитку та використання внутрішніх водних шляхів в Україні [5]

Показники	1990	2000	2006	2008	2010	2012	2014	2016
Річкові судноплавні шляхи загального користування із знаками судноплавства, тис. км	4	2,3	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1	2,1
із освітлювальними та світловідбиваючими знаками, тис. км	3,6	0,5	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
%	90	22	50	50	52	52	52	52
з гарантованими глибинами, тис. км	3,1	1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
%	78	43	55	55	57	57	57	57
Щільність річкових судноплавних шляхів, км на 1 тис. кв. км території	7	4	4	4	4	4	4	4
Інтенсивність перевезення вантажів, млн. т-км на 1 км	3	2,4	2,1	1,8	1	0,8	0,7	0,7
Інтенсивність перевезення пасажирів, млн. пас-км на 1 км шляхів	0,15	0,01	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02

Таблиця 3

Переробка вантажів морськими портами України, тис. т

Переробка вантажів	Роки						
	2002	2004	2016	2018	2010	2014	2016
Усього перероблено вантажів	169595	157169	148177	155025	150984	137272	142795
Експортних	76261	88136	84098	84881	97233	95018	103067
Імпортних	21139	12809	17426	19400	16083	17757	15932
Транзитних	66286	52132	44182	47599	35322	22345	20339
Внутрішніх	5909	4092	2471	3145	2346	2152	3457

Таблиця 4

Структура торгового флоту України

Найменування	1990	2000	2010	2013	2016
Всього флоту	29210	1670	904	635	608
Нафтові танкери	6192	90	52	40	36
Суховантажі/баржі	6626	266	111	28	28
Суховантажі	10568	881	526	400	380
Контейнеровози	601	46	...	2	2
Інші типи суден	5225	386	214	167	161
Обсяг перевезень, млн т	66	8	7	4	4

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Ефективність використання ресурсного судноплавного потенціалу річок України тривалий період має негативну динаміку. Встановлено, що перевагами широкого застосування водного транспорту є: найнижча собівартість вантажних перевезень у перерахунку на одну умовну тонну вантажу; порівняно низькі інвестиції, які потрібні для відновлення галузі. З метою розвитку підприємств галузі необхідно врегулювати законодавчу та тарифну політику держави, поновити технічне обладнання з метою запобігання аварійній ситуації та модернізувати технологію пакування багажу на судно.

Подальші дослідження доцільно проводити в напрямку розробки організаційних і економічних механізмів, котрі спроможні забезпечити ефективне функціонування підприємств водного транспорту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гринько С. И. Внешнеторговые сделки : учебн. пособие / С. И. Гринько. – Сумы : Учбова книга, 2014. – 234 с.
2. Гаджинский А. М. Основы логистики : учебник / А. М. Гаджинский. – М. : Знание, 2015. – 456 с.
3. Підлісний П. І. Ефективність управлінських рішень подальшого реформування приватизованих підприємств водного транспорту України : навч. посіб. / П. І. Підлісний. – К. : Наук. думка, 2003. – 343 с.
4. Стратегия позиционирования национального морского транспорта в глобальном рынке морской торговли : монография / [Миусов М. В., Примачев Н. Т., Винников В. В. и др.; под ред. Н. Т. Примачева]. – Одесса : Автограф, 2006. – 234 с.
5. Статистичний збірник Державної служби статистики. – Київ, 2006 р. – С. 177-179; Транспорт і зв'язок України у 2013 р. Статистичний збірник Державної служби статистики. – Київ. – С. 134-135.
6. Проект Державної програми розвитку внутрішнього водного транспорту на період 2014-2021 роки.
7. Стратегічний план розвитку морського транспорту на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/projects/39/>.
8. Розвиток річкового транспорту у контексті реалізації євроінтеграційних планів України / Національний інститут стратегічних досліджень. Аналітична записка.

9. Соціальний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи / [С. І. Бандур, Т. А. Заяць, В. І. Куценко та ін.]. – Черкаси : Брама – Україна, 2006. – 620 с.

10. Гудима Р. Р. Проблемні аспекти розвитку транспортної інфраструктури України / Гудима Р. Р. // Проблеми і перспективи розвитку національної економіки в умовах євроінтеграції та світової фінансово-економічної кризи / [МФУ, БДФА та ін.; гол. ред. В. В. Прядко]. – Чернівці, 2009. – 239 с.

REFERENCES

1. Grin'ko, S. I. (2014), *Vneshnetorgovye сделки, Uchbova kniga*, Sumy, 234 s.
2. Gadzhinskij, A. M. (2015), *Osnovy logistiki, Znanie, M.*, 456 s.
3. Pidlisnyj, P. I. (2003), *Efektivnist' upravlins'kykh rishen' podal'shoho reformuvannia pryvatyzovanykh pidpryemstv vodnoho transportu Ukrainy*, Nauk. dumka, K., 343 s.
4. Strategija pozicionirovaniya nacional'nogo morskogo transporta v global'nom rynke morskoy torgovli / Mijusov M. V., Primachev N. T., Vinnikov V. V. i dr. (2006), *Avtograf*, Odessa, 234 s.
5. Statystychnyj zbirnyk Derzhavnoi sluzhby statystyky, Kyiv (2006), s. 177-179; *Transport i zv'язok Ukrainy u 2013 r. Statystychnyj zbirnyk Derzhavnoi sluzhby statystyky*, Kyiv, s. 134-135.
6. Proekt Derzhavnoi prohramy rozvytku vnutrishn'oho vodnoho transportu na period 2014-2021 roky.
7. Stratehichnyj plan rozvytku mors'koho transportu na period do 2020 roku, available at: <https://mtu.gov.ua/projects/39/>.
8. Rozvytok richkovoho transportu u konteksti realizatsii ievrointehratsijnykh planiv Ukrainy / Natsional'nyj instytut stratehichnykh doslidzhen'. *Analitychna zapyska*.
9. Sotsial'nyj rozvytok Ukrainy: suchasni transformatsii ta perspektyvy, S. I. Bandur, T. A. Zaiats', V. I. Kutsenko ta in. (2006), *Brama - Ukraina, Cherkasy*, 620 s.
10. Hudyma, R. R. (2009), *Problemni aspekty rozvytku transportnoi infrastruktury Ukrainy, Problemy i perspektyvy rozvytku natsional'noi ekonomiky v umovakh ievrointehratsii ta svitovoi finansovo-ekonomichnoi kryzy* / [MFU, BDFa ta in.; hol. red. V. V. Priadko], Chernivtsi, 239 s.

Шушкова Ю. В.,

к.е.н., доц., доцент кафедри державних і місцевих фінансів, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті охарактеризовані передумови активізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних суб'єктів реального сектора економіки, зокрема в умовах просування їх продукції (послуг) на ринки країн ЄС. Доведено наявність потреби вітчизняних суб'єктів реального сектора економіки у фінансовому забезпеченні, достатньому для нарощування виробничих потужностей, експортного потенціалу та дослідження зовнішніх ринків збуту. Ідентифіковано чинники необхідності реалізації ефективної державної політики удосконалення фінансового забезпечення вітчизняних підприємств. Обґрунтовано напрями та конкретні фінансові інструменти, які доцільно реалізувати на різних рівнях системної ієрархії управління економікою – центральному, регіональному, галузево-секторальному та на мікрорівні. Визначено функціонально-інфраструктурні фінансові інструменти державної підтримки суб'єктів реального сектора економіки України. Доведено переваги реалізації такого комплексного підходу в системі державної фінансової політики.

Ключові слова: фінансові інструменти, державна політика, реальний сектор економіки, експортний потенціал.

Shushkova Yu. V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of State and Local Finances, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

FINANCIAL INSTRUMENTS OF THE STATE POLICY OF DEVELOPMENT OF EXPORTS POTENTIAL IN THE REAL ECONOMY SECTOR OF UKRAINE

Abstract. The article characterizes the preconditions for the activation of foreign economic activity of domestic subjects of the real sector of the economy, in particular, in terms of promoting their products (services) to EU markets. It is proved that there is a need for domestic subjects of the real economy sector in financial security, sufficient for capacity building, export potential and research of foreign markets. The factors of necessity of realization of effective state policy of improvement of financial support of domestic enterprises are identified. The directions and specific financial instruments, which are expedient to implement at different levels of the system hierarchy of economic management – central, regional, branch-sectoral and micro-level, are substantiated. Functional and infrastructural financial instruments of state support of entities of the real sector of the economy of Ukraine are determined. The advantages of implementing such an integrated approach in the system of state financial policy have been proved.

Keywords: financial instruments, state policy, real sector of the economy, export potential.

Постановка проблеми. На поточному етапі соціально-економічного поступу перед економікою України відкриваються хороші перспективи нарощування експортного потенціалу і просування вітчизняних товарів і послуг на зовнішні ринки, місткість яких велика, а купівельна спроможність

покупців – зростаюча. Підставами для таких висновків є розвиток можливостей в умовах дії Угоди про асоціацію з ЄС та закриття російського вектора вітчизняної зовнішньої торгівлі. Але реалізація вказаних можливостей у значній мірі залежить від ефективності фінансових інструментів

державної політики розвитку експортного потенціалу реального сектора економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням використання фінансових інструментів підтримки реального сектора економіки приділено багато уваги у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних науковців. Так, у працях С. Аржевітіна [1, с. 20-24], А. Даниленка [3, с. 9-19] та С. Стельмаха [7, с. 150-162] визначаються загальні параметри та напрями регулювання фінансових відносин.

У дослідженнях О. Барановського [2, с. 3-20] та С. Дячек [4, с. 227-230] увага в значній мірі концентрується навколо інструментів формування та ефективного забезпечення фінансової безпеки держави.

У наукових публікаціях А. Камінського [5, с. 77-83], Н. Михальчук [6, с. 12-14] та М. Флейчук [8, с. 84-90] обґрунтовуються переваги та визначаються напрями державної політики за окремими складовими відповідних фінансових інструментів. Проте особливості сучасного періоду розвитку України, а також специфічні умови функціонування її фінансового сектора потребують нових більш досконалих фінансових інструментів підтримки реалізації експортного потенціалу вітчизняного реального сектора економіки.

Постановка завдання. Основним завданням даного наукового дослідження є обґрунтування вибору фінансових інструментів державної політики для забезпечення розвитку експортного потенціалу реального сектора економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна на сучасному етапі свого соціально-економічного поступу зазнала низки критично негативних і загрозливих для національної безпеки ризиків і загроз. Йдеться про зовнішню військову, політико-економічну, інформаційну та іншу агресію, анексію Криму, непідконтрольність територій Донбасу, втрату близько 25 % потенціалу реального сектора економіки. Але Україна отримала унікальний шанс якісно змінити вектор свого економічного розвитку, інтегрувавшись у значно більш місткий та інтелектуально-інноваційний ринок, яким є ринок країн ЄС. Відтак у найближчій стратегічній перспективі ринки ЄС мають стати об'єктом інтересів наших підприємств, які створюють додану вартість, мають наміри до розвитку і формування основи нашої економіки.

Макроекономічні передумови свідчать, що вітчизняні суб'єкти реального сектора економіки мають труднощі та потребують фінансово-економічної підтримки для власного поступу й експансії на ринки ЄС. Потрібно зауважити, що державна фінансова підтримка і сприяння експортерам реалізується практично у всіх державах, які досягли успіхів у розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Причому її обсяги, звичайно, залежать від стану соціально-економічного розвитку і фінансових можливостей держав, але реалізується вона всюди, причому вагомим є роль у цих процесах саме держави.

Встановлено, що вітчизняним суб'єктам реального сектора економіки передусім необхідна фінансова підтримка задля: страхування ризиків ЗЕД; маркетингових досліджень зовнішніх ринків;

реалізації інноваційних програм зі зміцнення конкурентоспроможності; модернізації та осучаснення виробничих процесів; фінансування заходів з патентної захищеності продукції, експертно-консультативної підтримки відносно сертифікації експорту і продукції, виробничих процесів і т. ін.

Додатково наведемо й інші аргументи, які доводять важливість державної політики у цій сфері. Такими є:

- по-перше, об'єктивно високий рівень складності та витратомісткості виходу на зовнішні ринки, зокрема ЄС. Тут потрібні фінансові витрати на дослідження, сертифікацію, адаптацію, логістику і т. ін.;

- по-друге, це недоліки економіко-правового середовища зовнішньоекономічної діяльності в Україні, зокрема недосконалість відшкодування ПДВ; несформованість системи страхування експорту, його державної підтримки, системи фінансових послуг і т. д.;

- по-третє, це значно "гірші" передумови для конкуренції вітчизняних суб'єктів реального сектора економіки з підприємствами країн ЄС через: критично низький фінансово-економічний стан, збитковість, низьку рентабельність, зношеність виробничої бази, низьку ділову активність.

Окремо відзначимо нерівні умови фінансової підтримки в країнах ЄС і України, де кредити надаються під 3-7 %, активно функціонують Фонд фінансової стабільності, експортні кредитні агентства (ЕКА) і т. д.

Слабкими залишаються й можливості суб'єктів вітчизняної фінансово-інвестиційної та страхової інфраструктури, альтернативного фінансування, низькою є інноваційна активність наших підприємств.

Якщо вести мову про причини або чинники такого стану справ, то, на наш погляд, головними з них є:

- недосконалість нормативно-правової бази, що встановлює і регулює розвиток та функціонування системи фінансового забезпечення;

- відсутність системи стратегування і планування такої фінансової підтримки;

- нерозвиненість інфраструктури та обмеженість фінансово і ресурсно спроможних суб'єктів сфери фінансових послуг;

- висока вартість банківського кредитування;

- обмеженість практик бюджетно-фінансової підтримки суб'єктів реального сектора економіки – експортерів.

Необхідність посилення фінансової підтримки вітчизняних суб'єктів реального сектора економіки, які здійснюють чи планують здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на ринках ЄС, очевидна. Видається очевидним, що для виправлення ситуації зусилля слід передусім спрямувати на усунення причин та чинників, які цьому перешкоджають. Але водночас такі зусилля мають бути комплексними. Відтак пропозиції повинні стосуватися заходів у цьому напрямі центральних органів влади, регіональних та місцевих, галузевих, а також функціональних аспектів фінансової системи країни та безпосередньо суб'єктів господарювання.

Щодо інструментів загальнодержавної політики, то пріоритетними тут мають стати:

- покращення інституційно-правового базису фінансово-економічної підтримки суб'єктів реального сектора національного господарства України;

- прийняття "вертикалі" стратегій та державної, регіональних і галузевих програм фінансово-інвестиційного забезпечення суб'єктів базових видів економічної діяльності;

- розширення бюджетно-фінансової підтримки та становлення її інфраструктури;

- ефективне використання фінансових можливостей від співпраці України та ЄС;

- фінансова підтримка вітчизняних суб'єктів реального сектора економіки держави шляхом заміщення частини витрат експортерів при виході на ринки ЄС. Йдеться зокрема про активне інтегрування та конвергенцію вітчизняної системи стандартизації і сертифікації до норм і стандартів ЄС. Таким чином наші суб'єкти зможуть здійснювати ці процедури тут і, відповідно, бути готовими до європейських норм.

У цілях покращення фінансового забезпечення вітчизняних суб'єктів реального сектора економіки України на регіональному рівні можливо та необхідно передусім реалізувати такі інструменти:

- становлення і розвиток інфраструктури фінансово-інвестиційної підтримки (інвестиційно-інноваційні площадки, техніко-впровадзувальні зони і технопарки, інвестиційно-інформаційні портали і т.д.);

- реалізація експортного потенціалу сектора малого і середнього підприємництва;

- формування елементів приватно-публічної фінансової підтримки суб'єктів базових видів економічної діяльності – експортерів (фінансових фондів підтримки проектів експорту за галузями, територіями, секторами економіки тощо);

- ініціювання та підтримка створення кластерів за участі партнерів з держав ЄС, особливо в рамках транскордонної співпраці;

- активна промоція інвестиційної привабливості територій, зокрема їх виробничо-експортного комплексу.

Важливо створити стимули і можливості для залучення до цих процесів функціонально-інфраструктурних елементів. Тут йдеться, по-перше, про створення і розвиток кредитно-фінансових організацій для фінансової підтримки зовнішньоекономічної діяльності та розвитку експортного потенціалу вітчизняної економіки. При цьому важливим аспектом є включення до даних процесів філій та дочірніх структур вітчизняних банків за кордоном для залучення зовнішнього фінансового ресурсу.

По-друге, це ширше використання можливостей інвестиційного сектора. Важливим тут могло б стати залучення до співпраці провідних закордонних інвестиційних корпорацій, а також створення (в стратегічній перспективі) вітчизняної корпорації закордонних приватних інвестицій.

Третій інструмент стосується посилення участі страхової сфери у мінімізації ризиків та гарантуванні зовнішньоекономічної діяльності, забезпеченні доступу вітчизняних суб'єктів реального сектора економіки до фінансово-кредитних ресурсів, у т.ч. шляхом створення страхових гарантійних фондів.

Четвертий напрям має стосуватися використання і підтримки лізингових програм як засобу просування продукції на зовнішні ринки, що дозволяють вигідно підмінити окремі критичні параметри зовнішньоторговельних угод.

П'ятий інструмент має передбачати якнайширше застосування альтернативних фінансових інструментів, якими є, до прикладу, факторинг, форфейтинг та ін.

Наведені вище кроки потребують і активної внутрішньої діяльності безпосередньо на вітчизняних суб'єктах базових видів економічної діяльності як щодо активності у сфері зовнішньоекономічної діяльності на ринках ЄС, так і внутрішнього фінансового забезпечення цих процесів. Попри зрозумілі інструменти фінансування з прибутку та за кошт засновника-власника державі слід стимулювати:

- посилення мотивації до створення на підприємствах інвестиційних фондів розвитку виробництва та експортного потенціалу;

- зменшення трансакційних витрат і зміцнення конкурентоспроможності суб'єктів реального сектора економіки за рахунок створення і розвитку кластерів;

- збільшення обсягів виробництва, експорту та підвищення економічної ефективності господарської діяльності підприємств;

- реалізацію підприємствами спільних проектів у сфері зовнішньоекономічної діяльності із залученням фахівців IT-сфери, консалтингу, маркетингу, транспортування, ринку фінансових послуг;

- формування фінансово-ресурсних можливостей для впровадження міжнародних стандартів управління якістю. Доречною тут є часткова організаційно-ресурсна підтримка з боку владних структур.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Реалізація обґрунтованих фінансових інструментів підтримки експортного потенціалу реального сектора економіки України дозволить: покращити систему фінансової підтримки вітчизняних суб'єктів, зорієнтованих на зовнішньоекономічну діяльність, а також диверсифікувати та удосконалити структуру експорту; покращити умови для активізації зовнішньоторговельної діяльності; розвинути середовище зовнішньоекономічної діяльності; накопичити досвід ефективної державної фінансової політики; посилити євроінтеграційні прагнення України; зміцнити конкурентоспроможність вітчизняних суб'єктів РСЕ на території зони вільної торгівлі з ЄС.

Перспективи подальших досліджень у цій сфері мають стосуватися обґрунтування напрямів і засобів впровадження визначених інструментів, зокрема їх фінансово-ресурсного забезпечення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аржевітін С. М. Грошово-кредитні відносини в розвитку економіки України : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.08 / Аржевітін С. М. – К. : КНЕУ, 2011. - 32 с.
2. Барановський О. І. Сутність і різновиди фінансових криз / Барановський О. І. // Фінанси України. - 2009. - № 5. - С. 3-20.
3. Даниленко А. І. Грошово-кредитний ринок України: кризові уроки та короткострокові перспективи / Даниленко А. І., Шелудько Н. М. // Економіка і прогнозування. - 2010. - № 1. - С. 9-19.
4. Дячек С. М. Грошово-кредитна безпека України: сутність, загрози, оцінка / Дячек С. М. // Вісник Житомирського державного технічного університету. - 2013. - № 2 (64). - С. 227-233.
5. Камінський А. Б. Моделювання фінансових ризиків / Камінський А. Б. – К. : ВПЦ “Київський університет”, 2006. - 304 с.
6. Михальчук Н. М. Податковий борг як загроза фінансовій безпеці держави : автореф. дис. кандидата екон. наук : 21.04.01 / Михальчук Н. М. – К. : НІСД, 2015. - 23 с.
7. Стельмах В. С. Монетарна політика Національного банку України: сучасний стан та перспективи змін / Стельмах В. С. – К. : Центр наукових досліджень Національного банку України, УБС НБУ, 2009. - 404 с.
8. Фінансовий контролінг в системі зміцнення економічної безпеки держави / Флейчук М. І., Наконечна Н. В., Щурко У. В., Гончарук Я. А. – Львів : Ліга-Прес, 2012. - 260 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. Arzhevitin, S. M. (2011), Hroshovo-kredytni vidnosyny v rozvytku ekonomiky Ukrainy : avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.08, KNEU.
2. Baranovs'kyi, O. I. (2009), Sutnist' i riznovydy finansovykh kryz, *Finansy Ukrainy*, 5, 3-20.
3. Danylenko, A. I. and Shelud'ko, N. M. (2010), Hroshovo-kredytnyy rynek Ukrainy: kryzovi uroky ta korotkostrokovyi perspektyvy, *Ekonomika i prohnozuvannya*, 1, 9-19.
4. Dyachek, S. M. (2013), Hroshovo-kredytna bezpeka Ukrainy: sutnist', zahrozy, otsinka, *Visnyk Zhytomyr's'koho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu*, 2 (64), 227-233.
5. Kamins'kyi, A. B. (2006), Modelyuvannya finansovykh ryzykiv, VPTS “Kyyivs'kyi universytet”.
6. Mykhal'chuk, N. M. (2015), Podatkovyy borh yak zahroza finansoviy bezpetsi derzhavy : avtoref. dys. kandydata ekon. nauk : 21.04.01 / NISD.
7. Stel'makh, V. S. (2009), Monetarna polityka Natsional'noho banku Ukrainy: suchasnyy stan ta perspektyvy zmin, Tsentr naukovykh doslidzhen' Natsional'noho banku Ukrainy, UBS NBU.
8. Fleychuk, M. I., Nakonechna, N. V., Shchurko, U. V. and Honcharuk, YA. A. (2012), Finansovyy kontrolinh v systemi zmitsnennya ekonomichnoyi bezpeky derzhavy, Liha-Pres.
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, 52-60.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

УДК 330.43

Башнянин Г. І.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Буряк П. Ю.,

д.е.н., проф., професор кафедри гуманітарних наук, Національна академія сухопутних військ України імені гетьмана Петра Сагайдачного, м. Львів

Городиський Т. І.,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та менеджменту, Дрогобицький державний університет ім. І. Франка, м. Дрогобич

ЕФЕКТИВНІСТЬ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ГІПОКАПІТАЛІЗОВАНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Анотація. Розглянуто економічну сутність гіпокапіталізованих економічних систем. Простежено особливості трансформації мікроекономічних систем із чистих державних у чисті приватні в Україні. Досліджено вплив потенційної капіталізації на економічний, соціально-економічний і соціально-духовний розвиток гіпокапіталізованих систем у різних періодах часу. Зроблено висновок, що потенційна капіталізація по-різному впливає на власне економічний, соціально-економічний і соціально-духовний розвиток гіпокапіталізованих систем у різних періодах часу – короткотривалому, довготривалому і гіпердовготривалому. Проаналізовано вплив потенційної капіталізації на економічний, соціально-економічний і соціально-духовний розвиток гіпокапіталізованих систем у різних періодах часу – короткотривалому, довготривалому та гіпердовготривалому.

Ключові слова: капіталізація, ефективність капіталізації, гіпокапіталізовані економічні системи, мікроекономічні системи.

Bashnyanin G. I.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Theoretical and Applied Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Buriak P. Y.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Humanities, Hetman Petro Sahaidachnyi National Army Academy, Lviv

Gorodiskiy T. I.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management, Drohobytch Ivan Franko State Pedagogical University, Drohobytch

EFFICIENCY OF CAPITALIZATION OF HYPOCAPITALIZED ECONOMIC SYSTEMS

Abstract. *The economic essence of hypocapitalized economic systems is considered. The features of the transformation of microeconomic systems from state-owned to private-owned in Ukraine are investigated. The influence of potential capitalization on the economic, socio-economic and socio-spiritual development of hypocapitalized systems in different time periods is investigated. It is concluded that potential capitalization in different ways affects the actual economic, socio-economic and socio-spiritual development of hypocapitalized systems in different time periods – short-term, long-term and hyperlong-term. The influence of potential capitalization on the economic, socio-economic and socio-spiritual development of hypocapitalized systems in different time periods - short-term, long-term and hyperlong-term – is analyzed.*

Key words: capitalization, capitalization efficiency, hypocapitalized economic systems, microeconomic systems.

Постановка проблеми. У перехідних економіках на початкових етапах їх ринкового реформування переважна більшість мікроекономічних систем, а також національна макроекономічна система загалом – гіпокапіталізовані, тобто ще дуже незначно капіталізовані, вони ще продовжують бути соціалістичними системами з деякими елементами капіталізації. Такі гіпокапіталізовані системи є характерні переважно для сучасних постсоціалістичних перехідних економік і рідко їх можна виявити на мікроекономічному рівні (лише на мікроекономічному рівні, бо будь-яка розвинена економіка західного типу в своїй основі є капіталістичною економікою, вона більше капіталізована, ніж соціалізована) в економіках розвиненого типу (сучасних посткапіталістичних економіках).

Вважаємо за необхідне наголосити на існуванні двох основних типів (а не одного, як вважають більшість сучасних дослідників проблем економічного розвитку) перехідних економік. По-перше, це постсоціалістичні (точніше було би їх позначити як посткомуністичні, однак у сучасній вітчизняній економічній літературі вживанішим є саме перший термін) перехідні економіки, які еволюціонують від економік соціалістичного типу до сучасних змішаних економічних систем. По-друге, це посткапіталістичні перехідні економіки, які еволюціонують від економік капіталістичного типу до економік з деякими елементами соціалізації. Якщо перший тип перехідних економік можна кваліфікувати ще як соціалістичні економіки з елементами капіталізації, то другий – як капіталістичні економіки з елементами соціалізації. Вони мають прямо протилежну спрямованість свого подальшого розвитку чи еволюції, а тому “сліпо” переносити досвід розвитку посткапіталістичних економік на наш національний ґрунт недоцільно, а то й небезпечно: у результаті такого “сліпого” копіювання західного досвіду економічного розвитку ми можемо отримати прямо протилежний очікуваному економічний результат (замість підвищення ефективності функціонування економіки отримаємо її зниження і т. д.).

Як наслідок зазначеного вище, на сучасному етапі зростає актуальність дослідження впливу

потенційної капіталізації на економічний, соціально-економічний і соціально-духовний розвиток гіпокапіталізованих систем у різних періодах часу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам ефективності капіталізації гіпокапіталізованих економічних систем приділено значну увагу в працях науковців: Башнянина Г. І., Долішнього М. І., Горячук В. Ф., Кульчицького Я. В., Загорського В. С., Рехлецького Є., Турянського Ю. І., Юрківа Н. Я. та ін.

Однак у більшості наукових досліджень мало уваги приділено саме впливу потенційної капіталізації на економічний, соціально-економічний і соціально-духовний розвиток гіпокапіталізованих систем у різних періодах часу. Усе це свідчить про актуальність теми, а відтак зумовило вибір напряму дослідження в науковому і практичному аспектах.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні впливу потенційної капіталізації на економічний, соціально-економічний і соціально-духовний розвиток гіпокапіталізованих систем у різних періодах часу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Гіпокапіталізованими можна вважати лише такі мікроекономічні системи, в яких питома частка приватного капіталу дуже незначна, а майже весь капітал перебуває у руках держави. За своєю соціально-економічною суттю гіпокапіталізовані системи не є ще приватними, вони лише починають ставати такими і перебувають на початковому етапі еволюції від систем державного (соціалістичного) типу до систем змішаного, а далі, можливо, і власне капіталістичного типу. Для цілей подальшого наукового аналізу ефективності капіталізації гіпокапіталізованих систем вкажемо ще на одну їх особливість. Якщо мікроекономічні гіпокапіталізовані системи надалі можуть еволюціонувати в чисті капіталістичні системи (тобто вони з суто державних систем можуть через певний проміжок часу перетворитися в суто приватні і цей процес може бути завершеним у досить короткий історичний період), то макроекономічні гіпокапіталізовані системи не можуть навіть через дуже значний проміжок часу перетворитися в чисті капіталістичні системи. Вони еволюціонують лише в бік їх перетворення в

системи квазікапіталістичні або власне капіталістичні (змішані).

Зауважимо, що в Україні трансформація мікро-економічних систем із чистих державних у чисті приватні, як відомо, почала відбуватися на початку 90-х років ХХ ст. спочатку через так звану “паперову приватизацію” (приватизаційні сертифікати), а далі – через “грошову” приватизацію. “Паперова” приватизація слабо змінила їх соціально-економічний характер чи природу, вони і надалі продовжували бути державними системами (але дещо модифікованими в явно кримінальний бік). Лише з початком “грошової” приватизації почала докорінним чином змінюватися соціально-економічна (власницька) природа більшості мікро-економічних систем у різних галузях національної економіки. На нашу думку, “паперову” приватизацію слід розглядати як невдалу спробу приватизації соціалістичним методом. Це по суті була ще формальна, а не реальна приватизація, яка не могла підвищити рівень економічної ефективності функціонування мікроекономічних систем, а навпаки – різко його знизила, чим певною мірою дискредитувала саму ідею приватизації, приватної власності взагалі, внаслідок чого почалася активна реанімація соціалістичних ідей і відповідної ідеології (точніше, комуністичних ідей).

Економічна ефективність капіталізації залежить не тільки від ринкового періоду та її масштабу, але й від її початкового рівня. Виходячи з цього, виділяють такий тип економічних систем, як незначно капіталізовані (або навіть некапіталізовані), в яких вихідний рівень капіталізації досить незначний. Такі системи можна ще інакше кваліфікувати як гіперсоціалізовані системи (або чисті чи майже чисті соціалістичні системи, що базуються на державній формі власності на основні матеріальні

ресурси чи фактори виробництва). Незначно капіталізовані або некапіталізовані економічні системи найчутливіші (найеластичніші) до зміни рівня їх капіталізації. Навіть незначна капіталізація таких систем може призвести до значного економічного ефекту (або навіть гіперзначного зростання рівня ефективності їх функціонування) (рис. 1).

Можна умовно виділити два різновиди таких незначно капіталізованих економічних систем: абсолютно некапіталізовані (чисті соціалістичні) економічні системи. Вони найчутливіші до зміни рівня капіталізації. Тобто незначне підвищення рівня капіталізації таких систем призводить до гіперзначного зростання рівня економічної (і тільки економічної, і тільки в короткотривалому ринковому періоді) ефективності їх функціонування (рис. 2).

Щоправда, у цій статті процес капіталізації ми розглядаємо з позицій його економічної ефективності і лише в короткотривалому ринковому періоді. Поза рамками цих двох передумов наслідки розвитку процесу капіталізації певних систем можуть бути не тільки дещо відмінними, але й протилежними. На нашу думку, капіталізація незначно капіталізованих у соціальному і соціально-духовному плані і в короткотривалому ринковому періоді супроводжуватиметься, як правило, негативними соціально-економічними та соціально-духовними наслідками. Тобто у короткотривалому ринковому періоді капіталізація (навіть незначна) таких систем викликатиме негативний соціальний (соціально-економічний) і соціально-духовний (соціально-інтелектуальний) ефект. Під першим ми розуміємо ступінь впливу на матеріальне становище членів певного колективу, а під другим – ступінь впливу на інтелектуально-духовний розвиток. Особливо негативним у даних економічних умовах буде вплив процесів капіталізації на соціально-духовний розвиток людини (рис. 3, 4).

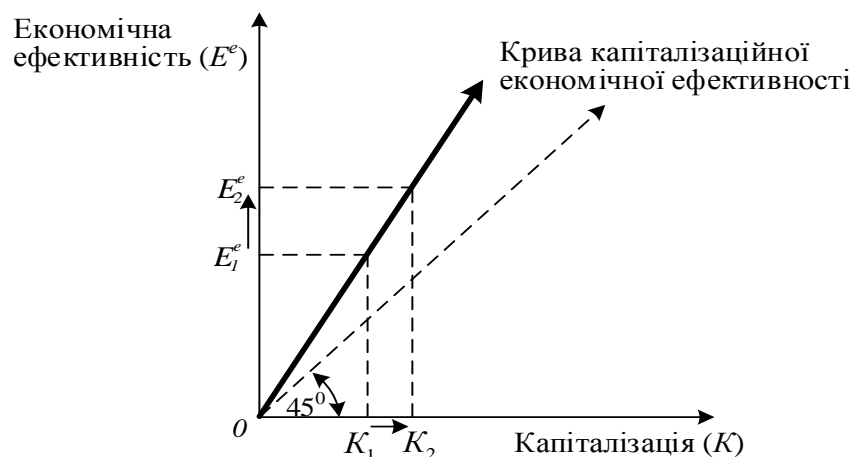


Рис. 1. Економічна ефективність процесу капіталізації незначно капіталізованих економічних систем (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [1, 3, 8])

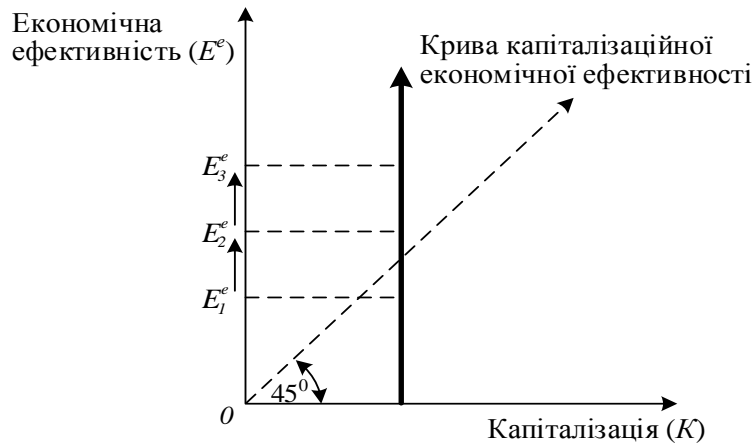


Рис. 2. Економічна ефективність капіталізації абсолютно некапіталізованих (чисто соціалістичних) економічних систем (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [3])

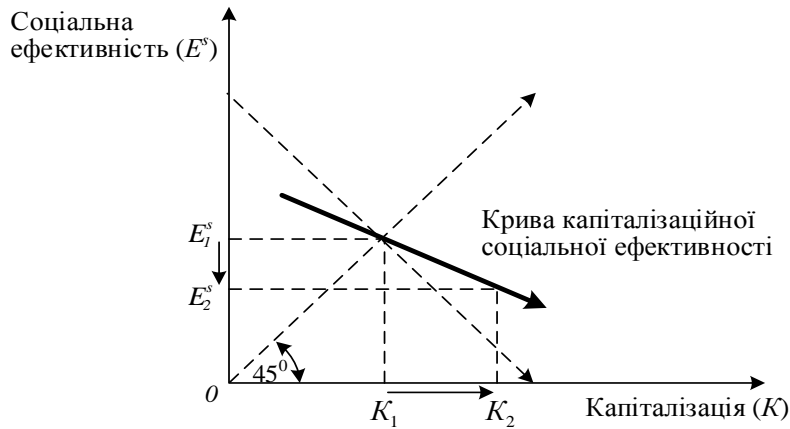


Рис. 3. Вплив капіталізації незначно капіталізованих економічних систем на соціальну ефективність їх функціонування в короткотривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [1])

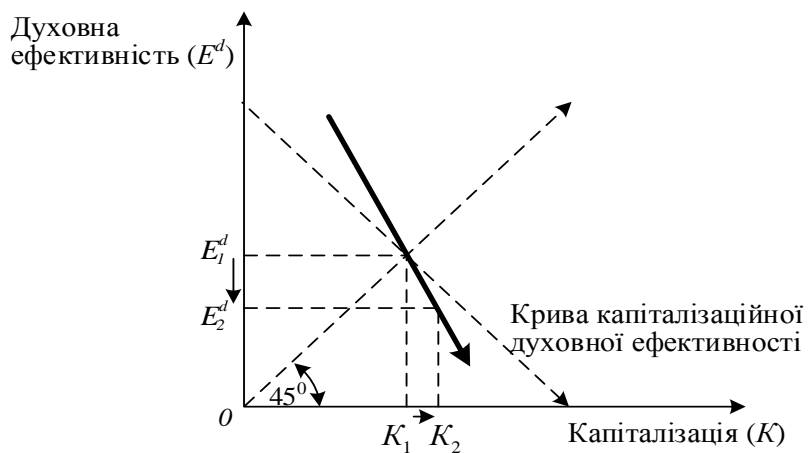


Рис. 4. Вплив капіталізації незначно капіталізованих економічних систем на соціально-духовну (інтелектуальну) ефективність їх функціонування в короткотривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [3, 9])

Ще інший характер матимуть соціальні і соціально-духовні наслідки розвитку процесів капіталізації незначно капіталізованих економічних систем у довготривалому і гіпердовготривалому ринковому періоді. Капіталізація незначно капіталізованих економічних систем у довготривалому ринковому періоді загалом може мати або незначні негативні чи нейтральні (нульові), або незначні позитивні соціальні наслідки (рис. 5, 6, 7). У зоні формування нульового соціального ефекту капіталізації незначно капіталізована економічна система перебуває у стадії капіталізаційної соціальної дисрівноваги. Як правило, ця “зона” обмежується рамками власне довготривалого ринкового періоду.

Довготривалий ринковий період можна розділити умовно на три “зони”: квазідовготривалий, власне довготривалий і наддовготривалий період. Капіталізаційна соціальна рівновага формується саме в “зоні” власне довготривалого періоду. За рамками власне довготривалого ринкового періоду (“до” і “після” нього, тобто в “зоні” квазідовготривалого чи наддовготривалого періодів) незначно капіталізована економічна система перебуває у стані капіталізаційної соціальної дисрівноваги, вона поступово переходить із негативної у стан позитивної дисрівноваги. Щоб такий перехід відбувався, капіталізація повинна тривати, а не зупинятися, інакше вона матиме переважно негативні соціальні ефекти.

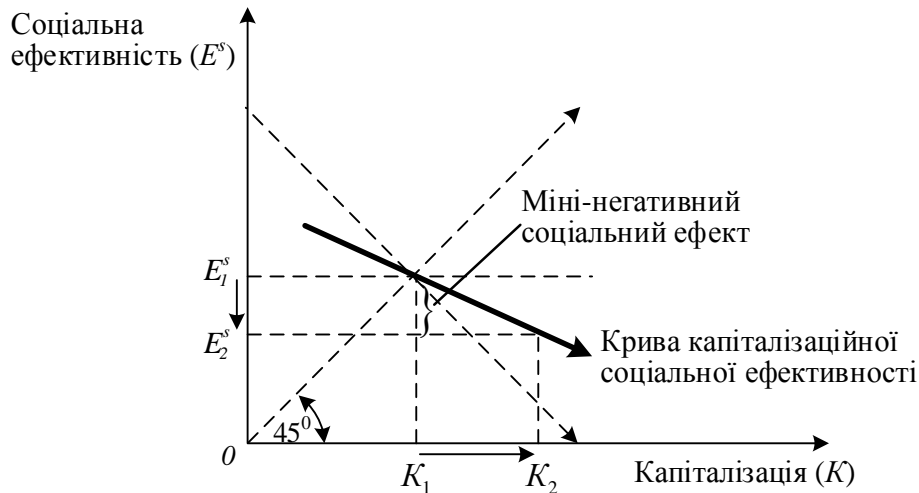


Рис. 5. Формування міні-негативного соціального ефекту капіталізації незначно капіталізованих систем у довготривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [4])

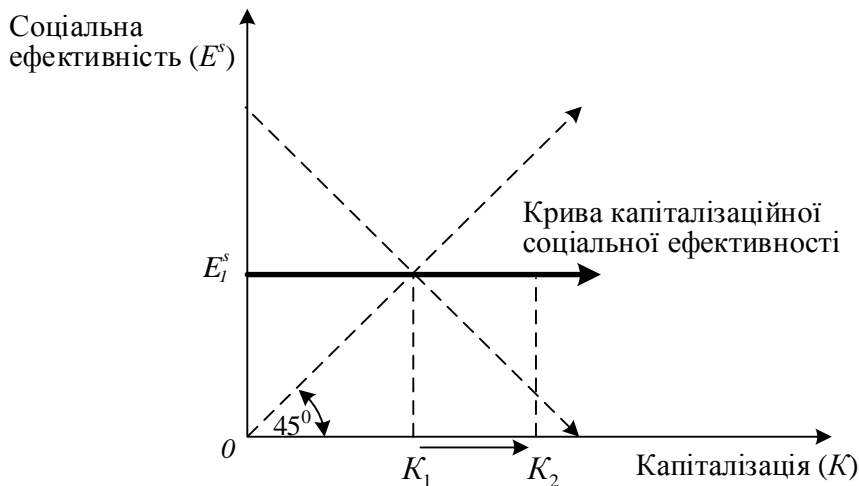


Рис. 6. Формування нейтрального (нульового) соціального ефекту капіталізації незначно капіталізованих систем у довготривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [3])

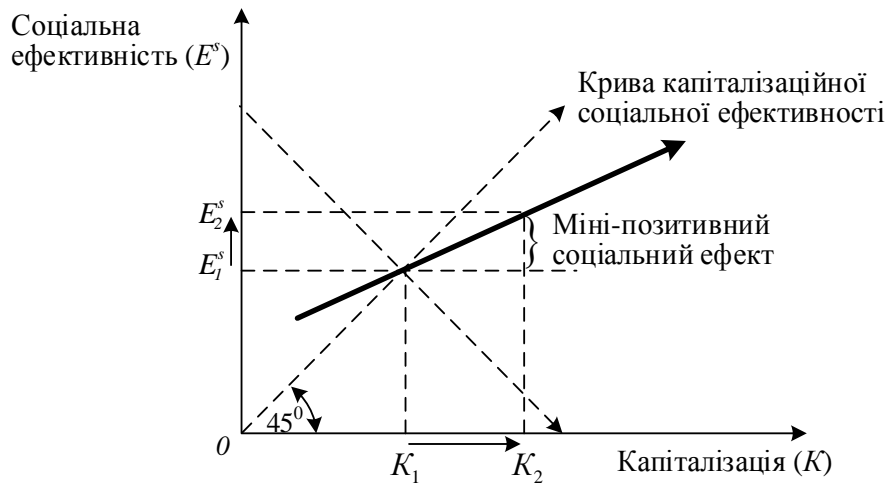


Рис. 7. Формування міні-позитивного соціального ефекту капіталізації незначно капіталізованих економічних систем у довготривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації)
(складено за [4])

Якщо в соціальному плані (з позицій рівня і динаміки соціальної ефективності функціонування) незначно капіталізована економічна система стабілізується вже у довготривалому ринковому періоді, то в духовному плані вона досягає стану рівноваги лише в гіпердовготривалому ринковому періоді. У короткотривалому ринковому періоді капіталізація незначно капіталізованих систем в інтелектуальному плані (з позицій рівня соціально-духовної ефективності їх функціонування) є гіпернеефективною і супроводжується формуванням гіпернегативного духовного (інтелектуального) ефекту (рис. 8).

У довготривалому ринковому періоді подальша капіталізація вже менш негативно впливає на рівень соціально-духовної ефективності функціонування цих систем, однак вона також супроводжується формуванням негативного (хоча і менш значного) соціально-духовного ефекту (рис. 9).

І лише в гіпердовготривалому ринковому періоді вплив капіталізації на соціально-духовний розвиток буде позитивним (рис. 10).

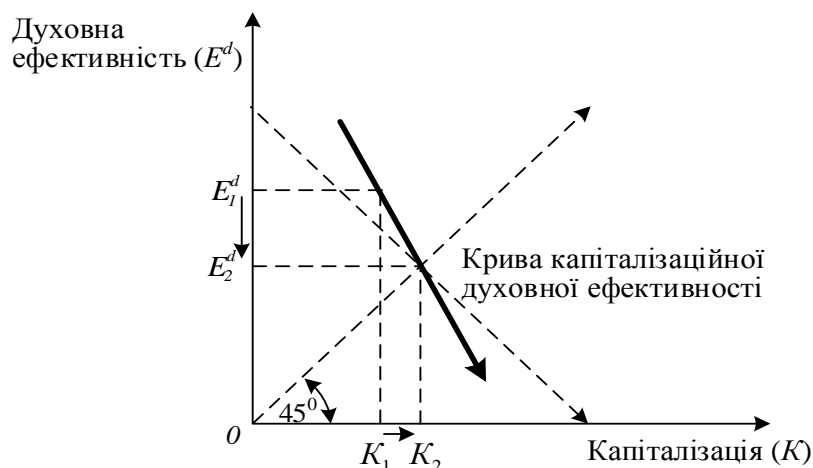


Рис. 8. Формування гіпернегативного соціально-духовного (інтелектуального) ефекту в процесі капіталізації незначно капіталізованих економічних систем у короткотривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації)
(складено за [4])

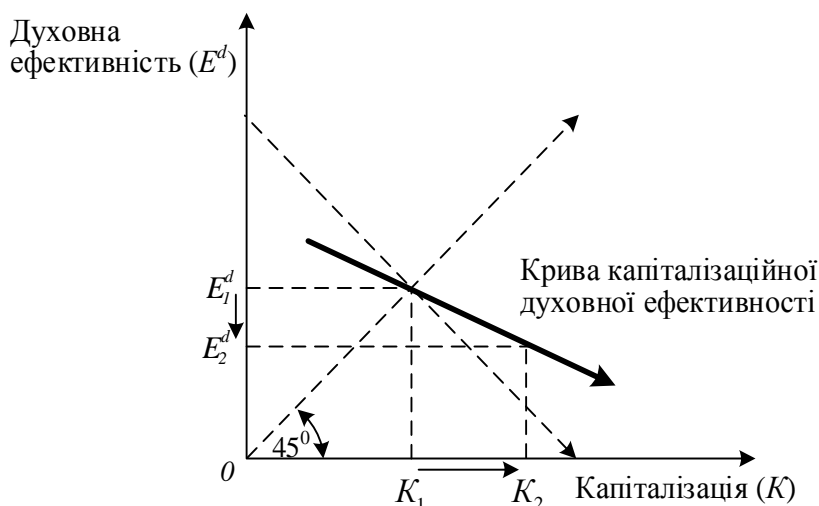


Рис. 9. Формування негативного (власне негативного) соціально-духовного (інтелектуального) ефекту в процесі капіталізації незначно капіталізованих економічних систем у довготривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [3])

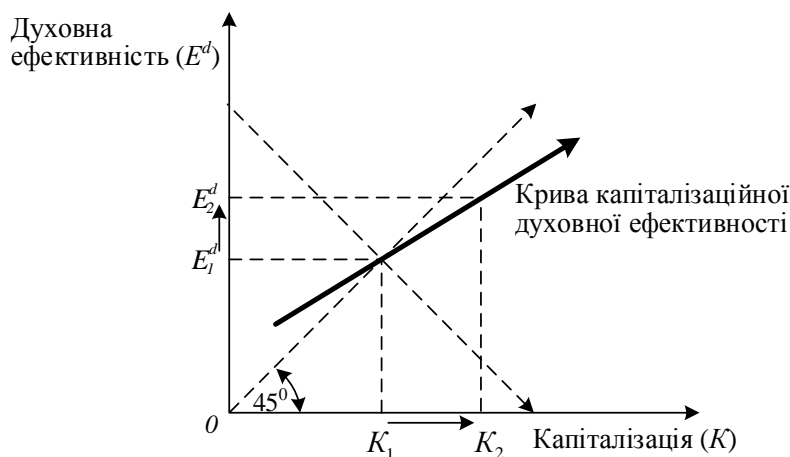


Рис. 10. Формування позитивного соціально-духовного (інтелектуального) ефекту в процесі капіталізації незначно капіталізованих економічних систем у гіпердовготривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [4, 10])

Капіталізаційної духовної рівноваги незначно капіталізована економічна система досягає лише у гіпердовготривалому ринковому періоді, на тому відрізку, який можна кваліфікувати як метагіпердовготривалий період (а не квазігіпердовготривалий, чи власне гіпердовготривалий). У “зоні” квазігіпердовготривалого ринкового періоду позитивні духовні ефекти розвитку процесу капіталізації – незначні (рис. 11), у “зоні” власне гіпердовготривалого періоду вони стають значними (рис. 12), а в “зоні” метагіпердовготривалого періоду вони вже не тільки гіперзначні, але й такі, що зрівноважуються з негативними духовними ефектами, що формуються

в короткотривалому і довготривалому ринкових періодах (рис. 13). Тільки у цьому метагіпердовготривалому ринковому періоді незначно капіталізована економічна система досягає стану її капіталізаційної духовної рівноваги.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Потенційна капіталізація по-різному впливає на власне економічний, соціально-економічний і соціально-духовний розвиток гіпокапіталізованих систем у різних періодах часу – короткотривалому, довготривалому і гіпердовготривалому. Вплив капіталізації на економічний

розвиток цих систем у короткотривалому ринковому періоді – значний і позитивний, в довготривалому ринковому періоді – нейтральний або майже нейтральний (нульовий чи майже нульовий), а в гіпердовготривалому – значний і негативний. Причому “зона” нейтрального впливу досить значна, на відміну від квазікапіталізованих чи власне капіталізованих систем. Соціальна сфера вказаного класу систем реагує на потенційну капіталізацію дещо інакше, ніж економічна сфера. У короткотривалому ринковому періоді цей вплив негативний, у довготривалому – нейтральний або майже нейтральний, а в гіпердовготривалому

періоді – позитивний. Ще по-іншому, ніж економічна і соціальна сфери, реагує на потенційну капіталізацію соціально-духовна сфера гіпокапіталізованих систем. У короткотривалому ринковому періоді потенційна капіталізація гіпокапіталізованих систем в соціально-духовному відношенні – гіпернегативна, у довготривалому ринковому періоді – гіпонегативна, а в гіпердовготривалому періоді – позитивна. Державна політика формування структури національної економіки повинна враховувати вказані особливості реакції гіпокапіталізованих систем на їх подальшу капіталізацію.

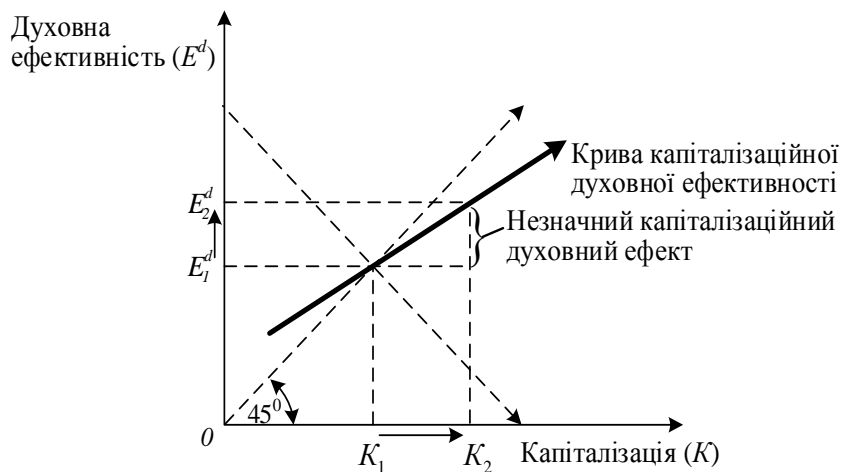


Рис. 11. Формування незначного духовного (інтелектуального) ефекту незначно капіталізованих економічних систем у процесі капіталізації в квазігіпердовготривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [3])

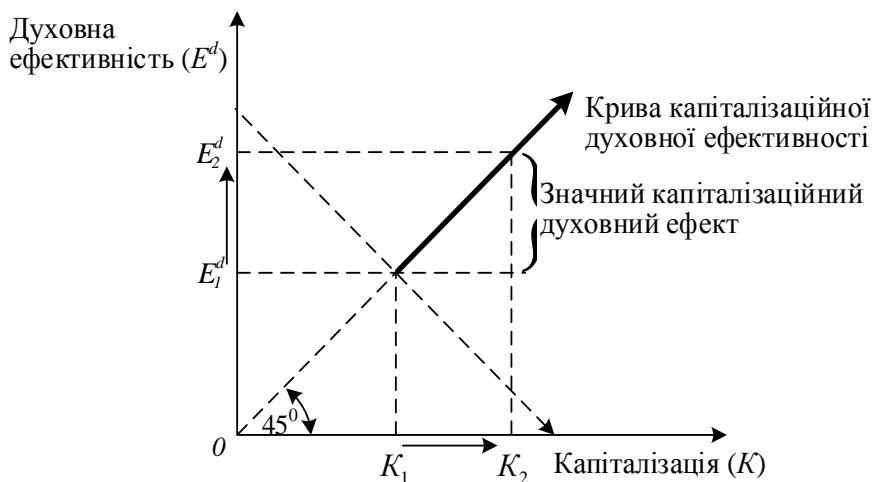


Рис. 12. Формування значного духовного (інтелектуального) ефекту незначно капіталізованих економічних систем у процесі капіталізації в гіпердовготривалому (власне гіпердовготривалому) ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [4])

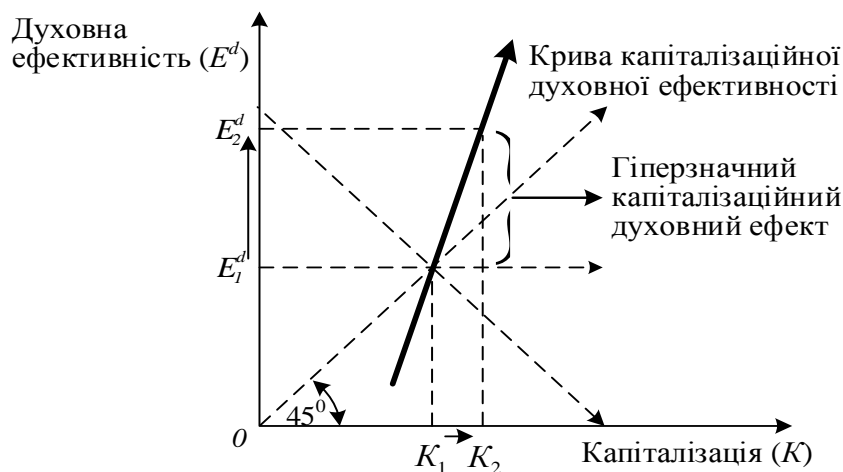


Рис. 13. Формування гіперзначного духовного (інтелектуального) ефекту незначно капіталізованих економічних систем у процесі капіталізації в метагіпердовготривалому ринковому періоді (варіант чистої екстенсифікації) (складено за [1])

ЛІТЕРАТУРА

1. Башнянин Г. Ринкові економічні системи: проблеми структуризації, типологізації і становлення в перехідних економіках: Соціально-економічні дослідження в перехідний період / Г. Башнянин, В. Загорський, Є. Рехлецький // Щорічник наук. праць. Вип. 2. – Львів : ІРД НАН України, 1997. – С. 258-263.

2. Башнянин Г. І. Деретуляційна еластичність економічних систем: поняття, загальна формула, типи і види / Г. І. Башнянин, Г. С. Третяк, М. С. Хом'як // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. Збірник науково-технічних праць. Вип. 20.11. – Львів : НЛТУ України, 2010. – С. 81-90.

3. Башнянин Г. І. До питання негативної ефективності ринкової саморегуляції економічних систем / Г. І. Башнянин, Ю. І. Турянський, О. І. Дунас // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. Збірник науково-технічних праць. Вип. 23.7. – Львів : НЛТУ України, 2013. – С. 120-124.

4. Башнянин Г. І. Ефективність макроекономічної деретуляції в гіпердовготривалому ринковому періоді / Г. І. Башнянин, Г. С. Третяк, Н. Б. Буряк // Економіка: проблеми теорії і практики. Збірник наукових праць. Вип. 262. Т. ІХ. – Дніпропетровськ : Дніпропетровський ДНУ, 2010. – С. 2316-2324.

5. Башнянин Г. І. Капіталізація економічних систем: поняття, типи, ефективність / Г. І. Башнянин, Ю. І. Турянський, Н. Я. Юрків // Науковий вісник НЛТУ України. Збірник науково-технічних праць. Вип. 22.1. – Львів : НЛТУУ, 2012. – С. 148-154.

6. Долішній М. І. Становлення і розвиток систем економічного оцінювання в перехідних економіках: проблеми природи, типологізації і кільометричного аналізу / М. І. Долішній, І. М. Копич,

В. С. Загорський // Економетричні методи і моделі в економіці: Теорія і практика. – Львів, 1998. – Ч. 1. – С. 8-20.

7. Економічні системи / [за ред. Г. І. Башнянина]. – Т. 2. – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – 496 с.

8. Горячук В. Ф. Системний аналіз процесу капіталізації економіки країни та визначення його як системи / В. Ф. Горячук // Теорія та практика державного управління. – 2010. – №1(28). – С. 270-278.

9. Кульчицький Я. В. Порівняння економічних систем (проблеми методології) / Я. В. Кульчицький, Б. В. Кульчицький. – Львів : Вид. центр імені І. Франка, 2007. – 318 с.

10. Перехідна економіка : підручник / [за ред. В. М. Геєця]. – К. : Вища школа, 2003. – 591 с.

REFERENCES

1. Bashnyanin G., Zahors'kyj V. and Rekhlets'kyj Ye. (1997), Rynkovi ekonomichni systemy: problemy strukturyzatsiu, tyologozatsiu i stanovennya v perehidnyh ekonomichah, *Sotsialno-ekonomichni doslidzhenya v perehidnyy period: Shorichnyk naykovykh prats*, №2, s. 258-263.

2. Bashnyanin, G. I. Tretiak, H. S. and Khom'iak, M. S. (2010), *Deregulytsiyna elastychnisty ekonomikhnyh system: poniattia, zagalyna formula, typu i vydy*, *Naykovyy visnyk Natsionalnogo lisotekhnichnogo univertsytetu Ukrainy*, Zbirnyk Naukovo-tekhniknykh prats, № 20.11, s. 81-90.

3. Bashnyanin, G. I. Turians'kyj, Yu. I. and Dunas, O. I. (2013), *Do pytannia negatyvnoi efektyvnosti rynkovoii samoreguiatsii ekonomichnyh system*, *Naykovyy visnyk Natsionalnogo lisotekhnichnogo univertsytetu Ukrainy*, Zbirnyk Naukovo-tekhniknykh prats, № 23.7, s. 120-124.

4. Bashnianyn, H. I. Tretiak, H. S. and Buriak, N. B. (2010), Efektyvnist' makroekonomichnoi derehuliatcii v hiperdovhotryvalomu rynkovomu periodi, *Ekonomika: problemy teorii i praktyky*. Zbirnyk naukovykh prats', vyp. 262. T. IKh., Dnipropetrovs'kyj DNU, Dnipropetrovs'k, s. 2316-2324.
5. Bashnyanin, G. I. Turians'kyj, Yu. I. and Yurkiv, N. Ya. (2012), Kapitalizatsia ekonomichnyh system: ponyattya, typy, efektyvnitty, *Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy*: zbirnyk naukovuh prats, №22.1, s. 148-154.
6. Dolishniu, M. I. Kopych, I. M. and Zahors'kyj, V. S. (1998), Stanovrnya i rozvytok system ekonomichnogo otsinyvanya v perehidnyh ekonomikah: problem pryrody, typologizatsiy I kiometrykhного analyzy, *Ekonomychni metody I modeli v ekonomitsi: teoriya i praktyka*, №2, s. 8-20.
7. Bashnyanin, G. I. (2011), Ekonomichni systemy, Vydavnytstvo LKA, 496 s.
8. Goyrchuk, V. F. (2010), Systemnuy analiz protsesy kapitalizatsiy ekonomiky krainy ta vyznachennia iygo iyk systemy, *Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia*, №1(28), s. 270-278.
9. Kylchyt'skyy, A. V. and Kul'chyts'kyj, B. V. (2007), Porivniannia ekonomichnyh system (problem metodologoy), Vyd. tsentr imeni I. Franka, 318 s.
10. Gaiets, V. M. (2003), Perehidna ekonomika, Vystsa shkola, 591 s.

Лазарева О. В.,

д.е.н., доц., доцент кафедри управління земельними ресурсами, Чорноморський національний університет імені Петра Могили, м. Миколаїв

УПРАВЛІННЯ ЗЕМЛЕВПОРЯДНИМ ВИРОБНИЦТВОМ: ГЕНЕЗИС РОЗВИТКУ

Анотація. В статті проаналізовано історичні передумови зародження землевпорядної науки. З'ясовано, що землевпорядна діяльність виникла з усвідомленням суспільства використовувати землю у землевпорядному виробництві. Окреслено орієнтири розвитку землекористування за умов феодалної власності. Представлено особливості землевпорядних дій в середні віки. Розкрито етапи розвитку землевпорядного виробництва безпосередньо в Україні в умовах сьогодення. Наголошено на необхідності створення об'єктивної інформації про земельні ділянки та широкого застосування у землевпорядному виробництві новітніх інформаційних технологій. Запропоновано основні шляхи вирішення землевпорядних проблем. Представлено орієнтири розвитку землевпорядного виробництва. Результати статті можуть бути використані сільськогосподарськими підприємствами, суб'єктами господарювання на землі при обґрунтуванні програм розвитку територій, органами місцевого самоврядування та іншими аграрними суб'єктами.

Ключові слова: землевпорядне виробництво, управління земельними ресурсами, землевпорядна наука, сфера землекористування, землевпорядні проблеми, землеустрій, синергетичний ефект.

Lazarieva O. V.,

Doctor of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Land Resources Management, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv

MANAGEMENT OF LANDED PRODUCTION: GENESIS OF DEVELOPMENT

Abstract. The article analyzes the historical preconditions of the origin of landed science. It was found out that land management activities arose with the awareness of the society to use land in landed production. The guidelines for the development of land use in conditions of feudal property are outlined. The peculiarities of landed operations in the Middle Ages are presented. The stages of development of landed operations under the present conditions in Ukraine are revealed. The necessity of creation of objective information about land plots and wide application in the landed production of the newest information technologies is emphasized. The main ways of solution of land management problems are offered. The directions of development of land-use production are presented. The research outcome of the article can be used by agricultural enterprises, business entities, in substantiating the programs of territorial development, by local self-government bodies and by other agricultural entities.

Key words: landed production, management of landed resources, landed science, sphere of land-use, landed operations problems, land management, synergetic effect.

Постановка проблеми. Невід'ємною складовою раціонального використання земельного потенціалу є розвиток землевпорядної науки. Земельні відносини по суті мають давню історію, вивчення якої є достатньо важливим теоретичним питанням сучасної організації території. З найдавніших часів земля під дією людської праці стала головним засобом виробництва та об'єктом власності, що

неодмінно свідчить про її ключове значення у сучасному світі.

На різних етапах розвитку нашої країни, у міру становлення та розвитку продуктивних сил суспільства, змінювався розвиток землевпорядного виробництва. У цьому зв'язку дослідження становлення та розвитку системи землевпорядного виробництва набувають актуальності, що дасть змогу на

основі вивчення його тенденцій та закономірностей обґрунтувати шляхи його розвитку в майбутньому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Історія розвитку землевпорядного виробництва досліджувалася багатьма вченими, зокрема Горлачуком В. В. [14] Сидорко В. П. [4], Третяком А. М. [12], Кузіном Н. В. [3], Волковим С. М. [5], Добряком Д. С. [16] та багатьма іншими вченими. Зокрема, Добряком Д. С. розкрито витоки [16] сучасного землеустрою, проаналізовано підходи щодо його трактування у різні періоди. Професором Третяком А. М. [10] представлено історію розвитку земельних відносин та землеустрою в Україні. Сидорко В. П. [4] в основному висвітлено історію становлення землевпорядної науки в стародавні часи.

Та, незважаючи на вагомі теоретичні напрацювання багатьох вчених щодо проблем розвитку землевпорядного виробництва, на сьогодні велике коло питань щодо управління землевпорядним виробництвом залишаються дискусійними, потребують необхідності вивчення та аналіз історичних передумов зародження землевпорядної науки, її особливостей в умовах сьогодення.

Постановка завдання. Метою статті є вивчення та аналіз етапів розвитку землевпорядної науки. Для досягнення поставленої мети вирішено такі завдання:

- розкрити умови зародження землевпорядної науки;
- оцінити зарубіжний досвід управління землевпорядним виробництвом;
- розкрити проблеми розвитку землевпорядного виробництва та обґрунтувати шляхи їх вирішення.

В процесі дослідження застосовані історичний та аналітичні методи дослідження, методи наукового узагальнення.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Багато тисячоліть до нашої ери людство свідомо почало використовувати землю з метою регулювання земельних стосунків. Ця діяльність дістала такі назви, як землемірство, межування та землеустрій.

Вже в ті часи народи Індії, Греції та інших країн почали свідомо ділити земельні масиви на частини, вели облік земель, проводили їх облік для оподаткування.

У Давньому Римі з метою закріплення прав власності на землю було проведено опис землі. Юлієм Цезарем (1000-44 рр. до н.е.) в римських колоніях започатковано перепис земель, а Октавіаном Августом (63-44 рр. до н.е.) організовано точний їх вимір із складанням описів, карт, визначенням якості [5].

В той час, як відбувся розпад рабовласницького ладу, поширюється феодальна власність, що заклала підвалини власності на землю. Основу землеволодіння на ті часи складала земля дворянства, селянські наділи, а за користування землею селяни повинні були сплачувати земельну ренту.

В середні віки землевпорядні дії в основному були пов'язані з кадастром земель, їх розподілом між землевласниками. Відображення місцевості на малюнках в ті часи стало основою складання карт, а

причиною їх стало прагнення людини краще орієнтуватися на місцевості, знати точну інформацію про поселення, дороги та річки [6].

Необхідним було ведення опису та фіксації на картах різних видів земельних угідь, внаслідок чого виник такий вид землевпорядних дій, як землеописи, що склалися без дотримання масштабу та пропорцій та велися землемірами, що наділяли та перерозподіляли земельні ділянки. Так з'явилася наука геодезія.

Згодом, крім опису земель, почали встановлювати межі суміжних землеволодінь з метою ліквідації земельних суперечок на близьких між собою землях. Враховуючи, що на той час правителі держав вимагали від землевласників високоприбуткового використання земель, останні змушені були переоблаштовувати територію, прокладати зрошувальні канали, закладати багаторічні насадження та ін. Прибутки від використання землі спрямовувалися в дохід держави.

За часів Київської Русі розмежування земель стало не тільки носити технічний характер, а й мати юридичне значення, внаслідок чого межі земельних ділянок встановлюються на законних підставах, а у випадках порушення можуть бути відновлені. Лісові угіддя ж, пасовища та сіножаті залишаються в общинному користуванні [7]. Тоді й відбулося князівське землеволодіння, що сприяє руйнуванню общинних земельних відносин. За вказівкою князів наділялася земля, відводилися земельні ділянки в натурі, вирішувалися земельні суперечки. Князі на Русі за прикладом Візантії [8] робили опис земельних володінь своїх підданих з метою розподілу податків, повинностей і данини. Опис земель того часного періоду вважається прикладом запровадження в Україні земельного кадастру [9]. У XIII столітті землі Русі перейшли під владу литовської династії, а потім – польсько-литовську [9]. Отже, землі сучасної України були розподілені між сусідніми державами. В той час закріпилося право селян на вільну купівлю-продаж землі. Власників зобов'язували огорожувати певні види земельних угідь (подвір'я, городи), а при виконанні цих вимог їх позбавляли права на відшкодування збитків, заподіяних потравою посівів худобою тощо, а іноді – карали штрафом [10].

З початком XI століття стає обов'язковою трипільна система землеробства [11]. При переході від феодального до капіталістичного способу виробництва землевпорядне виробництво спрямовувалося на перерозподіл землі.

В XVI столітті з'явилася займанщина, що стала однією з форм набуття земельних ділянок: селяни і козакі займали вільні землі, обробляли їх і навіть продавали.

У середині і другій половині XVII століття відбулися визвольні війни українського народу проти польсько-шляхетського панування. Водночас Правобережна Україна, Східна Галичина, Закарпаття і Північна Буковина перебували під верховенством Речі Посполитої, Угорщини, султанської Туреччини. Шляхетський уряд Речі Посполитої на захоплених українських землях запровадив свої

закони, суд, органи влади, адміністративно-політичний устрій. Завдяки пожалуванням, самовільному захопленню шляхта володіє великими масивами землі [12].

У 1764 р. скасовується гетьманство і селянам заборонялося переселятися на нові місця без письмових дозволів (посвідчень) своїх панів. Після революції 1917 року було конфісковано поміщицькі землі, націоналізовано усі землі та передано селянству більшу частину конфіскованих земель. За словами Третяка А. М. [13], з 1919 по 1927 роки землевпорядковано більшу частину колгоспів, простежувалася нестача фахівців-землевпорядників, проекти землеустрою практично не склалися, зйомок та обстежень території не проводилось, використовувався планово-картографічний матеріал минулих років.

У 1950-х роках започатковано облік земель і реєстрацію землекористувань. У післявоєнні роки та до початку 60-х років виконано значний обсяг ґрунтових, геоботанічних, аерофотознімальних робіт.

З часу прийняття постанови Ради Міністрів СРСР (1970 р.) “Про затвердження Положення про державний контроль за використанням земель” починає розвиватися система державного контролю за використанням і охороною земель, основне завдання якого полягало у забезпеченні дотримання усіма землекористувачами земельного законодавства, порядку і принципів ефективного землекористування. У 60-ті роки ХХ століття в аграрній (землевпорядній) економіці почали застосовувати еколого-економічні методи в землевпорядному виробництві. Одночасно вдосконалювалися територія і методи інженерно-економічних розрахунків та економіко-математичних досліджень в аграрному секторі економіки.

Після прийняття в 1977 році постанови Ради Міністрів СРСР “Про порядок ведення державного земельного кадастру” почався новий етап виконання земельно-кадастрових робіт. Згадувана постанова ініціювала ведення земельно-кадастрових робіт у країні за єдиною системою [14].

В Україні землевпорядне виробництво проходило кілька етапів: генеральне межування території, згідно з яким була визначена кількість земельних угідь як загалом у державі, так і у власності казни, встановлена межа поземельних володінь; спеціальне межування території (спрямоване на землевлаштування поміщицьких земель); 1861-1863 роки – проводилися роботи з розверстки поміщицьких та селянських наділів; 1906-1923 роки – розподіл земель між поселеннями, об’єднаними в одну громаду, виділення більш віддалених земель під висілки, виділення з громадських земель ділянок у власність окремих домогосподарств; землевпорядне виробництво в Радянській Україні; формування нових земельних відносин в незалежній Україні.

З середини 80-х років розпочався новий етап відновлення оренди землі в Україні. Форми цих відносин були різноманітними: колективні, сімейні та індивідуальні [15]. Оренда землі визнавалася як специфічна форма тимчасового користування землею на умовах, визначених угодою сторін. Важливою у

сфері землевпорядного виробництва стала Декларація про державний суверенітет України від 16 липня 1990 року, яка проголосила, що земля є власністю українського народу.

Тодішній етап розвитку землевпорядної науки засвідчив про те, що виникла необхідність у практичній реалізації заходів, спрямованих на розробку теорії і методів управління та практичної реалізації заходів, спрямованих на поліпшення використання земель.

На початку 90-х років ХХ сторіччя створено орган державної виконавчої влади по земельних ресурсах, який носив назву Держкомзем України, що вирішував питання у сфері управління усіма земельними ресурсами країни, питання організації землекористування, землеустрою та охорони земель усіх категорій.

Варто зазначити: в Україні основним законом, який регулює земельні відносини, є Земельний кодекс [16], прийнятий Верховною Радою у 2001 році, що визначає мету і завдання, основні засади земельної політики, принципи формування земельних відносин, органи, що уповноважені приймати рішення у сфері землекористування, законодавче регулювання категорій земель, повноваження органів місцевого самоврядування в сфері регулювання земельних відносин.

Сьогодні у ХХІ столітті земельні ресурси продовжують займати не менш вагоме місце у розвитку продуктивних сил і виробничих відносин. Вони (земельні відносини) є компонентом макроточення, головним засобом виробництва у сільському господарстві, джерелом задоволення потреби людини та ін. Водночас нині в основному сучасне землекористування носить відбиток екстенсивних методів господарювання. Радикальні зміни, що відбулися у сільському господарстві, не забезпечили зростання добробуту, деградовано село. До цього часу не встановлено правильного діагнозу виходу аграрного сектора з глибокої кризи.

В рамках вищевикладеного вартий на увагу і зарубіжний досвід управління землевпорядним виробництвом. Так, наприклад, у Німеччині ще з початку ХІХ століття з’явилися фахівці із землевпорядного забезпечення сільськогосподарських земель, яких називали геометрами або культурно-технічними інженерами [1]. Зазначені фахівці проводили земельно-кадастрове знімання території, будівництво доріг, здійснювали планування розміщення осушувальних та зрошувальних каналів, господарських центрів, здійснювали розподіл земель відповідно до сівозмін.

В зарубіжних країнах землевпорядне виробництво носило інвестиційний характер, а інвесторами у сфері землекористування виступали держава, купуючи та продаючи земельні ділянки, і приватні інвестори. Так, у Франції діє некомерційна корпорація [2], що здійснює управління сільськогосподарськими землями від імені держави та має право на першочергове право на купівлю земельних ділянок.

На даний час сучасне землевпорядне виробництво характеризують такі основні риси, як об'єктивна необхідність комплексного підходу у виконанні землевпорядних робіт, виготовлення індексних кадастрових карт, оновлення картографічних матеріалів, створення кадастрових планів, проведення грошової оцінки земельних ділянок, створення об'єктивної інформації про земельні ділянки, надання її зацікавленим користувачам, виникнення нових видів землевпорядних робіт, широке застосування у землевпорядному виробництві новітніх інформаційних технологій, в першу чергу технологій геоінформаційних систем (ГІС), сучасних технологій зйомочних робіт, включаючи методи дистанційного зонування землі (аеро- і космічних зйомок).

На сьогодні землевпорядне виробництво має і безліч проблем [3]: практично не розробляються проекти землеустрою агроформувань, не проводиться рекультивация порушених земель, не здійснюється захист земель від підтоплення, ерозії. Майже не проводяться ґрунтові та геоботанічні обстеження території, районування та зонування земельного фонду, не виконуються роботи щодо класифікації земель та ін.

Обґрунтовуючи вищевикладене, вважаємо, що основними шляхами вирішення землевпорядних проблем є:

- інноваційний вектор розвитку землевпорядного виробництва на основі оптимізації вертикалі системи державних органів управління земельними ресурсами;
- організація ведення землеустрою в інтересах землевласників та землекористувачів із урахуванням останніх досягнень науково-технічного прогресу в галузі землевпорядкування;
- повне використання біокліматичного потенціалу регіону, його географічного положення, якісних параметрів земельних ресурсів;
- створення умов для нагромадження інвестиційного потенціалу в сфері землевпорядного виробництва;
- наявність висококваліфікованих кадрів у сфері управління земельними ресурсами, здатних приймати та виконувати оптимальні управлінські рішення, спрямовані на організацію ефективного землевпорядного виробництва.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Аналіз історичних передумов зародження землевпорядної науки свідчить, що потребує необхідності вдосконалення системи управління землевпорядним виробництвом з метою налагодження ефективної взаємодії між суб'єктами господарювання на землі.

Проаналізований у статті генезис розвитку землевпорядного виробництва дозволив запропонувати такі його орієнтири:

- управління землевпорядним виробництвом має відбуватися відповідно до стратегії економічної реформи країни, а також потреб державних органів у сфері управління земельними ресурсами;
- доцільним є створення галузевої державної установи з питань землеустрою, охорони земель та

земельних відносин у сфері управління землекористуванням;

- підвищення рівня підготовки фахівців у сфері землевпорядного виробництва потребує створення належних умов для активізації належного навчального процесу в системі управління земельними ресурсами;

- потребують впровадження концептуальні засади розвитку землекористування, забезпечуючи синергетичний ефект управлінських рішень, спрямованих на раціональне використання та охорону земель;

- забезпечення необхідності прогнозувати наслідки реалізації управлінських рішень в сфері управління земельними ресурсами та на цій основі приймання відповідних корегувальних дій з урахуванням ситуацій, що складаються у сфері землевпорядного виробництва.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на розкриття концепцій та особливостей розвитку системи управління земельними ресурсами в сучасних умовах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вехи російського землеустрою: Время, события, люди / [сост.: С. Н. Волков]. – М. : ГУЗ, 2000.
2. Грещук Г. І. Світовий досвід функціонування землевпорядного механізму сталого використання сільськогосподарських земель / Г. І. Грещук // Збалансоване природокористування. – 2017. – № 1. – С. 99-104.
3. Грушевський М. С. Історія України / Грушевський М. С. – Київ; Львів, 1913. – С. 192.
4. Добряк Д. С. Проблеми сучасного землеустрою / Д. С. Добряк // Землевпорядний вісник. – 2012. – № 1. – С. 30-34.
5. Дугина Т. А. Особенности развития земельных отношений за рубежом / Т. А. Дугина // Концепт: Научно-методический электронный журнал. – 2015. – Т. 13. – С. 4481-4485.
6. Історія земельних відносин та землеустрою в Україні : навчальний посібник / [укл. Р. І. Беспалько, Р. М. Романко]. – Чернівці : Рута, 2008. – 90 с.
7. Кузін Н. В. Актуальні проблеми землевпорядного виробництва / Н. В. Кузін // Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. – 2012. – № 1. – С. 128.
8. Музыченко П. П. Право отчуждения земель по законодательству Великого княжества Литовского в XVI в. / Музыченко П. П. // Проблемы земельной реформы в Украине. – Материалы научно-практической конференции (Киев, 27-30 октября 1994 г.). – Вып. 9.
9. Рубаник В. С. Правове регулювання земельних відносин у Київській Русі та феодально роздробленій Русі / Рубаник В. С. // Земельне право України. – 2006. – № 5.
10. Самусь Г. І. Аграрні відносини в Україні в дотрансформаційний період [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.essuir.sumdu.edu.ua>.
11. Сидорко В. П. Зародження землевпорядної науки / В. П. Сидорко // Вісник Чернігівського

національного педагогічного університету. Педагогічні науки. – 2013. – Вип. 108.1. – Режим доступу:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_1_108_57.

12. Третяк А. М. Історія земельних відносин та землеустрою в Україні : навчальний посібник / Третяк А. М. – К. : Аграрна наука, 2002. – С. 17, 23.

13. Третяк А. М. Землевпорядне проектування: Теоретичні основи і територіальний землеустрій : навч. посібник / Третяк А. М. — К. : Вища освіта, 2006. — 528 с: іл.

14. Управління землекористуванням : підручник / [В. В. Горлачук, О. М. Гаркуша, В. Г. В'юн та ін.; за ред. В. В. Горлачука]. – Миколаїв : Іліон, 2006. – 376 с.

15. Черемшинський М. Еволюція кадастрових систем та питання кадастрової реформи в Україні / Черемшинський М. // Приватизація землі: закон, практика, проблеми. – 2003. – №2. – С. 41.

16. Земельний кодекс України: прийнятий Верхов. Радою України від 25.10.2001р. № 132/94-ВР // Відом. Верхов. Ради України. - 2002. - № 3-4. - Ст. 27.

REFERENCES

1. Veli rossijskogo zemleustrojstva: Vremja, sobytija, ljudi, sost.: S. N. Volkov (2000), M., GUZ.

2. Hreschuk, H. I. (2017), Svitovyj dosvid funkcionuvannia zemlevporiadnoho mekhanizmu staloho vykorystannia sil'skohospodars'kykh zemel', *Zbalansovane pryrodokorystuvannia*, № 1, s. 99-104.

3. Hrushevs'kyj, M. S. (1913), *Istoriia Ukrainy*, Kyiv; L'viv, s. 192.

4. Dobriak, D. S. (2012), Problemy suchasnoho zemleustroiu, *Zemlevporiadnyj visnyk*, № 1, s. 30-34.

5. Dugina, T. A. (2015), Osobennosti razvitija zemel'nyh otnoshenij za rubezhom, *Koncept: Nauchno-metodicheskij jelektronnyj zhurnal*, T. 13, s. 4481-4485.

6. Istoriia zemel'nykh vidnosyn ta zemleustroiu v Ukraini, ukl. R. I. Bepal'ko, R. M. Romanko (2008), Ruta, Chernivtsi, 90 s.

7. Kuzin, N. V. (2012), Aktual'ni problemy zemlevporiadnoho vyrobnytstva, *Zemleustrij, kadastr i monitorynh zemel'*, № 1, s. 128.

8. Muzychenko, P. P. (1994), Pravo otchuzhdenija zemel' po zakonodatel'stvu Velikogo knjazhestva Litovskogo v HVI v., Problemy zemel'noj reformy v Ukraine. – Materialy nauchno-prakticheskoy konferencii (Kiev, 27-38 oktjabrja 1994 g.), vyp. 9.

9. Rubanyk, V. Ye. (2006), Pravove rehuliuвання zemel'nykh vidnosyn u Kyiv'skij Rusi ta feodal'no rozdroblenij Rusi, *Zemel'ne pravo Ukrainy*, № 5.

10. Samus', H. I. Ahrarni vidnosyny v Ukraini v dotransformatsijnij period, available at: <http://www.essuir.sumdu.edu.ua>.

11. Sydorko, V. P. (2013), Zarozhennia zemlevporiadnoi nauky, *Visnyk Chernihiv'skoho natsional'noho pedahohichnoho universytetu. Pedahohichni nauky*, vyp. 108.1, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_1_108_57.

12. Tretiak, A. M. (2002), Istoriia zemel'nykh vidnosyn ta zemleustroiu v Ukraini, *Ahrarna nauka*, K., s. 17, 23.

13. Tretiak, A. M. (2006), Zemlevporiadne proektuvannia: Teoretychni osnovy i terytorial'nyj zemleustrij, *Vyscha osvita*, K., 528 s: il.

14. Upravlinnia zemlekorystuvanniam, V. V. Horlachuk, O. M. Harkusha, V. H. V'юн та ін.; за ред. V. V. Horlachuka (2006), Іліон, Миколаїв, 376 с.

15. Cheremshyn's'kyj M. (2003), Evoliutsiia kadastrovykh system ta pytannia kadastrovoi reformy v Ukraini, *Pryvatyzatsiia zemli: zakon, praktyka, problemy*, №2, s. 41.

16. Zemel'nyj kodeks Ukrainy: pryjnyatij Verkhov. Radou Ukrainy vid 25.10.2001r. № 132/94-VR (2002), Vidom. Verkhov. Rady Ukrainy, № 3-4, st. 27.

Kopecká Lucie,

Ing., Ph.D. Student, Department of Mathematics and Quantitative Methods, Faculty of Economics and Administration, University of Pardubice, Czech Republic

BAYESIAN ESTIMATES OF PROBABILITY OF INCIDENCES AND MORTALITIES OF SELECTED SERIOUS DISEASES

Abstract. *Oncological diseases are really serious, because they are already occurring in childhood and their number is growing rapidly. This problem is very dangerous not only for the European population, but also for the population all over the world. The Bayesian theory of credibility, in particular the binomial/beta model, can be appropriate method to determine the probability of incidences and mortalities, especially in cases of insurance companies. The main aim of this article is to evaluate these probabilities using the binomial/beta model and compare the advantages of Bayesian estimates to the maximum likelihood estimations based on trachea, bronchus and lung cancers in the Czech Republic and Ukraine. Data are obtained from the databases of WHO and OECD.*

Key words: estimation methods, binomial/beta model, trachea, bronchus and lung cancers.

Копецка Луція,

інженер, аспірант, кафедра математики та кількісних методів, факультет економіки та управління, Університет Пардубіце, Чеська Республіка

БАЙЕСІВСЬКА ОЦІНКА ЙМОВІРНОСТІ ЗАХВОРЮВАНОСТІ ТА СМЕРТНОСТІ ВІД ОБРАНИХ НЕБЕЗПЕЧНИХ ХВОРОБ

Анотація. *Онкологічні захворювання є справді небезпечними, оскільки вони вже з'являються в дитинстві і їх кількість стрімко зростає. Ця проблема є не тільки небезпечною для населення Європи, але й для всього світу загалом. Байєсівська теорія ймовірності, зокрема біноміальна / бета-модель, може бути методом, придатним для визначення ймовірності випадків захворюваності та смертності, особливо стосовно діяльності страхових компаній. Основна мета цієї статті - оцінити ці ймовірності за допомогою біноміальної / бета-моделі та порівняти переваги байєсівських оцінок з оцінками максимальної ймовірності на основі даних про захворюваність та смертність на рак трахеї, бронхів та легень у Чеській Республіці та Україні. Показники було отримано з баз даних ВООЗ та ОЕСР.*

Ключові слова: методи оцінки, біноміальна/бета-модель, трахея, рак бронх та легень.

Statement of the problem. Serious oncological diseases belong to the diseases which affect population all over the world. Incidences of these diseases have tendencies to grow, specifically in many European countries, which can be caused by factors such as consumption of alcohol and tobacco, obesity, stress, age structure of population, availability of health care, socio-economics situation, etc.

It is important to find right method of estimations, mainly in case of institutions such as insurance companies because these companies should be able to estimate their risks correctly to be able to fulfil their obligations.

Analysis of the previous publications. As mentioned above, oncological diseases are caused by certain risk factors. For instance, these publications are

focused on revealing factors which influence health of population [2], [10], [12].

Many publications describe possibilities of estimating of unknown parameters of probability distributions. For details see [1], [3], [4], [5], [7], [8], [9], [11] and [13].

Jindrová & Kopecká [3], Kopecká & Pacáková [4] and Pacáková & Kotlebová [11] focus on using Bayesian estimates, specifically binomial/beta model for insurance companies.

Aim of research. The main aim of this article is to estimate probability of incidences and mortalities by using binomial/beta model and to focus on comparison of advantages of Bayesian estimates in comparison with maximum likelihood estimations (MLEs) based on data

related to trachea, bronchus and lung cancers in the Czech Republic (CZE) and Ukraine (UKR).

Presentation of the main part of the research.

Data which are used in this article come from two databases, namely database of World Health Organization (WHO) and Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Specifically, data about incidences of trachea, bronchus and lung cancers for Czech Republic (CZE) and Ukraine (UKR) are obtained from database of WHO for period 1985-2014 and data related to mortalities of the same cancers for the same two countries are obtained for period 1985-2015. Next OECD database provides data about incidences of lung cancer in 2012 and mortalities of trachea, bronchus and lung cancers in 2015. These years are the latest available years for OECD countries. Both databases provide data related to incidences and mortalities of these cancers per 100 000 population ($n = 100\ 000$).

MLE belongs to the most often possibility how to estimate unknown parameters of probability distributions. This method of estimation of parameters is one of the best because of its advantageous properties. For instance, MLE has asymptotically normal distribution, is asymptotically unbiasedness, asymptotic efficient, consistent and invariant as describes [7].

On the other hand, MLE has some serious disadvantages. The most serious disadvantage is complicated calculation process. In case of some probability distribution it must be used sophisticated programs. Next disadvantage is the necessity of the large sample to be reached of the advantages of MLE mentioned above. Another disadvantage of MLE it is considered to use information only from one data source. However, the last mentioned disadvantage belongs to the more often disadvantages of classic methods of parameters estimates. For details see [3], [4], [7] and [11].

According to Pacáková [7] MLE of unknown parameter θ is vector Θ which maximizes the likelihood function $L(\Theta, x)$ where Θ is vector of unknown parameters and x is vector of random sample specified by density function $f(x, \Theta)$. In case of binomial distribution according to formula (1), MLE of parameter θ is:

$$\hat{\theta} = \frac{x}{n} \quad (1)$$

where x represents number of incidences or mortalities and n is state of population in this article.

Next possibility how to estimate unknown parameters of probability distribution is to use Bayesian theory of credibility. Bayesian theory of estimation is bases for Bayesian theory of credibility. The fundamental difference between classic estimates for instance MLE and Bayesian estimates is unknown, estimated parameter θ which is in case of classic estimates considered as a unknown constant but in case of Bayesian estimates the parameter θ is considered as random variable with own probability distribution.

Next Bayesian estimates don't only include data from own resources as in case of method of classic

estimates but they include data from foreign comparable risks (prior information) which are known before information from own resources. Sometimes, no information exists about prior distribution of estimated parameter so it must be considered that each value of estimated parameter is equally probable. This situation doesn't reflect reality but it doesn't happen very often. On the other hand poor prior information is gradually improved by information from own resources as describe [7].

Formula (2) shows posterior probability density function which combines prior information and information from random sample (data from own resources). For details see [5] and [7].

$$f(\theta/x) \propto f(x/\theta) \cdot f(\theta) \quad (2)$$

Pacáková [7] describes important concept of statistical induction, namely conjugate prior distribution. When random sample comes from probability distribution R with unknown estimated parameter θ it is considered that probability distribution of type F is conjugate distribution for distribution R if prior distribution leads to posterior distribution in the same type but with different parameters. For instance beta distribution is conjugate prior distribution for binomial distribution with unknown estimated parameter θ . This model is suitable for using in insurance companies and it is called binomial/beta model. Problematics related to binomial/beta model is demonstrated for example in following publications: [3], [4], [5], [7], [8], [9], [11] and [13].

Within binomial/beta model formula (3) expresses prior probability density function called prior beta distribution with parameters α and β . Prior probability density function is distribution of estimated parameter θ which is parameter of binomial distribution mentioned above.

$$f(\theta) \propto \theta^{\alpha-1} \cdot (1-\theta)^{\beta-1}, 0 < \theta < 1 \quad (3)$$

First prior information of estimated parameter θ has to be determined. The best way of determination of prior beta distribution parameters α and β is to employ basic characteristic of prior beta distribution, namely mean value μ (4) and dispersion σ^2 (5).

$$\mu = \frac{\alpha}{\alpha+\beta} \quad (4)$$

$$\sigma^2 = \frac{\alpha \cdot \beta}{(\alpha + \beta)^2 \cdot (\alpha + \beta + 1)} \quad (5)$$

Next formula (6) shows that random sample X has binomial distribution with estimated parameter θ but for our needs the constant $\binom{n}{x}$ is omitted.

$$\psi f(x/\theta) \propto \theta^x \cdot (1-\theta)^{n-x}, x = 0, 1, \dots, n \quad (6)$$

As mentioned above posterior probability density function combines prior information and information from random sample. In this case posterior probability density function is called posterior beta distribution, see formula (7).

$$f(\theta/x) \propto \theta^x \cdot (1 - \theta)^{n-x} \cdot \theta^{\alpha-1} \cdot (1 - \theta)^{\beta-1} = \theta^{\alpha+x-1} \cdot (1 - \theta)^{\beta+n-x-1} \quad (7)$$

According to formula (8) Bayesian estimate of estimated parameter θ is mean value of posterior beta distribution in case of minimizing squared loss function.

$$\theta_B = \frac{\alpha+x}{\alpha+\beta+n} \quad (8)$$

Formula (8) can be rewrite into credibility formula (9) according to [1], [4] and [9]. Credibility formula includes credibility factor $Z = \frac{n}{\alpha+\beta+n}$ which shows degree of reliability of random sample, $\frac{x}{n}$ is maximum likelihood estimation of parameter θ of binomial distribution which is used within this model as well and μ which is explained in formula (4).

$$\theta_B = Z \cdot \frac{x}{n} + (1 - Z) \cdot \mu \quad (9)$$

Now construction of maximum likelihood estimations and Bayesian estimates, specifically binomial/beta model is described based on data about incidences and mortalities of trachea, bronchus and lung cancers. Next comparison of these two estimation methods is indicated and graphically illustrated. Finally, development of these diseases is observed in two European countries, namely CZE and UKR in period 1985-2015 in case of incidences and in period 1985-2016 in case of mortalities.

As mentioned above, the first of all, it is necessary to determine prior information about estimated parameter θ of binomial distribution by employing basic characteristics of prior beta distribution. It means that the parameters of prior beta distribution (formula 3) are determined by solving system of equations formula (4) and (5). The same procedure of determination of prior information is used in publication [4].

Parameters of prior beta distribution are determined separately for incidences and mortalities by using data from OECD database. These database provides data about incidences of lung cancer in 2012. By solving system of equations mentioned above parameters $\alpha_{1985} = 13,38$ and $\beta_{1985} = 45\,967,74$. After that OECD database provides data about mortalities of trachea, bronchus and lung cancers in 2015. Parameters are obtained in the same way. Parameters $\alpha_{1985} = 14,44$ and $\beta_{1985} = 34\,874,91$.

After determination of prior beta distribution parameters Bayesian estimate of estimated parameter θ (probability of incidences of trachea bronchus and lung cancers) can be constructed for the first available year 1985. For the first estimated year Bayesian estimate is mean value of prior beta distribution formula (4), specifically $\theta_{B,1985} = 0,000291$. This prior information is used for both mentioned countries.

Next parameters of beta distribution must be recalculate for the following year 1986. It means that $\alpha_{1986} = \alpha_{1985} + x_{1985} = 13,38 + 55 = 68,38$; $\beta_{1986} = \beta_{1985} + n_{1985} - x_{1985} = 45\,967,74 + 100\,000 - 55 = 145\,912,7$ in case of CZE and $\alpha_{1986} = \alpha_{1985} + x_{1985} = 13,38 + 44 = 57,38$; $\beta_{1986} = \beta_{1985} + n_{1985} - x_{1985} = 45\,967,74 + 100\,000 - 44 = 145\,923,7$ in case of UKR. In 1986 the Bayesian estimate equals to mean value of posterior beta distribution, see formulas (7) and (8).

In Fig. 1 we can see development of MLE and Bayesian estimates of probability of incidences of trachea, bronchus and lung cancers in CZE. In this Fig. 1 the advantages of Bayesian estimates are displayed in contrast with MLE.

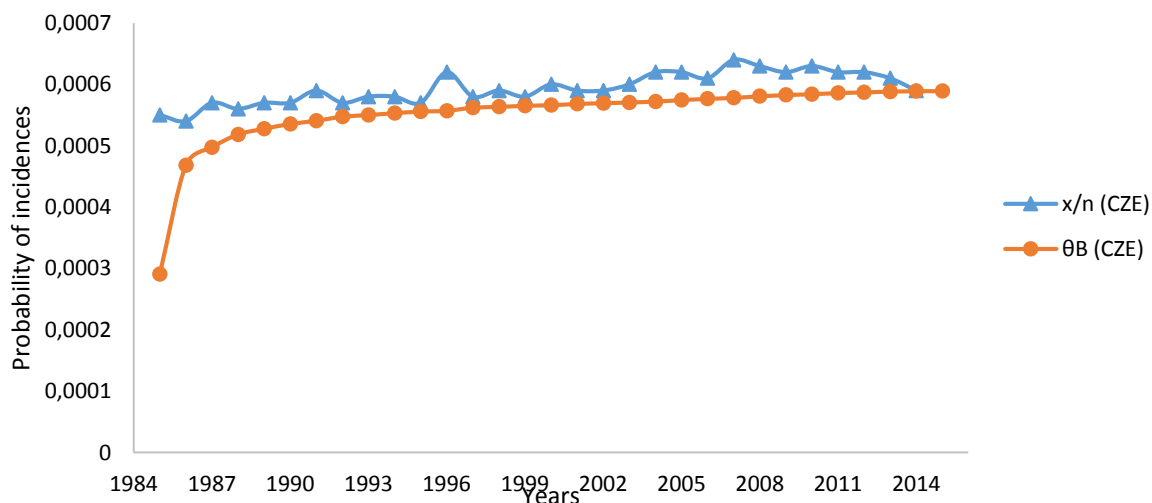


Fig. 1: Comparison of MLE and Bayesian estimates of probability of incidences of trachea, bronchus and lung cancers in CZE (own calculation based on [6], [14])

First advantage of Bayesian estimates is possibility of involving data from two databases. Bayesian estimate is determined from OECD database in 1985 in contrast with MLE which is only stated from database of WHO. For the first year Bayesian estimate is very low in contrast with MLE but this poor prior information is gradually improved by employing information from WHO database. This is the reason why the estimates are still closer. Next advantage of Bayesian estimates is smoother course of these estimates than in case of MLE and finally Bayesian estimates can be determined for the year following after the last known year (2015).

In Fig. 2 MLEs are displayed separately for CZE and UKR for period 1985-2014.

We can see that probability of incidences of trachea, bronchus and lung cancers is lower in case of UKR than

in case of CZE over the whole period. On one hand trend of MLE is increasing within CZE in contrast with UKR where the trend of MLE is decreasing. It means that CZE is not only more affected by these diseases but the incidences are still higher. On the other hand Ukrainian population is in a better position in contrast with CZE.

In Fig. 3 Bayesian estimates are displayed again separately for CZE and UKR for period 1985-2015.

As mentioned above Bayesian estimate is determined based on prior information which is obtained from OECD countries (OECD database) for the first year (1985). We can see that this estimate of incidences of trachea, bronchus and lung cancers has closer to estimates of incidences in UKR than in CZE. It means that CZE and UKR belong to the countries which are more affected by these diseases in comparison with mean of OECD countries.

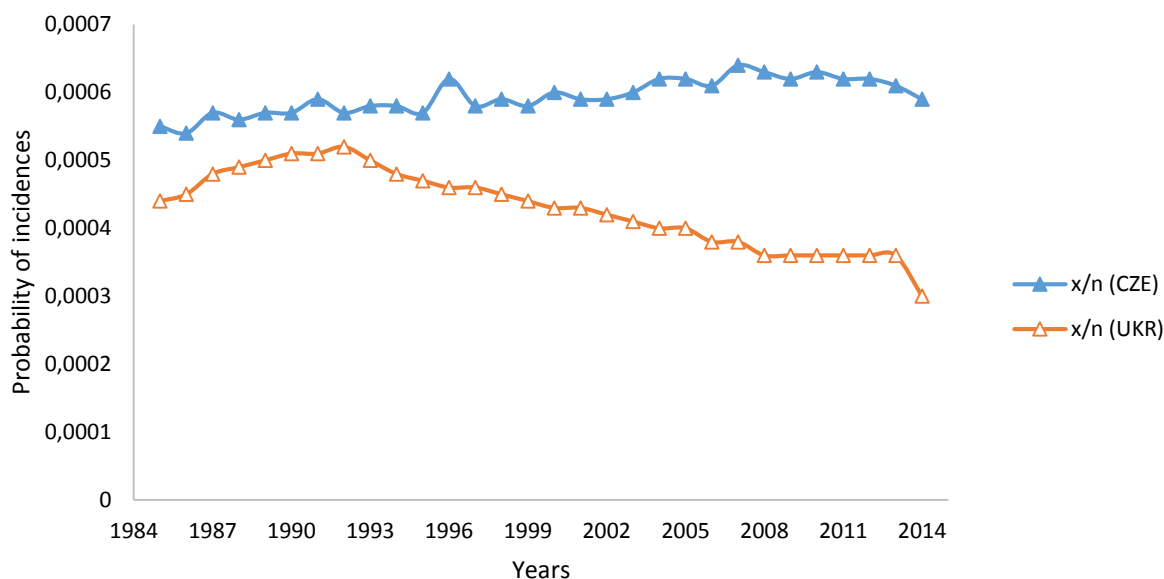


Fig. 2: Comparison of MLEs of probability of incidences of trachea, bronchus and lung cancers for CZE and UKR (own calculation based on [6], [14])

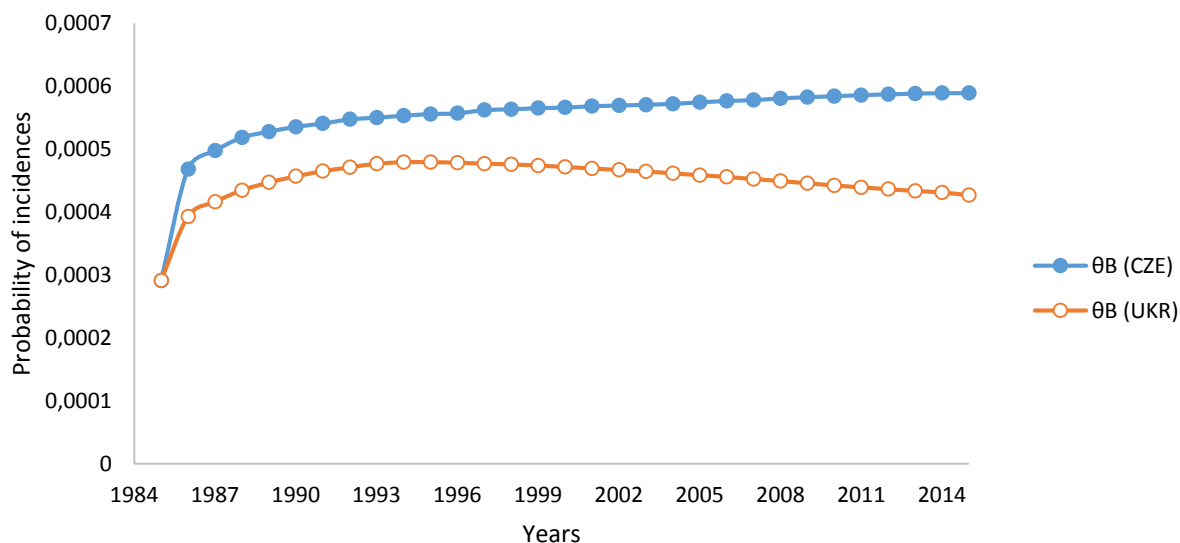


Fig. 3: Comparison of Bayesian estimates of probability of incidences of trachea, bronchus and lung cancers for CZE and UKR (own calculation based on [6], [14])

As in case of incidences after determination of prior beta distribution parameters Bayesian estimate of estimated parameter θ (probability of mortalities of trachea bronchus and lung cancers) can be constructed for the first available year 1985. For the first estimated year Bayesian estimate is mean value of prior beta distribution formula (4), specifically $\theta_{B,1985} = 0,000414$. This prior information is used for both mentioned countries. Calculation process of Bayesian estimates is the same as in case of incidences mentioned above.

In Fig. 4 we can see MLEs which are displayed separately for CZE and UKR for period 1985-2015.

We can see that probability of mortalities of trachea, bronchus and lung cancers is lower in case of UKR than

in case of CZE again over the whole period. However, the trends of mortalities are decreasing in case of both countries. It means that cure of these diseases is more and more effective. Ukrainian population is in a better position again, which can be connected with lower incidences of these diseases.

In Fig. 5 Bayesian estimates are displayed again separately for CZE and UKR for period 1985-2016.

We can see that CZE has still closer to the estimate of mortalities of trachea, bronchus and lung cancers in comparison with mean of OECD countries and UKR is in better situation than OECD countries.

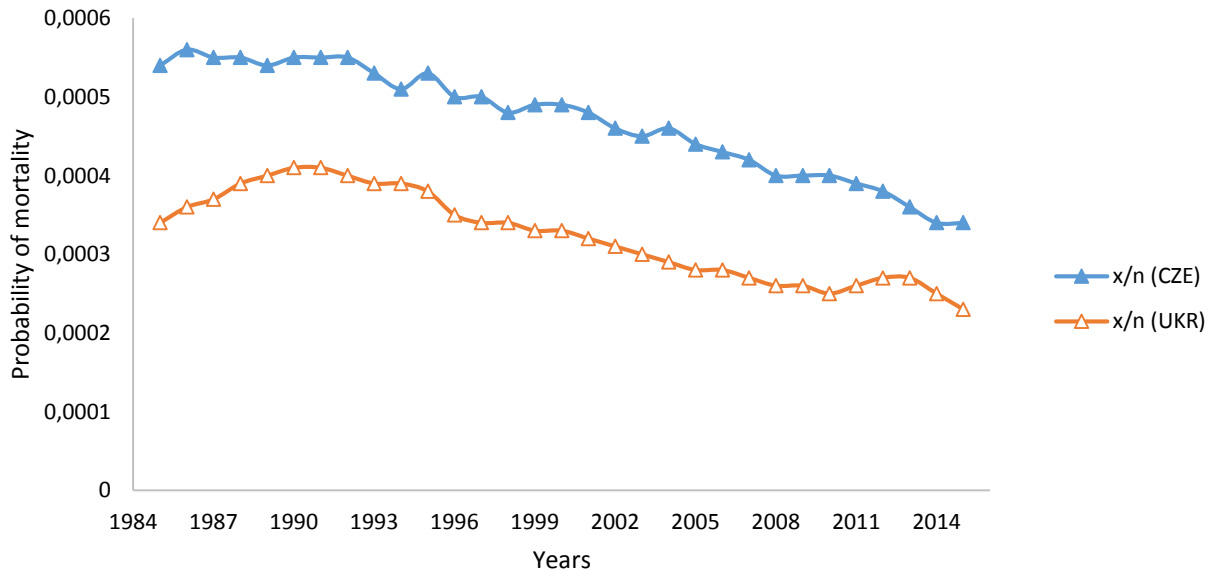


Fig. 4: Comparison of MLEs of probability of mortalities of trachea, bronchus and lung cancers for CZE and UKR (own calculation based on [6], [14])

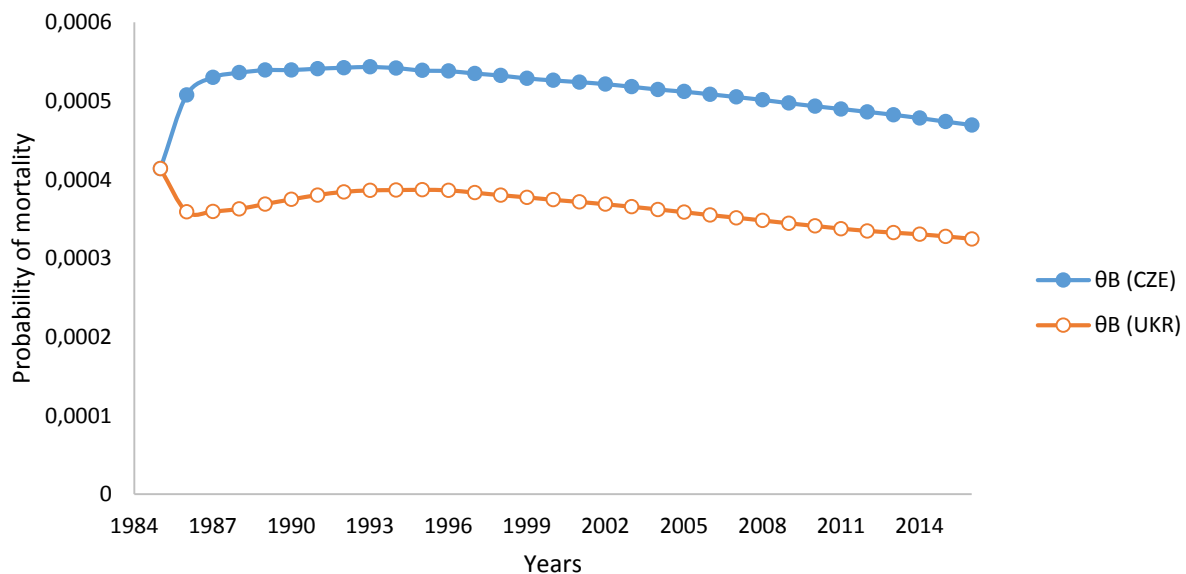


Fig. 5: Comparison of Bayesian estimates of probability of mortalities of trachea, bronchus and lung cancers for CZE and UKR (own calculation based on [6], [14])

Conclusion and perspectives of future investigations. The main aim of this article was to estimate probability of incidences and mortalities of trachea, bronchus and lung cancers by using binomial/beta model and to focus on comparison of advantages of Bayesian estimates in comparison with MLE in the CZE and UKR. Bayesian estimates appear to be suitable because of their advantages, mainly in case of insurance companies because these companies don't have to only use data from own resources but they can focus on data from foreign comparable risks, which is one of reasons for employing Bayesian estimates.

Despite the fact that CZE is member country of OECD and EU, UKR has better results of probability of incidences and mortalities of trachea, bronchus and lung cancers which belong to the most serious cancers in Europe. Both countries show decreasing trends in case of mortalities. However in case of UKR this decrease is slower than in CZE. On the other hand CZE shows increasing trend in case of incidences of these diseases in contrast with UKR which has decreasing trend of incidences. In case of incidences both countries move above the mean of OECD countries and in case of mortalities CZE is moving above this mean but it is still closer to mean value.

The most of causes causing incidences or mortalities of oncological diseases are detected. Nevertheless the main causes making disparities in development of oncological disease among individual countries are not clear and this is the reason for the next research in this field.

LITERATURE

1. Gogola, J. (2013). Spôsob permanentnej úpravy výšky poisťného v neživotnom poistení. *E+M Ekonomika a Management*, 4/2013, str. 134-142.
2. Jindrová, P., Kopecká, L. (2017a). Assessment of risk factors of serious diseases in OECD countries. *Ve: Proceedings 11. Międzynarodowa Konferencja Naukowa im. Profesora Alexandra Zeliassa na temat „Modelowanie i prognozowanie zjawisk społeczno-gospodarczych. Krakow: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie*, str. 123-132.
3. Jindrová, P., Kopecká, L. (2017b). Kvantifikace rizik pro úrazové pojištění. *Scientific Papers of the University of Pardubice – Series D. Univerzita Pardubice: Fakulta ekonomicko-správní. 39(XXIV)*, str. 75-86.
4. Kopecká, L., Pacáková, V. (2017). Bayesian Estimation of Probability of Incidences of the Most Serious Oncological Diseases in the Czech Republic. *Ve Finanční řízení podniků a finančních institucí: Sborník 11. Mezinárodní konference Finanční řízení podniků a finančních institucí. Ostrava. VŠB – Technická Univerzita Ostrava. str. 407-414.*
5. Kotlebová, E. (2009). *Bayesovská štatistická indukcia v ekonomických aplikáciách*. Bratislava: EKONÓM.
6. OECD. (2017). *OECD statistics*. Dostupné z <http://stats.oecd.org/>.
7. Pacáková, V. (2004). *Aplikovaná poisťná štatistika*. 3. vyd. Bratislava: IURA EDITION.

8. Pacáková, V. (2012). Bayesian Estimations in Insurance Theory and Practice. *V: Advances in Mathematical and Computational Methods. Proceedings of the 14th WSEAS International Conference on Mathematical and Computational Methods in Science and Engineering (MACMESE'12), Sliema, Malta*, str. 127-131.
9. Pacáková, V. (2013). Credibility models for permanently updated estimates in insurance. *International Journal of Mathematical Models and Methods in Applied Sciences*, 7(3), str. 333-340.
10. Pacáková, V., Jindrová, P., Zapletal, D. (2016). Comparisons of Public Health Systems of Selected Countries. *V: Evropské finanční systémy 2016. Sborník 13. Mezinárodní vědecké konference. Brno: Masarykova Univerzita*, str. 534-541.
11. Pacáková, V., Kotlebová, E. (2014). Bayesian Estimation of Event Probability in Accident Insurance. *V: Evropské finanční systémy 2014: Sborník 11. Mezinárodní vědecké konference. Brno: Masarykova Univerzita*, str. 462-468.
12. Pacáková, V. & Papoušková, M. (2016). Multidimensional Comparisons of Health Systems Functioning in OECD Countries. *International Journal of Mathematical Models and Methods in Applied Sciences*. 10(12), str. 388-394.
13. Šoltés, E. (2009). *Modely credibility na výpočet poisťného*. 1. vyd. Bratislava: EKONÓM.
14. WHO. (2018). *European Health Information Gateway*. Dostupné z: <https://gateway.euro.who.int/en/>

REFERENCES

1. Gogola, J. (2013). Spôsob permanentnej úpravy výšky poisťného v neživotnom poistení. *E+M Economics and Management*, 4/2013, pp. 134-142.
2. Jindrová, P., Kopecká, L. (2017a). Assessment of risk factors of serious diseases in OECD countries. *In: Proceedings of the 11th Professor Aleksander Zeliass International Conference on Modelling and Forecasting of Socio-Economic Phenomena. Cracow: Cracow University*. pp. 123-132.
3. Jindrová, P., Kopecká, L. (2017b). Kvantifikace rizik pro úrazové pojištění. *Scientific Papers of the University of Pardubice – Series D. University of Pardubice: Faculty of Economics and Administration. 39(XXIV)*, pp. 75-86.
4. Kopecká, L., Pacáková, V. (2017). Bayesian Estimation of Probability of Incidences of the Most Serious Oncological Diseases in the Czech Republic. *In Financial Management of Firms and Financial Institutions: Proceedings of the 11th International Conference Financial Management Firms and Financial Institutions. Ostrava: VŠB-Technical University of Ostrava*. pp. 407-414.
5. Kotlebová, E. (2009). *Bayesovská štatistická indukcia v ekonomických aplikáciách*. Bratislava: EKONÓM.
6. OECD. (2017). *OECD statistics*. Available from <http://stats.oecd.org/>
7. Pacáková, V. (2004). *Aplikovaná poisťná štatistika*. 3rd edition. Bratislava: IURA EDITION.

8. Pacáková, V. (2012). Bayesian Estimations in Insurance Theory and Practice. In: *Advances in Mathematical and Computational Methods*. Proceedings of the 14th WSEAS International Conference on Mathematical and Computational Methods in Science and Engineering (MACMESE'12), Sliema, Malta, pp. 127-131.
9. Pacáková, V. (2013). Credibility models for permanently updated estimates in insurance. *International Journal of Mathematical Models and Methods in Applied Sciences*, 7(3), pp. 333-340.
10. Pacáková, V., Jindrová, P., Zapletal, D. (2016). Comparisons of Public Health Systems of Selected Countries. In: *European Financial Systems 2016*. Proceedings of the 13th International Scientific Conference. Brno: Masaryk University, 534-541.
11. Pacáková, V., Kotlebová, E. (2014). Bayesian Estimation of Event Probability in Accident Insurance. In *European Financial Systems 2014: Proceedings of the 11th International Scientific Conference*. Brno: Masarykova Univerzita. pp. 462-468.
12. Pacáková, V. & Papoušková, M. (2016). Multidimensional Comparisons of Health Systems Functioning in OECD Countries. *International Journal of Mathematical Models and Methods in Applied Sciences*. 10(12), pp. 388-394.
13. Šoltés, E. (2009). *Modely credibility na výpočet pojistného*. 1st edition. Bratislava: EKONÓM.
14. WHO. (2018). *European Health Information Gateway*. Available from <https://gateway.euro.who.int/en/>

Стахорська С. І.,

к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД, Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця, м. Харків

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. Статтю присвячено обґрунтуванню теоретичних положень щодо формування фінансового механізму зовнішньоекономічної діяльності. Обґрунтовано сутність фінансового механізму зовнішньоекономічної діяльності, адже даний механізм є потужним інструментом фінансової політики держави в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Проаналізовано підходи авторів до поняття “фінансовий механізм” та дано авторське визначення. Розглянуто структуру фінансового механізму ЗЕД та визначено базові принципи його побудови. Визначено складові фінансового механізму зовнішньоекономічної діяльності. Визначено принципи та функції державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності органами державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, фінансовий механізм, фінансові методи та важелі, нормативно-правове та інформаційне забезпечення.

Stakhorska S. I.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economy and Management of International Economic Activity. Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv

THEORETICAL BASES OF FUNCTIONING OF FINANCIAL MECHANISM FOR FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

Abstract. The substantiation of the theoretical positions regarding the formation of the financial mechanism of foreign economic activity was considered in the article. The essence of the financial mechanism of foreign economic activity was substantiated, since this mechanism is a powerful instrument of the state's financial policy in the field of foreign economic activity. Authors' approaches to the concept of “financial mechanism” were analyzed and author's definition was proposed. The structure of the financial mechanism of foreign economic activity was considered and the basic principles of its construction were determined. The components of the financial mechanism of foreign economic activity were determined. The principles and functions of state regulation of foreign economic activity by the bodies of state regulation of foreign economic activity were determined.

Keywords: foreign economic activity, financial mechanism, financial methods and levers, legal and informational support.

Постановка проблеми. Інтеграція у світове господарство та інтегрування національних економік у світову економічну систему, розвиток міжнародних економічних відносин, глобалізація економічних процесів, поглиблення міжнародного розподілу праці, формування світових товарних та фінансових ринків зумовлює необхідність створення дієвого фінансового механізму зовнішньоекономічної діяльності, який би забезпечував використання переваг міжнародної інтеграції та захист від її негативних наслідків, зумовлює

зростання ролі зовнішньоекономічної діяльності та її державного регулювання.

У сучасних умовах фінансове регулювання зовнішньоекономічної діяльності розглядається як своєрідний базис формування конкурентоспроможної моделі сталого економічного розвитку, що регулює ефективність діяльності учасників та зовнішньоекономічних операцій в цілому за рахунок використання адекватного інструментарію їх реалізації. Шляхом реалізації фінансово-економічних інструментів зовнішньоекономічної діяльності

можливо розширити масштаби такої діяльності, диверсифікувати галузеву та географічну структуру, що сприяє не тільки підвищенню конкурентоспроможності на міжнародних ринках учасників взаємодії, а й формуванню макроекономічних передумов інтеграції України в сучасну господарську систему. При цьому механізм фінансового забезпечення виступає детермінуючим та сприяє підвищенню продуктивності праці, якості продукції та дає можливість учасникам отримувати максимальну вигоду від такої діяльності, тому в умовах високого рівня участі економіки України в міжнародному розподілі праці значення зовнішньоекономічної діяльності й ефективної організації її фінансового регулювання зумовлює актуальність даної теми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Загальні питання проблем оцінки ефективності та регулювання зовнішньоекономічної діяльності знайшли відображення в працях учених, зокрема О. Анісімова, І. Багрова, С. Гринкевич, О. Дем'яненко, Л. Дікань, З. Карман, К. Квартенюк, О. Кузьміна, А. Кредісова, О. Кириченко, Т. Мироліובה, І. Софіщенко, Н. Янковського та інших.

Дослідженням теоретичних положень у сфері фінансового забезпечення, фінансового механізму, фінансового регулювання економіки та зовнішньоекономічного сектору займалися такі науковці, як В. Базилевич, О. Бречко, В. Білий, В. Васюренко, О. Десятник, Г. Дурицька, В. Губенко, А. Задорожна, П. Зав'ялов, А. Лозенко, К. Рудий, С. Мочерний, Л. Кравченко, Ф. Павленко, В. Пластун, А. Поддєрьогін, Л. Піддубна, В. Опарін, В. Родіонова, В. Щербак, А. Яковлев, М. Якубовський та інші.

Відаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних та зарубіжних економістів у розробленні зазначеної проблематики, необхідно відзначити, що певні аспекти щодо регулювання фінансового механізму зовнішньоекономічної діяльності залишаються недостатньо розкритими, адже економічний зміст фінансового регулювання розглядається частково, тобто відсутні комплексні дослідження, що і обумовлює актуальність дослідження.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є формування фінансового механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності та теоретичне обґрунтування процесу його регулювання.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Розвиток, розширення ринків збуту, отримання нових технологій і прибутків, обмін досвідом, інтеграція у міжнародну систему виробництва, Світову організацію торгівлі та європейський економічний простір залежать від рівня успішності реалізації зовнішньоекономічних операцій, адже динамічний розвиток економіки неможливий без активної зовнішньоекономічної діяльності держави та суб'єктів господарювання. Поступова інтеграція України у світове господарство, посилення міжнародних господарських зв'язків, участь у процесі глобалізації та інтернаціоналізації зумовлює необхідність формування та регулювання фінансового механізму ЗЕД, який би відповідав стандартам та вимогам світового

господарства, сприяв досягненню макроекономічних цілей національної економіки, тому важливим є аналіз структури та складових даного механізму з метою визначення рівня його ефективності.

З метою формування фінансового механізму зовнішньоекономічної діяльності варто визначити змістовне наповнення даного поняття.

В. Родіонова [1, с. 12] визначає фінансовий механізм (який формується за рахунок видів, форм, методів організації фінансових відносин та способів їх кількісного визначення) як сукупність способів організації фінансових відносин, що використовуються суспільством з метою забезпечення сприятливих умов для економічного розвитку. Г. Крамаренко [2, с. 16] вважає, що фінансовий механізм включає підсистеми – яка управляє за рахунок фінансових методів (суб'єкт управління – фінансова служба учасників зовнішньоекономічної діяльності та її підрозділи) та якою управляють (об'єкт управління – складається з фінансових відносин, джерел фінансових ресурсів, фінансових ресурсів і грошового обігу). А. Задорожна [3, с. 10] підтримує точку зору розглянутих авторів, але вважає, що фінансовий механізм – це безпосередньо система управління фінансами підприємств, що беруть участь у зовнішньоекономічній діяльності. В свою чергу, А. Поддєрьогін [4, с. 13] вважає, що фінансовий механізм є цілісною системою управління фінансами, яка присвячена організації взаємодії об'єктів та суб'єктів господарювання у сфері фінансових відносин, формуванню та використанню фінансових ресурсів, забезпеченню ефективного впливу фінансової діяльності на кінцеві результати діяльності.

Проаналізувавши точки зору різних авторів та враховуючи специфіку зовнішньоекономічної сфери, визначено, що механізм фінансового регулювання зовнішньоекономічної діяльності включає сукупність взаємопов'язаних форм, методів, інструментів, способів організації фінансових відносин та структуризації грошових потоків зовнішньоекономічної діяльності (що дозволяє сформувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення ефективної діяльності в сфері зовнішньоекономічної діяльності), вибір яких залежить безпосередньо від особливостей ведення зовнішньоекономічних операцій, що впливає на організацію процесів, структуру джерел, обсяги, напрямки та ризикованість використання фінансових ресурсів з метою забезпечення макроекономічної рівноваги й моніторингу стану економіки на кожному конкретному етапі її розвитку.

Метою регулювання фінансового механізму зовнішньоекономічної діяльності є визначення методів, важелів, інструментів державного регулювання для забезпечення високого рівня фінансової самодостатності кожного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності; фінансової самостійності, стабільності та стійкості, які передбачають надійність усіх елементів фінансової системи; дисципліни в процесі виконання зовнішньоторговельних угод та грошових зобов'язань у відповідній формі та у

визначені строки, на основі дотримання діючих норм національного законодавства і міжнародних правил; розвитку на основі інноваційних стратегій, здійснення постійної модернізації виробництва, ефективної інвестиційної та інноваційної політики.

Отже, аналізуючи фінансовий механізм регулювання ЗЕД, важливим є визначення складових даного механізму (фінансові методи та важелі, нормативне та інформаційне забезпечення), які формують систему форм та засобів дії фінансових методів та інструментів, які впливають на організацію, планування та стимулювання наявних фінансових ресурсів (рис. 1).

Фінансовий механізм ЗЕД являє собою багаторівневу систему фінансових взаємовідносин суб'єктів зовнішньоекономічних зв'язків у процесі глобалізації світової економіки й інтернаціоналізації діяльності українських підприємств, а саме: на міжнародному рівні він розглядається як взаємовідносини країни з ООН, її спеціалізованими економічними організаціями та іншими міжнародними організаціями; на національному рівні – як взаємодія національних держав у межах регіональних інтеграційних угруповань (СНД), ЄС; на макrorівні – як двосторонні міждержавні відносини, система інститутів та заходи регулювання міжнародних зв'язків на національному рівні; на мікрорівні – ЗЕД фірми, підприємства, корпорації.

Реалізуючи на національному рівні фінансові методи та механізми зовнішньоекономічної діяльності, державні органи влади встановлюють та застосовують режими доступу імпортованих товарів на внутрішній ринок, проведення антидемпінгових розслідувань, а також реалізацію заходів щодо сприяння інтенсивному просуванню національних товарів на зарубіжні ринки.

Основні методи та механізми фінансового регулювання ЗЕД суб'єктів господарювання, напрями впливу на основні елементи фінансового регулювання ЗЕД в сукупності визначають напрями фінансового регулювання зовнішньоторговельних зв'язків.

Основними методами фінансового регулювання зовнішньоторговельних зв'язків є експортне субсидування (за рахунок кредитної політики забезпечує сприятливі умови субсидування та надання податкових пільг експортерам), державне експортне кредитування (за рахунок валютної політики забезпечує сприятливі умови надання кредитів) та страхування експортних кредитів (за рахунок бюджетної та податкової політики створює спеціальні умови страхування експортерів), антидемпінгові та антисубсидійні заходи (за рахунок податкової політики забезпечує проведення антидемпінгових розслідувань, встановлення ставок антидемпінгових та компенсаційних мит), які застосовує держава у своїх зовнішньоторговельних зв'язках.

За рахунок фінансових важелів механізм фінансового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності дозволяє створити такі обсяги фінансових ресурсів господарської діяльності, від яких суб'єкти, що беруть участь у ЗЕД, мають змогу не лише функціонувати беззбитково, але і підвищувати рівень ефективності зовнішньоекономічної діяльності та зміцнювати позиції на зарубіжних ринках.

Нормативно-правове забезпечення фінансового механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності здійснюється для врегулювання всіх напрямків зовнішньоекономічної діяльності (у тому числі торгівлі, науково-технічного співробітництва, сфери послуг, розрахункових, кредитних й інших банківських операцій), забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку України, стимулювання прогресивних структурних змін в економіці та створення найсприятливіших умов для залучення економіки нашої держави до системи світового поділу праці та наближення її до ринкових структур розвинених країн світу за рахунок функцій державного регулювання, які тісно пов'язані з принципами ЗЕД, що реалізуються органами державного регулювання (рис. 2).

Нормативно-правове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності має враховувати тенденції світового соціально-економічного простору. В межах компетенції центральних органів влади перебувають питання загального забезпечення ЗЕД, визначення інструментів державного регулювання та порядку їх застосування, формування фондів фінансових ресурсів для розвитку ЗЕД та інші засоби, які визначають найбільш важливі моменти здійснення ЗЕД.

В умовах посилення конкурентної боротьби на світових ринках товарів і послуг своєчасне та всебічне інформування суб'єктів економічних відносин обумовлює актуальність розгляду інформаційного забезпечення як одну зі складових фінансового механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах сучасної міжнародної конкуренції.

До основних напрямків міжнародної допомоги, спрямованої на покращення рівня інформаційного забезпечення і підвищення конкурентоспроможності учасників ЗЕД, відносять такі напрями, як створення необхідного законодавчого поля та проведення політики сприяння гармонійному розвитку міжнародної торгівлі; розвиток фінансової сфери та покращення міжнародної економічної активності; формування сучасної світової інфраструктури та допомога у розвитку національних інфраструктур; забезпечення вільного доступу всім країнам до використання світових інформаційно-інтелектуальних ресурсів [11].

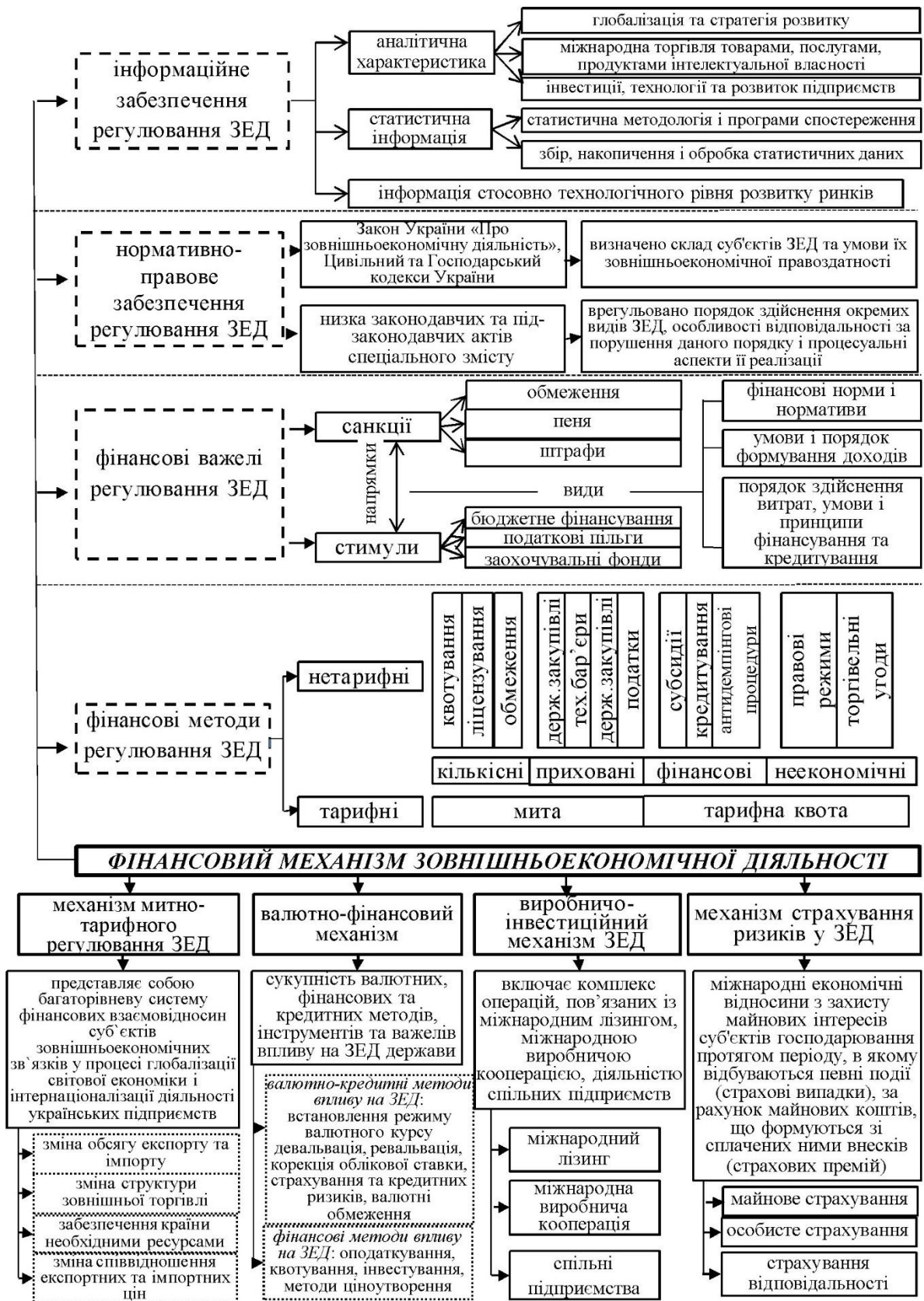


Рис. 1. Структура та складові фінансового механізму зовнішньоекономічної діяльності (узагальнено та доповнено за [5-10])



Рис. 2. Функції державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності органами державного регулювання ЗЕД

Головною метою фінансового механізму є обслуговування та підтримка всіх видів зовнішньоекономічної діяльності, тобто даний механізм є потужним інструментом провадження фінансової політики держави, який є важливим не тільки для держави, а й для суб'єктів підприємницької діяльності за рахунок створення позитивного іміджу країни та поповнення валютних резервів, що дозволяє суб'єктам господарювання більш раціонально використовувати економічний потенціал, отримувати доступ до нових технологій, завойовувати нові ринки збуту продукції. При комплексному аналізі зовнішньоекономічної діяльності охоплюється вся взаємопов'язана сукупність показників, що відображають повністю або частково господарську, виробничо-комерційну й фінансову діяльність суб'єктів господарювання щодо реалізації зовнішньоекономічних відносин. Враховуючи такі методологічні передумови, важливо проаналізувати особливості фінансового механізму ЗЕД з урахуванням його складових, а саме: механізму митно-тарифного регулювання ЗЕД, валютно-фінансового механізму,

виробничо-інвестиційного механізму ЗЕД, механізму страхування ризиків у ЗЕД.

Формування ефективного механізму митно-тарифного регулювання є обов'язковою умовою здійснення активної зовнішньоекономічної політики у процесі зростання економічної взаємозалежності країн в умовах інтеграційних процесів, що дозволяє митним органам успішно реалізовувати завдання економічної безпеки та захисту економічних інтересів держави, при цьому дотримуючись головної мети в сфері зовнішньоторговельної політики, а саме: інтеграції зовнішньоторговельного комплексу в світову торговельну систему.

Під механізмом валютно-фінансового регулювання зовнішньоекономічної діяльності слід розуміти сукупність адміністративних форм і методів регламентування уповноваженими державними органами порядку, термінів розрахунків в іноземній валюті за експортно-імпортними операціями резидентів України, використання валютної виручки тощо [12]. Враховуючи позитивні (можливість гарантованого наповнення офіційних валютних

резервів, оперативного впливу на терміни розрахунків за експортно-імпортними операціями для запобігання розвитку негативних тенденцій на валютному ринку України [10]) та негативні (суперечність ринковим методам регулювання, принципам лібералізації валютного ринку і здійснення підприємницької діяльності; поява мотивів для ухилення від повернення в Україну валютної виручки; невизначеність економічних і фінансових обставин, за яких НБУ матиме право змінювати строки розрахунків, умови продажу та зарахування валютної виручки тощо [10]) аспекти даного механізму, для підвищення ефективності його функціонування доцільно ввести економічні стимули для експортерів, пов'язані з режимом подвійного валютного курсу, коли обов'язковий продаж валюти здійснюється ними за більш високим, привабливим для них валютним курсом, відмінним від офіційного курсу гривні до іноземних валют.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Задачею механізму страхування ризиків у ЗЕД, окрім обґрунтування вибору методу оцінки з метою оптимізації витрат на страхування і створення відповідних резервів покриття загроз, є важлива складова даного механізму – управління ризиками, що полягає в контролі за рівнем їх динаміки, що дозволяє виявляти відповідні тенденції щодо конкретних суб'єктів господарювання та застосовувати адекватні заходи подолання ризиків. Отже, фінансове забезпечення зовнішньоекономічної діяльності реалізується за рахунок фінансового механізму, який визначає певний порядок формування та розподілу фінансових ресурсів.

Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є визначення ризиків зовнішньоекономічної діяльності та їх регулювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Финансы : учеб. / [В. М. Родионова, Ю. Я. Вавилов, Л. И. Гончаренко и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 400 с.
2. Крамаренко О. Г. Фінансовий менеджмент : підруч. / О. Г. Крамаренко. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 520 с.
3. Задорожная А. Н. Финансы организации (предприятия) : учебник / Задорожная А. Н. – М. : МИЭМП, 2010. – 200 с.
4. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств : підруч. / Поддєрьогін А. М.; [за ред. проф. А. М. Поддєрьогіна]. – [3-те вид., перероб. та доп.]. – К. : КНЕУ, 2001. – 460 с.
5. Скок П. О. Фінансові механізми державної підтримки експортного виробництва / П. О. Скок // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 10. – С. 229-234.
6. Сисюк С. В. Оцінка та страхування ризиків у зовнішньоекономічній діяльності: обліковий аспект / С. В. Сисюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – 2015. – № 2. – С. 86-91.
7. Крупін В. Є. Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств / В. Є. Крупін // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 114-120.
8. Барташук Т. П. Механізми інформаційного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності в умовах сучасної міжнародної конкуренції : дис. ... канд. екон. наук: 08.05.01 / Барташук Тетяна Павлівна. – К., 2003. – 211 с.
9. Стадник М. О. Нормативно-правове забезпечення механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні / М. О. Стадник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 6, т. 2. – С. 114-116.
10. Кватернюк К. Ю. Концептуальні засади формування фінансового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності підприємства / К. Ю. Кватернюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 6, т. 3. – С. 106-111.
11. Скок П. О. Фінансові механізми державної підтримки експортного виробництва / П. О. Скок // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 10. – С. 229-234.
12. Арутюнян С. С. Фінансовий механізм зовнішньоекономічної діяльності : навчальний посібник / С. С. Арутюнян. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2006. – 168 с.

REFERENCES

1. Rodionova V., Vavilov Yu. and Goncharenko L. (2003), *Finansyi, Finansyi i statistika*, Moscow.
2. Kramarenko O. (2009), *Finansovyy menedzhment, Tsentri navchal'noyi literatury*, Kyiv.
3. Zadorozhnaya A. (2010), *Finansyi organizatsii (predpriyatiya)*, MIEMP, Moscow.
4. Poder'ohin A. (2001), *Finansy pidpryyemstv*, KNEU, Kyiv.
5. Skok P. (2016), *Finansovi mekhanizmy derzhavnoyi pidtrymky eksportnoho vyrobnytstva, Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*, pp. 229-234.
6. Sysyuk S. (2015), *Otsinka ta strakhuvannya ryzykiv u zovnishn'oeconomichnyy diyal'nosti: oblikovyy aspekt, Visnyk Zhytomyrs'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriya : Ekonomichni nauky*, pp. 86-91.
7. Krupin V. (2009), *Mekhanizm derzhavnoho rehulyuvannya zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti promyslovykh pidpryyemstv, Rehional'na ekonomika*, pp. 114-120.
8. Bartashchuk, T. P. (2003), *Mekhanizmy informatsynoho zabezpechennya zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti v umovakh suchasnoyi mizhnarodnoyi konkurentsyyi*, Candidate's thesis. Kyiv.
9. Stadnik M. (2010), *Normatyvno-pravove zabezpechennya mekhanizmu rehulyuvannya zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti v Ukraini, Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky*, pp. 114-116.
10. Kvaternyuk K. (2010), *Kontseptual'ni zasady formuvannya finansovoho zabezpechennya zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti pidpryyemstva, Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky*, pp. 106-111.
11. Skok P. (2016), *Finansovi mekhanizmy derzhavnoyi pidtrymky eksportnoho vyrobnytstva, Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*, pp. 229-234.
12. Arutyunyan, S. S. (2006), *Finansovyy mekhanizm zovnishn'oeconomichnoyi diyal'nosti*, ORIDU NADU, Odessa.

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 331.101.3

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

Васильків Ю. В.,

аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ПЕРЕДУМОВИ УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Анотація. У статті на основі статистичних даних розглянуто сучасний стан, тенденції та проблеми розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу. Виявлено вплив макроекономічного середовища на їх діяльність. Обґрунтовано необхідність формування системи управління персоналом та мотивацією його праці для забезпечення розвитку підприємств. Визначені особливості праці та управління персоналом на підприємствах санаторно-курортного комплексу, які обумовлюють специфіку управління мотивацією праці персоналу. За результатами проведеного соціологічного опитування виокремлено передумови управління мотивацією праці персоналу. Узагальнено напрями і засоби мотивації праці, поширені на підприємствах санаторно-курортного комплексу.

Ключові слова: підприємство санаторно-курортного комплексу, мотивація праці, управління мотивацією праці, управління персоналом підприємства, напрями мотивації 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

Vasylykiv Y. V.,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

PRECONDITIONS OF LABOR MOTIVATION MANAGEMENT IN SERVICE SPHERE ENTERPRISES

Abstract. In the article on the basis of statistical data, the current state, trends and problems of the sanatorium and resort complex enterprises development are examined. The influence of macroeconomic environment on their activity is revealed. The necessity of forming a system of personnel management and its labor motivation for the enterprises development is substantiated. The peculiarities of labor and personnel

management in the enterprises of the sanatorium and resort complex, which stipulate the specifics of personnel management motivation management are determined. According to the results of the sociological survey, the preconditions for managing the motivation of personnel labor are identified. The directions and tools of labor motivation, distributed in enterprises of the sanatorium and resort complex are generalized.

Keywords: enterprise of the sanatorium and resort complex, labor motivation, labor motivation management, enterprise personnel management, labor motivation vectors.

Постановка проблеми. Україна володіє унікальними природно-кліматичними умовами, гідромінеральними, бальнеологічними та іншими рекреаційно-лікувальними ресурсами, а також мережею санаторно-курортних об'єктів у всіх регіонах. Високий потенціал підприємств санаторно-курортного комплексу щодо забезпечення потреб населення країни у лікуванні, оздоровленні та відпочинку, формуванні вагової частки ВРП та ВВП, зайнятості, залученні інвестицій та розвитку територій використовується в незначній мірі. Одним з найважливіших факторів відновлення масштабів діяльності вітчизняних підприємств санаторно-курортного комплексу є їх інтелектуально-кадрові ресурси, здатні визначити стратегічні орієнтири розвитку підприємств; формувати ресурсне забезпечення модернізації матеріально-технічної бази, розширення асортименту послуг, підвищення рівня їх якості й конкурентоспроможності; забезпечити інтеграцію підприємств у вітчизняну та глобальну системи санаторно-курортного обслуговування, туристичного бізнесу.

Ефективність мотивації праці та управління нею в значній мірі залежать від стану розвитку галузі та її підприємств, зовнішніх чинників, умов, а також усталених практик соціально-трудової сфери, формування та використання персоналу підприємств галузі. Саме тому важливо оцінити та врахувати особливості сучасного періоду розвитку санаторно-курортного комплексу України та управління мотивацією праці на його підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методичні аспекти управління функціонуванням і розвитком підприємств санаторно-курортного комплексу є предметом активних наукових дискусій Ю. Алексеевої, Н. Ведмідь, А. Ветитнева, Н. Влащенко, І. Гродзинської, І. Дишлового, В. Калитюка, Н. Нечевої, О. Нікітіної, М. Окландера, В. Семенова, Т. Ткаченко, С. Харічкова, О. Шаптали та інших науковців. Проблемам управління персоналом і мотивацією праці приділено багато уваги у дослідженнях вітчизняних і зарубіжних науковців: Д. Богині, Г. Дж. Болта, П. Буряка, В. Герчікова, О. Грішньої, О. Даниленко, О. Денисюк, Н. Єсінової, Г. Завіновської, А. Колота, Р. Крапгама, А. Лаурента, Е. Лібанової, Т. Лобанової, В. Нижника, О. Новикової, М. Семикіної, Р. Хілла, Л. Шимановської-Діанич, Г. Шредера та ін. Вивчення їх доробку свідчить про недостатнє висвітлення питань, пов'язаних із оцінкою сучасного стану та виявленням передумов управління мотивацією праці на підприємствах даного галузевого комплексу.

Постановка завдання полягає у визначенні передумов управління мотивацією праці на підприємствах сфери обслуговування на основі виявлення тенденцій розвитку їх макроекономічного та внутрішнього середовища, результатів соціологічного опитування працівників.

Вклад основного матеріалу дослідження. Ринок санаторно-курортних послуг є одним із пріоритетних ринків та напрямів розвитку держави в економічно розвинутих країнах. Це зумовлено не тільки економічною складовою, яка формується внаслідок надання послуг, але також і проведенням оздоровчих заходів, які надають можливість покращити ситуацію у сфері охорони здоров'я у державі. Україна є надзвичайно привабливою для споживачів саме санаторно-курортних послуг і посідає одне з провідних місць в Європі щодо забезпечення курортними лікувальними ресурсами, в тому числі такими унікальними, як-от кліматичні зони морського узбережжя та Карпат, а також мінеральні води та лікувальні грязі практично всіх відомих бальнеологічних типів [2, с. 93].

Процес надання послуг споживачам в Україні регулюється багатьма нормативно-правовими актами, до яких відносять: Конституцію України (ст. 42), Цивільний кодекс України (ст. 901-907), Закон України "Про захист прав споживачів" (ст. 10, 12-13, 17, 20), постанови Кабінету Міністрів України (№ 313 від 16.05.1994 р., № 1248 від 21.12.2005 р., № 903 від 10.11.1995 р., № 684 від 01.09.2003 р., № 720 від 09.09.2005 р. та ін.). Правовим, організаційним та соціально-економічним підґрунтям, на якому базується надання послуг санаторно-курортними підприємствами, є Закон України "Про курорти" (зі змінами та доповненнями) [11], Національний стандарт України "Послуги туристичні, засоби розміщення" (ДСТУ 4527:2006), Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України, Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року щодо формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави загалом, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [12].

**Кількість санаторно-курортних закладів України
у 2011, 2014-2016 рр. (складено за [8, с. 11; 9, с. 11])**

(од.)

Види закладів	Роки				2016 р. до 2011 р.		Середньорічні темпи зміни, %
	2011	2014	2015	2016	відхилення, +/-	темпи зміни, %	
Санаторії	453	187	184	172	-281	38,0	82,1
у тому числі дитячі	167	117	111	107	-60	64,1	91,5
Пансіонати з лікуванням	55	16	14	12	-43	21,8	73,8
Санаторії-профілакторії	224	118	79	63	-161	28,1	77,6
Будинки і пансіонати відпочинку	280	90	76	73	-207	26,1	76,4
Бази та інші заклади відпочинку	1979	1367	1372	1265	-714	63,9	91,4
Заклади 1-2-денного перебування	21	12	11	10	-11	47,6	86,2
Загальна кількість закладів	3012	1928	1863	1722	-1290	57,2	89,4
Кількість місць/ліжок, тис.	445	271	270	239	-206	53,7	88,3
Середній розмір закладу, місць	148	141	145	139	-9	93,9	98,1

Реалізація стратегічних орієнтирів сприятиме покращенню стану інфраструктури санаторно-курортної галузі і лікувально-оздоровчих місцевостей, забезпеченню економічної стабільності та прибутковості всього санаторно-курортного комплексу, а також підвищенню рівня надання санаторно-курортних послуг і покращенню конкурентоспроможності вітчизняної санаторно-курортної сфери на міжнародному ринку [10].

У національній санаторно-курортній галузі впродовж багатьох років закріпилася тенденція до зменшення кількості оздоровчих і санаторно-курортних закладів. Динаміка кількості санаторно-курортних закладів України та наявних у них ліжко-місць упродовж 2011, 2014-2016 років подана у табл. 1.

Наведені дані відображають загальне скорочення кількості санаторно-курортних закладів та ліжко-місць у них як в цілому, так і за всіма структурними групами. Ця тенденція простежується за весь період реформування санаторно-курортної сфери України – з 1995 року. За період 2011-2016 рр. відбулося зниження кількості санаторно-курортних закладів на 1290 од. та кількості ліжко-місць у них на 206 тис. Сьогодні в Україні працює 247 санаторіїв і пансіонатів з лікуванням (у 2005 р. їх було вдвічі більше), в т. ч. лише 63 санаторії-профілакторії (при показнику 300 і більше у попередні роки). Аналогічна ситуація склалася і з будинками відпочинку, турбазами, дитячими оздоровчими закладами. У складі санаторно-

курортних закладів України в 2016 році функціонувало 1214 підприємств та 508 закладів у власності фізичних осіб-підприємців, що відповідно склали 70,5% та 29,5% в загальній кількості суб'єктів цієї сфери бізнесу. Нині санаторно-курортна галузь України не має єдиної структури і розосереджена між різними міністерствами, відомствами, акціонерними товариствами, громадськими організаціями та іншими структурами. У зв'язку з цим розвиток санаторного напрямку як окремої складової системи реабілітаційної медицини в державі відбувається безсистемно.

Л. Гальків та О. Сорочак, застосувавши інструментарій статистики, довели наявність диспропорцій на регіональних ринках санаторно-курортних і оздоровчих послуг [4]. Вони розподілили регіони України на 6 кластерів за рівнем розвитку санаторно-курортних закладів:

- 1) Донецька, Івано-Франківська (кліматичні, бальнеологічні курорти), Київська (кліматичні, бальнеологічні), Харківська (бальнеологічні) області;
- 2) Житомирська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області;
- 3) Кіровоградська, Луганська, Хмельницька області;
- 4) Волинська, Сумська, Черкаська, Чернігівська області;
- 5) Дніпропетровська, Запорізька (кліматичні, бальнеологічні), Миколаївська (кліматичні), Одеська

(кліматичні, бальнеологічні), Херсонська (кліматичні, бальнеологічні) області;

б) Вінницька (бальнеологічні), Закарпатська (бальнеологічні), Львівська (бальнеологічні), Полтавська (бальнеологічні) області, м. Київ (рис. 1).

Найбільша кількість об'єктів санаторно-курортного комплексу знаходиться в Одеській (332 заклади), Запорізькій (208 закладів), Закарпатській та Івано-Франківській (по 179 закладів) областях.

Динаміка чисельності оздоровлених в санаторно-курортних закладах України впродовж 2011-2016 рр. наведена у табл. 2.

Аналіз динаміки кількості рекреантів в санаторно-курортних закладах свідчить про їх загальне скорочення на 1434 тис. осіб. Темпи зниження кількості рекреантів, що відпочивали і лікувалися в Україні, майже однакові для всіх типів закладів.

Найбільше скорочення спостерігається у пансіонатах з лікуванням (на 84,8%), будинках і пансіонатах відпочинку (77,2%) та дитячих санаторіях (66,9%). Чисельність оздоровлених в санаторно-курортних закладах у 2016 р. за регіонами України зображена на рис. 2.

Стан ринку санаторно-курортних послуг пов'язаний з економічними процесами, які відбуваються в країні. Як зазначається у [1, с. 12], сучасний етап розвитку санаторно-курортної сфери України характеризується різким падінням попиту на санаторно-курортні послуги. Це призводить до зниження показників заповнюваності ліжкового фонду санаторно-курортних закладів, суттєвого зниження рівня ефективності їх діяльності. Основними причинами такого стану є: неспроможність населення оплачувати відпочинок у санаторно-курортних закладах внаслідок зменшення реальних доходів в умовах високої інфляції та зростання вартості путівок; зменшення державного фінансування соціально-лікувальних путівок Фондом соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою

працевдатності для застрахованих осіб, Міністерством України з питань надзвичайних ситуацій та у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи, а також Міністерством праці та соціальної політики України; невідповідність високих цін якості санаторно-курортних послуг; відсутність ефективної державної політики як у сфері соціальної підтримки населення, так і в напрямі економічного та податкового сприяння діяльності закладів даного сектору

У 2014-2016 рр. одним із чинників, який вплинув на згортання мережі закладів, що надають послуги на ринку санаторно-курортного обслуговування, і, відповідно, через який відбулося зменшення кількості оздоровлених у цих закладах людей, стала окупація АР Крим, де знаходилася значна кількість оздоровчих комплексів, і куди направлялася через профспілкові путівки левова частка відпочивальників. Аналогічна ситуація відбулася на сході України – на частині Донецької та Луганської областей, де у зв'язку з антитерористичною операцією припинено функціонування багатьох закладів оздоровчого типу [7, с. 23].

Варто зауважити, що низка об'єктів вимагає значних фінансових ресурсів на відновлення та ремонт матеріально-технічної бази та медичного обладнання, що унеможливується складністю отримання кредитів; сезонність споживання санаторно-курортних послуг у зимовий період призводить до функціонування закладів на межі виживання; непродумана цінова політика на рекреаційно-оздоровчі послуги відлякує споживачів та підштовхує більш заможних українців відпочивати на зарубіжних курортах; керівництво санаторно-курортним закладом покладено на головного лікаря, а не на фахівця зі спеціальною менеджерською освітою, що робить процес управління неефективним; відсутність системи мотивації персоналу позначається на плинності кадрів та знижує якість обслуговування [3, с. 201].

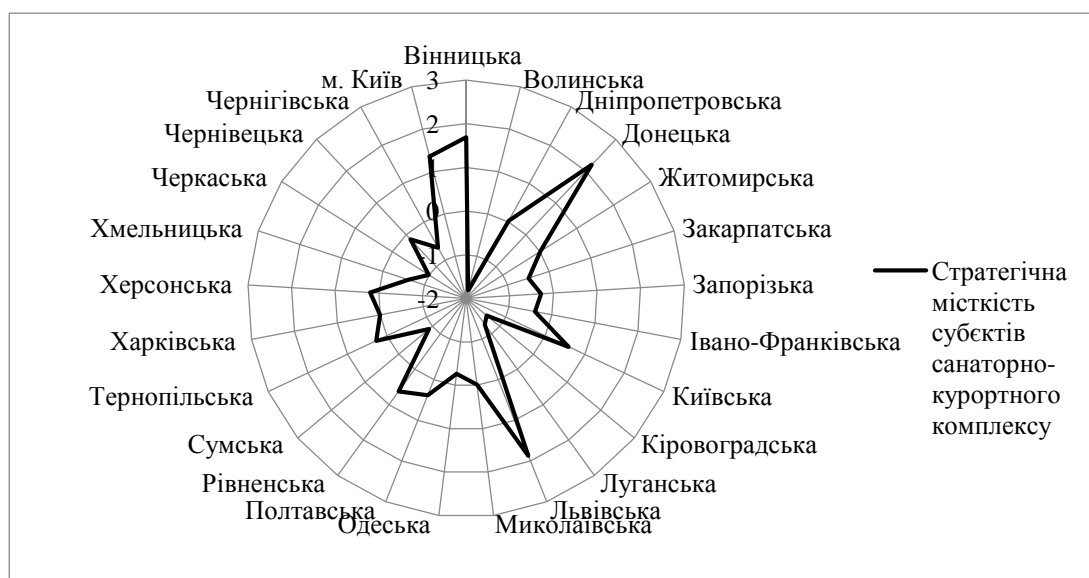


Рис. 1. Розподіл регіонів України за результатами статистичної оцінки потенціалу розвитку суб'єктів санаторно-курортного комплексу (побудовано за [4])

Таблиця 2

Чисельність оздоровлених у санаторно-курортних закладах України в 2011, 2014-2016 рр. (складено за [9, с. 11])

(тис. осіб)

Показники	Роки				Відхилення 2016 р. від 2011 р., +/-	Темпи зміни 2016 р. до 2011 р., %
	2011	2014	2015	2016		
Чисельність оздоровлених	2942	1610	1483	1508	-1434	51,3
в тому числі у:						
- санаторіях	1278	544	544	429	-849	33,6
з них в дитячих	338	124	109	112	-226	33,1
- пансіонатах з лікуванням	99	16	12	15	-84	15,2
- санаторіях-профілакторіях	193	99	62	66	-127	34,2
- будинках і пансіонатах відпочинку	325	81	77	74	-251	22,8
- базах та інших закладах відпочинку	1038	697	785	763	-275	73,5
- закладах 1-2-денного перебування	9	4	3	5	-4	55,6

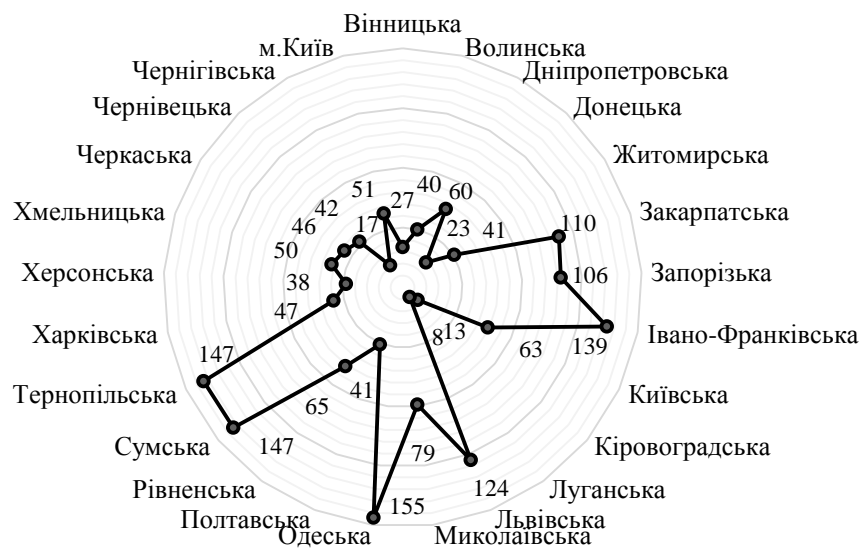


Рис. 2. Чисельність оздоровлених у санаторно-курортних закладах у 2016 р. за регіонами України (побудовано за [9, с. 53])

Формування в Україні ринкових відносин господарювання підвищило зацікавленість власників санаторно-курортних закладів в ефективності їх роботи та забезпеченості конкурентоспроможності наданих ними послуг. Цей факт підтверджується зростанням кількості структурних підрозділів сфери

сервісу у санаторно-курортних закладах, незважаючи на скорочення кількості самих закладів. Водночас власники закладів стали залежними від можливості громадян України купувати санаторно-курортний продукт, від їх платоспроможності [1, с. 13]. Дослідження науковців підтверджують, що

“...доходи від санаторно-курортних і оздоровчих послуг закладів у регіонах України лінійно корелюють із кількістю ночівель, собівартістю обслуговування та часткою лікарів серед працівників” [5], наголошуючи як на ролі економічних чинників, так і на ролі чинників використання трудового потенціалу санаторно-курортних закладів.

Ефективне використання трудового потенціалу вітчизняних підприємств санаторно-курортного комплексу залежить від розуміння мотивації праці кожного працівника. Проблема мотивації праці персоналу протягом багатьох років залишається однією з найважливіших у низці проблем управління будь-якого підприємства та актуалізується прагненням керівництва (власників) до більш результативної праці персоналу та гнучкого розвитку підприємств в умовах мінливого середовища. Попри загальну типовість методів, механізмів, інструментів, способів та засобів, що застосовуються для управління персоналом підприємств різних видів економічної діяльності, об'єктивно існують особливості управління мотивацією праці на підприємствах санаторно-курортного комплексу. Вони обумовлені специфікою соціально-трудових відносин, зайнятості, умов і режимів праці на підприємствах санаторно-курортного комплексу, а також завданнями, поставленими під час формування політики зростання інноваційності та забезпечення конкурентоспроможності бізнесу. Причому ці чинники впливають як на особливості функціонування підприємств галузі, так і на управління їх персоналом та мотивацією праці.

Розробка і функціонування системи мотивації праці на підприємстві багато в чому залежать від працівників апарату управління, їх професійних і ділових якостей, кваліфікації, вміння налагодити діалог з працівниками та прийняти відповідні рішення, які сприятимуть поліпшенню мотиваційного клімату на підприємстві. На рис. 3 представлена система мотивації праці на підприємствах санаторно-курортного комплексу України.

Додамо, що трудові ресурси є основою розвитку всієї соціально-економічної системи підприємств санаторно-курортного комплексу. При цьому головним завданням розвитку трудового потенціалу на підприємствах санаторно-курортного комплексу України є вирішення проблеми формування мотиваційних механізмів підвищення ефективності використання трудового потенціалу. Середньооблікову чисельність штатних працівників на підприємствах санаторно-курортного комплексу в Україні у 2011, 2014-2016 р. наведено у табл. 3. З таблиці бачимо, що у 2016 р. середньооблікова чисельність штатних працівників на всіх підприємствах цього галузевого комплексу становила 30,0 тис. осіб. Найбільше було зайнято штатних працівників у санаторіях (14,0 тис. осіб) та дитячих санаторіях (8,6 тис. осіб). В динаміці чітко простежується тенденція до стрімкого зменшення чисельності зайнятих на підприємствах санаторно-курортного комплексу. Зокрема, у найбільшій мірі зменшилася чисельність штатних працівників в пансіонатах з лікуванням – на 91,9% та

пансіонатах відпочинку – на 90,5%. В абсолютному вимірі найбільше скорочення відбулося у санаторіях – на 29,2 тис. осіб та дитячих санаторіях – на 8,9 тис. осіб. До негативного впливу слід віднести й те, що чисельність зайнятих на підприємствах санаторно-курортного комплексу зменшується вищими темпами, ніж відбувається скорочення кількості підприємств. Так, якщо за 2011-2016 рр. кількість санаторіїв зменшилася на 62,0%, то чисельність зайнятих у санаторіях – на 67,6%. Аналогічні показники для дитячих санаторіїв становили 36% та 50,7%.

Операційні витрати підприємств санаторно-курортного комплексу України у 2016 р. склали близько 3,3 млрд. грн, з яких 832,9 млн грн (25,6%) – витрати на оплату праці, а 169,9 млн грн (5,2%) – відрахування на соціальні заходи. Отже, майже третина витрат підприємств пов'язана із стимулюванням праці персоналу (рис. 4).

Отже, у зв'язку зі зменшенням кількості підприємств галузі та скороченням чисельності зайнятих у 2016 р. порівняно з 2011 р. відбулося істотне зниження витрат підприємств на оплату праці, тобто скоротилися можливості підприємств для стимулювання персоналу. На підприємствах санаторно-курортного комплексу України потрібно враховувати якість обслуговування при багатоетапній взаємодії клієнта з персоналом, відповідність дій працівника встановленим стандартам. А це, своєю чергою, залежить від здатності і бажання (мотивації) працівника слідувати цим стандартам. В даному контексті мотивацію персоналу можна визначити як спонукання персоналу до більш точного слідування стандартам у процесі роботи. При цьому високий рівень мотивації персоналу до якісної роботи у сфері рекреації не просто бажаний, а необхідний, оскільки саме існування підприємства ставиться в пряму залежність від якості роботи його працівників [6, с. 109].

Проведене нами соціологічне опитування працівників підприємств санаторно-курортного комплексу показало: більшість респондентів вважають, що якісна та ефективна мотивація праці стосується створення мотиваційного середовища на підприємствах (97,6% респондентів), а це слід вважати сприятливою передумовою реалізації ефективної політики управління мотивацією праці на підприємствах галузі. Крім того, працівники усвідомлюють, що ефективне управління мотивацією праці здатне забезпечити зростання ефективності функціонування підприємств санаторно-курортного комплексу. Дослідження виявило, що перспективними в контексті підвищення ефективності управління мотивацією праці є такі напрями мотивації, як: якість системи норм і правил, яких мають дотримуватися працівники; розвиненість партнерських відносин керівників і підлеглих; наявність і справедливості сформованої системи відповідальності за дотримання стандартів бізнес-процесів; зв'язок стимулювання праці та соціально відповідальної поведінки персоналу підприємства (в сукупності на 24,8% обумовлюють ефективність управління мотивацією).



Рис. 3. Система мотивації праці, що застосовується на підприємствах санаторно-курортного комплексу України

Середньооблікова чисельність штатних працівників на підприємствах санаторно-курортного комплексу України у 2011, 2014-2016 рр. (складено за [8, с. 91; 9, с. 11-12])

(осіб)

Типи закладів	Роки				Темпи зміни 2016 р. до 2011 р., %	Абсолютне відхилення 2016 р. до 2011 р., +/-
	2011	2014	2015	2016		
Санаторії	43287	25097	21172	14046	32,4	-29241
Дитячі санаторії	17460	11461	10696	8608	49,3	-8852
Пансіонати з лікуванням	3110	692	459	253	8,1	-2857
Дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії, дитячі центри	3991	1465	1256	915	22,9	-3076
Санаторії-профілакторії	6498	4163	2872	2081	32,0	-4417
Бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (включаючи дитячі)	805	318	294	231	28,7	-574
Будинки відпочинку	529	195	241	117	22,1	-412
Пансіонати відпочинку	6755	1441	1226	644	9,5	-6111
Бази відпочинку, інші заклади відпочинку (крім турбаз)	12117	6239	5979	3106	25,6	-9011
Оздоровчі заклади 1-2-денного перебування	71	46	56	32	45,1	-39
Разом	94623	51117	44251	30033	31,7	-64590

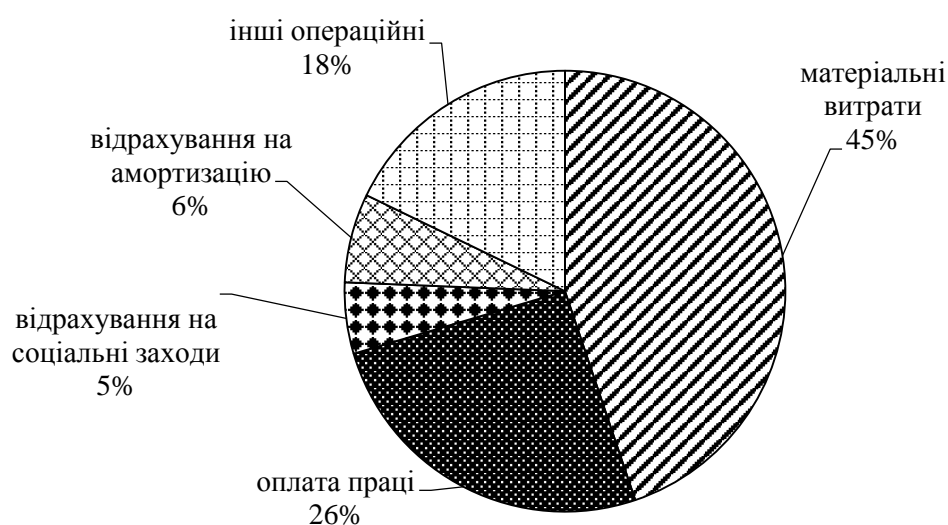


Рис. 4. Структура операційних витрат підприємств санаторно-курортного комплексу України у 2016 р. (побудовано за [9, с. 21])

Важливим є узгодження інструментів мотивації праці зі стратегічним баченням ролі працівника відповідної категорії у забезпеченні розвитку підприємства санаторно-курортного комплексу.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Формування інтелектуально-кадрових ресурсів підприємств санаторно-курортного комплексу та реалізація їх потенціалу в значній мірі визначаються ефективністю управління мотивацією праці. Проведений аналіз показав, що протягом останніх років у даній галузі спостерігаються негативні тенденції щодо зменшення як кількості санаторно-курортних закладів, в т. ч. підприємств, так і чисельності їх працівників, що є наслідком і недостатньої мотивації у цій сфері в цілому. Проте ринок праці санаторно-курортних послуг України є потенційно привабливим, тому для його подальшого ефективного розвитку та максимізації використання можливостей трудового потенціалу підприємств необхідним є впровадження і застосування низки мотиваційних заходів.

Подальших досліджень потребує розробка мотиваційних заходів та інструментів, адаптованих до діяльності конкретних підприємств сфери обслуговування та для окремих категорій персоналу цих підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Борулько Н. М. Сучасний стан та перспективи розвитку санаторно-курортного комплексу України / Н. М. Борулько // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2014. – № 8. – С. 10-15.
2. Вуйцик О. І. Роль і місце рекреаційно-туристичного комплексу в структурі економіки України / О. І. Вуйцик // Вісник Львівського національного університету ім. Ів. Франка. – 2008. – Вип. 39. – С. 87-95. – (Сер. Економіка).
3. Галасюк С. С. Сучасний стан розвитку санаторно-курортної бази України / С. С. Галасюк // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 15. – С. 197-202.
4. Гальків Л. І. Статистична типологія та аналіз діяльності закладів санаторно-курортної сфери [Електронний ресурс] / Л. І. Гальків, О. З. Сорочак // Ефективна економіка. – 2017. – № 11. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5851>.
5. Гладчак Н. В. Сутність трудового потенціалу: теоретичні основи формування дефініцій / Н. В. Гладчак // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. – № 33. – Ч. 1. – С. 79-83.
6. Гриньова В. М. Проблемы мотивации персонала предприятия : монография / В. М. Гриньова, И. А. Грузина. – Х. : ВД “Инжек”, 2007. – 184 с.
7. Коваленко Н. О. Аналіз ринку санаторно-курортних послуг України / Н. О. Коваленко // Економіка харчової промисловості. – 2015. – Т. 7. – № 4. – С. 21-27.

8. Колективні засоби розміщування в Україні у 2015 році : статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К., 2016. – 200 с.

9. Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році : статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К., 2017. – 200 с.

10. Потьомкін Л. М. Ефективність сучасних форм мотивації персоналу промислового виробництва / Л. М. Потьомкін // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип. 3 (2). – С. 76-82.

11. Про курорти : Закон України від 05.10.2000 № 2026-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>.

12. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

REFERENCES

1. Borulko, N. M. (2014), Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku sanatorno-kurortnoho kompleksu Ukrainy, *Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia*, vol. 8, s. 10-15.
2. Vuitsyk, O. I. (2008), Rol i mistse rekreatsiino-turystychnoho kompleksu v strukturі ekonomiky Ukrainy, *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu im. Iv. Franka*, vol. 39, s. 87-95. (Serii Ekonomika).
3. Halasiuk, S. S. (2017), Suchasnyi stan rozvytku sanatorno-kurortnoi bazy Ukrainy, *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 15, s. 197-202.
4. Halkiv, L. I. and Sorochak, O. Z. (2017), Statystychna typolohiia ta analiz diialnosti zakladiv sanatorno-kurortnoi sfery, *Efektivna ekonomika*, vol. 11. [Online], available at : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5851>.
5. Hladchak, N. V. (2011), Sutnist trudovoho potentsialu: teoretychni osnovy formuvannia defynitsii, *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu*, vol. 33, part 1, s. 79-83.
6. Grin'ova, V. M. and Gruzina, I. A. (2007), *Problemy motivacii personala predpriiatija*, VD “Inzhek”, Har'kov.
7. Kovalenko, N. O. (2015), Analiz rynku sanatorno-kurortnykh posluh Ukrainy, *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 7, № 4, s. 21-27.
8. *Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia v Ukraini u 2015 rotsi* (2016), Kyiv.
9. *Kolektyvni zasoby rozmishchuvannia v Ukraini u 2016 rotsi* (2017), Kyiv.
10. Potomkin, L. M. (2013), Efektivnist suchasnykh form motyvatsii personalu promyslovoho vyrobnytstva, *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, vol. 3 (2), s. 76-82.
11. Pro kurorty [Online], available at : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2026-14>.
12. Stratehiia rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [Online], available at : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

Бойчук І. В.,
к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів

ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ В B2B МАРКЕТИНГУ

Анотація. В статті розглянуто специфіку підбору комунікаційного комплексу з врахуванням особливостей B2B маркетингу для забезпечення перспективного розвитку підприємств. Визначено послідовність процесу формування комплексу маркетингових комунікацій і їх основні завдання для промислових ринків. Проведено групування комунікаційних засобів у B2B маркетингу з врахуванням специфіки їхнього впливу на промислового покупця. Проаналізовано основні засоби прямого впливу: персональний продаж, участь у виставках і спеціалізованих салонах, інформаційних семінарах, презентаціях і демонстраціях промислових товарів. Визначено умови посилення репутації підприємств шляхом передачі інформації через засоби непрямого впливу: друковану рекламу, поштову розсилку, буклети і каталоги, рекламно-інформаційні листівки. Обґрунтовано доцільність використання Інтернету як персоналізованого підходу до комунікації з цільовою аудиторією.

Ключові слова: комунікаційний комплекс, B2B маркетинг, засоби комунікації, підприємство, маркетингова діяльність, промисловий ринок.

Boychuk I. V.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Lviv University of
Trade and Economics, Lviv

FORMATION OF COMMUNICATION COMPLEX IN B2B MARKETING

Abstract. The article deals with the specifics of the selection of the communication complex taking into account B2B marketing features in order to ensure the long-term development of enterprises. The sequence of the process of formation of a complex of marketing communications and their main tasks for industrial markets are determined. A grouping of communication tools in B2B marketing has been conducted taking into account the specifics of their impact on the industrial customer. The basic tools of direct influence are analyzed: personal sales, participation in exhibitions and specialized salons, information seminars, presentations and demonstrations of industrial goods. The conditions for strengthening the reputation of enterprises through the transfer of information through means of indirect influence, such as printed advertising, mailing list, booklets and catalogs, advertising leaflets, are defined. The expediency of using the Internet as a personalized approach to communication with the target audience is substantiated.

Keywords: communication complex, B2B marketing, communications, enterprise, marketing activity, industrial market.

Постановка проблеми. Визначення комунікаційного комплексу з врахуванням специфіки маркетингової діяльності на різних типах ринків дозволяє спрямовувати зусилля підприємств одночасно як на просування своєї продукції, так і на вміле налагодження довготривалих партнерських відносин між різними ринковими суб'єктами.

Досить часто маркетингові комунікації сприймають звужено через трактування одностороннього інформаційного впливу виробника на кінцевого споживача з метою залучення його до купівлі товарів, що ототожнюється з процесом їх просування на ринок. У певній мірі це зумовлено дослівним перекладом терміну "promotion" без врахування його

цілісного змісту, а ще нечітким розумінням ролі комунікаційних складових у сучасних умовах.

Так, за підсумками Всеукраїнської рекламної коаліції вітчизняний комунікаційний ринок за основними медіаканалами “прямої реклами” в 2017 р. збільшився до 30% відносно попереднього року [1]. За попередніми прогнозами експертів очікується, що рекламний ринок у 2018 р. зросте на 26%, а в грошовому вираженні вийде за позначку в 20 мільярдів гривень. У свою чергу, за даними незалежних досліджень Інтернет Асоціації України (ІнАУ) обсяг ринку медійної інтернет-реклами в минулому році склав 2,51 млрд. грн., що на 40% більше за аналогічний показник 2016 року.

За таких обставин зростає актуальність застосування зваженого підходу до вибору комунікаційних складових і коригування їх структури шляхом врахування функціональної специфіки B2B маркетингу. Останній базується на особливостях промислових ринків і адаптації маркетингового інструментарію підприємств до ефективного використання своїх ресурсів, підвищення продажів, зміцнення відносин із потенційними партнерами і забезпечення результативності маркетингових дій у цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз публікацій дає можливість констатувати, що проблематика маркетингових комунікацій досліджувалася такими вченими, як Дж. Бернет, С. Моріарті, Е. В. Ромат, М. А. Окландер, І. Л. Литовченко, О. С. Телетов, І. С. Шумський, Н. В. Прошкіна, Н. С. Носань, Н. О. Волошина, О. С. Возняк, М. Шилова тощо.

Вивченню різних аспектів B2B маркетингу присвячені наукові праці І. М. Акімової, А. О. Длігача, С. М. Ілляшенко, Є. В. Крикавського, О. А. Новикової, П. Г. Перерви, Н. І. Чухрай, А. О. Старостіної, О. С. Телетова. Але, незважаючи на наявність вагомих наукових здобутків, залишається мало дослідженим питання застосування комунікаційного комплексу в маркетинговій діяльності підприємств на промислових ринках.

Постановка завдання. Метою статті стала розробка теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо формування комунікаційного комплексу з врахуванням особливостей B2B маркетингу для забезпечення перспективного розвитку підприємств на промислових ринках.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Діяльність підприємств пов'язана з використанням комунікацій як цілісного комплексу особових і безособових взаємозв'язків, націлених на промислового покупця. Основне їх призначення – інформувати потенційного клієнта для переведення його зі стану, коли він нічого не знає про фірму та її продукцію, через усі стадії процесу прийняття рішення про покупку аж до моменту самої купівлі.

Варто зауважити, що комунікаційні інструменти можуть забезпечити чітку взаємодію суб'єктів маркетингової системи з приводу узгодження та прийняття управлінських рішень відносно різних

аспектів. Ефективність маркетингових комунікацій буде залежати від використовуваних засобів комунікації, особистих характеристик кожного з суб'єктів маркетингової системи і методів стимулювання їхньої роботи на кожному рівні [2, 3].

На нашу думку, до комунікаційного комплексу в B2B маркетингу варто включати персональний продаж, рекламу, спеціалізовані виставки, презентації та демонстрації промислової продукції, засоби стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю. Завдяки цим комунікаціям забезпечується представлення підприємствами власних товарів на ринку для потенційної клієнтури. Впливовість кожної з цих складових буде залежати від вдалого поєднання з іншими засобами активізації збуту.

Початковим етапом формування комунікаційного комплексу стає визначення завдань, серед яких: привернення уваги клієнтів; формування їхніх знань про товари і послуги підприємства; переконання споживача щодо цінності продукції при вирішенні його проблем (рис. 1). В підсумку це стимулює попит і обумовлює збільшення обсягів продажу, посилення іміджу певного підприємства і його продукції, розширення частки ринку та отримання конкурентних переваг.

Відповідні завдання необхідно визначати чітко і конкретно, що дасть змогу контролювати їх виконання, вносити відповідні корективи у випадку виникнення будь-яких ускладнень [4]. При цьому доцільно орієнтуватися на наявні засоби та враховувати можливі перешкоди (рис. 2).

При підборі комунікацій в B2B маркетингу необхідно враховувати психологію керівників і бізнесменів, яким потрібно довести соціально-економічні результати застосування певного товару, вказати на вигоди, що можуть бути отримані споживачем у процесі його використання [5]. Для зниження в покупців бар'єра обережності при виборі промислового товару і здійсненні покупки краще наводити правдиві аргументи щодо реальних соціально-економічних і технічних характеристик товару. При розробці маркетингових комунікацій підприємство має досягти максимальної поінформованості потенційних і фактичних клієнтів про свої товари і послуги. Чим більше вони знають про новий товар чи модифікації вже існуючого виду, фірму-виробника і організацію-дистриб'ютора, чим вищим є рівень усвідомлення ними того, що товар найкращим чином може задовольнити їхні потреби, тим вища ймовірність переваги такого товару над аналогічними виробами конкурентів [6].

Як свідчать дослідження, за допомогою використання комунікацій у свідомості промислових покупців формується відповідний “образ товару” – високоякісного, найбільш необхідного з точки зору задоволення певної потреби, що забезпечується надійним післяпродажним обслуговуванням. Саме такий образ відіграє вирішальну роль у процесі прийняття рішень про здійснення купівлі продукції промислового призначення.



Рис. 1. Послідовність формування комунікаційного комплексу промислового підприємства



Рис. 2. Визначення завдань для комунікацій у B2B маркетингу

Вважаємо за доцільне розглядати комплекс комунікаційних засобів у B2B маркетингу з врахуванням специфіки їхнього впливу на промислового покупця. До засобів прямого впливу відносяться персональний продаж, участь у виставках і спеціалізованих салонах, інформаційні семінари, презентації та демонстрації товарів, організація виставок і експозицій.

Так, персональний продаж передбачає усне представлення продукції фірми під час розмови з одним чи декількома перспективними покупцями для подальшого продажу чи одержання замовлення. Цей комунікаційний засіб є одним з найефективніших для підприємств, які здійснюють свою діяльність на промисловому ринку. На практиці персональний продаж сприяє збуту 60% продажів інвестиційних товарів, коли треба досягнути прихильності до товару та реалізувати його на вигідних умовах [7].

Участь у виставках і спеціалізованих салонах забезпечує присутність підприємства на ринку; вона є ефективним засобом поширення інформації про фірму та її продукцію, ведення спостережень за реакцією конкурентів та їх поведінкою. Проте здійснення таких заходів вимагає досконалої підготовки збутового персоналу підприємства-виробника і стимулювання працівників через оплату праці за обсягами реалізації продукції фірми.

Інформаційні семінари проводять для ознайомлення дистриб'юторів, які займаються збутом продукції промислового підприємства через свій торговельний персонал, з результатами діяльності та перевагами товарів, що орієнтує комунікаційну політику на цілісне просування всієї продукції виробника чи окремих товарних марок.

Важливим комунікаційним засобом у B2B маркетингу є проведення презентацій і демонстрацій, що характерно в основному для обладнання. До участі в них запрошуються потенційні споживачі з певного регіону чи галузі, представники від спеціалізованих ЗМІ, що дозволяє одночасно об'єднати заходи щодо налагодження зв'язків з громадськістю та дії щодо виявлення потенційних партнерів.

До засобів непрямого впливу в комунікаційному комплексі відносять рекламу в загальноекономічних і спеціалізованих друкованих виданнях, щорічних довідниках, пряму поштову розсилку (директ-мейл), буклети і каталоги, рекламно-інформаційні листівки тощо [8].

Використання преси для рекламування промислових товарів має багато переваг. По-перше, вона може мати вибірковий характер, оскільки кожна назва рекламного звернення зорієнтована на певного споживача чи групу споріднених покупців. По-друге, дозволяє потенційним клієнтам знайомитися з основними аргументами на користь вибору певного виробу, незалежно від стороннього впливу. По-третє, оголошення та повідомлення можуть переглядатися декілька разів у різні періоди часу, адже існує практика збереження корисних журналів і публікацій на підприємствах. По-четверте, правильне використання друкованих видань забезпечує мінімум витрат на одиницю корисного ефекту, адже

можливість втрати інформації майже виключена, особливо в умовах промислового ринку.

Передача рекламної інформації за допомогою пошти знаходить все ширше застосування в B2B маркетингу. Вона характеризується високою вибірковою точністю охоплення цільової аудиторії, помірною потребою в коштах і значною віддачею на одиницю вкладеного капіталу. Проте цей швидкодіючий засіб комунікації варто використовувати при ретельному відборі можливих адресатів.

Поштова реклама стане ефективною у випадку, коли враховуються її особливості в промисловому середовищі, оскільки її отримувач повинен бути зацікавлений в одержанні корисної інформації саме цим шляхом. Така реклама може бути тільки складовою маркетингових комунікацій серед засобів непрямого впливу підприємства поряд з розповсюдженням рекламно-технічної документації на виставках і презентаціях, організацією реклами в пресі та інших друкованих виданнях.

Поширення листівок, буклетів і каталогів підвищує імідж виробника промислових товарів як потужного і передового підприємства, є хорошим доповненням до таких комунікаційних заходів, як пряма поштова розсилка та стимулювання збуту, при відносно невисоких витратах коштів.

Допоміжними засобами інформаційного впливу в B2B маркетингу вважають: видання власної газети підприємства; відвідування споріднених підприємств; опублікування технічних статей, організацію днів відкритих дверей, конференцій, круглих столів і майстер-класів.

Підсилюючим аргументом забезпечення впливу на клієнтуру через комунікаційні засоби на промисловому ринку є ув'язка "образу товару" з репутацією підприємства. При цьому для підтвердження престижності фірми покупців доцільно інформувати про рівень відповідності продукції підприємства вимогам постійних клієнтів, його фінансову стабільність та інноваційну діяльність, відповідність якості товарів вимогам стандартів, рентабельність інвестицій, внутрішній організаційний клімат і турботу про свій персонал, високий професійний рівень і компетентність керівництва.

Важливим елементом комунікаційного комплексу в B2B маркетингу є стимулювання збуту, яке в умовах загострення ринкової конкуренції має суттєвий вплив на рівень конкурентоздатності підприємства. Найбільшого поширення серед виробників промислової продукції набули такі засоби стимулювання збуту, як премії торговому персоналу, системи знижок для залежних і незалежних посередників, постійна наявність у них товарних запасів у повному асортименті для оперативного обслуговування клієнтів, безкоштовне надання зразків промислових товарів, узгодження цінової політики та ексклюзивні умови збуту продукції у визначених географічних регіонах, пільгові умови прийняття та обробки замовлень на постачання продукції, спільні акції з "розкрутки" товарних марок фірми-виробника з регіональними дистриб'юторами для забезпечення їх торгової діяльності в певних сегментах ринку [9].

Специфікою вітчизняних промислових ринків товарів є недостатнє використання такого інструменту товаропросування, як “паблік рілейшнз”, що зумовлено об’єктивними факторами: відсутність визначеної цільової аудиторії, недосконалість каналів передачі інформації, недостатнє число великих компаній, які хотіли б виступати спонсорами потужних для ринку промислових товарів заходів громадського впливу. Найбільш ефективними напрямками застосування PR-заходів є активна присутність у ЗМІ, участь у підприємницьких об’єднаннях, організація різних громадських заходів.

Важливо підкреслити, що участь в об’єднаннях не вимагає залучення додаткових коштів і приносить наступні вигоди: поширення інформації про товарну марку через партнерів по об’єднанню; збільшення реалізації продукції за рахунок її споживання серед його учасників на вигідних умовах; розширення збуту товарів і поширення інформації про виробника через дистрибуційні канали партнерів за умови дотримання галузевого принципу організації роботи останніх.

Участь підприємств-виробників промислової продукції в організації громадських заходів дозволяє без вкладення значних коштів через методи пропаганди поширювати дані про специфіку діяльності, забезпечуючи при цьому високий ступінь довіри з боку посередників і кінцевих покупців. Найбільш привабливими темами для таких заходів у сучасних умовах слід вважати розвиток вітчизняного виробництва, екологію, проблеми малого і середнього бізнесу, рекламну сферу тощо. До поширених форм організації цих заходів входять семінари та конференції, виставки та ярмарки, заходи з нагоди визначних подій і дат.

Присутність у засобах масової інформації забезпечує поширення даних про діяльність виробника промислової продукції або його участь у різних громадських заходах. Для цього фірма підтримує постійні контакти з представниками місцевих і загальнодержавних ЗМІ щодо періодичності публікацій в спеціальних рубриках матеріалів відповідної тематики [10].

У сучасних умовах найбільш перспективним засобом маркетингових комунікацій на промислових ринках є Інтернет, який володіє позитивними властивостями традиційних засобів комунікації, але має і ряд не властивих для них переваг: інтерактивність, інформативність, гіпертекстова природа, широкі межі охоплення ринку, цільовий характер впливу на аудиторію, можливість збору інформації про відвідувачів веб-сайту підприємства та висока ефективність аналізу результатів проведених рекламних акцій.

Ефективність використання Інтернету в комунікаційній політиці промислового підприємства обумовлюється унікальними можливостями мережі – відсутністю обмежень на обсяг рекламної площі та ефірного часу, що дозволяє представляти на сайті підприємства докладну інформацію про його продукцію. Організації-покупцю не треба спілкуватися особисто з представниками фірми-продавця і потрапляти під вплив переконуючих чи емоційних

факторів, що зменшує бар’єр обережності в прийнятті рішення про купівлю промислового товару, а також посилює відчуття самостійності оцінки матеріалів, що представлені на веб-сайті.

За рахунок використання Інтернету забезпечується інтерактивність спілкування з покупцем, адже є можливість отримувати миттєві відгуки відвідувачів веб-сайту, відповідно до яких можна реагувати на конкретні запити потенційних покупців промислових товарів, відстежувати зміни в структурі попиту та виявляти такі товари, якими найбільше цікавляться.

Значною перевагою Інтернету стає можливість істотного зниження витрат на рекламу та “паблік рілейшнз” за рахунок перенесення акценту з традиційних засобів поширення інформації, таких як друковані видання, на інформаційну форму представлення в мережі. Як наслідок, це приводить до скорочення тиражів і кількості друкованих матеріалів, економії робочої сили на їх розповсюдження серед бажаної цільової аудиторії, вивільнення працівників, зайнятих організацією і проведенням відповідних заходів.

Завдяки підтриманню через Інтернет зв’язків з реальними покупцями промислових товарів підприємство отримує від них додаткову інформацію, яка дозволяє постійно модифікувати та покращувати власну продукцію і, відповідно, більш повно задовольняти потреби клієнтів. Таким чином, використання мережі забезпечує не лише залучення нових клієнтів, але й утримання вже існуючих, оскільки набагато легше зберегти промислових покупців, аніж залучити нових чи повернути втрачених клієнтів.

До основних методів рекламування в Інтернеті належать: розміщення інформації про підприємство та його продукцію на рекламних площадках, у банерних системах, мережах обміну текстовими блоками; реклама з використанням електронної пошти (списки розсилання, дискусійні листи, індивідуальні листи); використання партнерських програм, форумів, чатів і дощок оголошень для рекламних цілей; реєстрація в пошукових системах і каталогах; розміщення посилань на веб-сайт підприємства у “жовтих сторінках”; участь у телеконференціях суміжної тематики та інші.

Незважаючи на переваги, Інтернет має на сьогодні певні обмеження щодо кількості промислових користувачів і, відповідно, обсягів закупівель. Попри швидкі темпи розвитку мережі число фірм-користувачів в Україні поки що невелике. Хаотичність та інформаційна завантаженість більшості веб-сайтів утруднюють залучення та утримання потенційних клієнтів. Крім того, відчувається нестача професійних спеціалістів з інтернет-маркетингу, що, в свою чергу, призводить до низької якості послуг.

Перераховані труднощі не обмежують можливості використання Інтернету як вагомого засобу в комплексі комунікацій B2B маркетингу, адже сучасна маркетингова стратегія передбачає не лише розробку якісного товару, сервісного його забезпечення, визначення ціни чи представлення покупцям, а, в першу чергу, формування постійної

взаємодії з клієнтами, у тому числі потенційними, на всіх етапах ринкової діяльності підприємств.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Розробка оптимального комунікаційного комплексу є важливою умовою забезпечення ефективності маркетингової стратегії підприємства. За умов B2B маркетингу формування системи маркетингових комунікацій передбачає врахування специфіки різних засобів комунікаційного впливу на проміжних і кінцевих організацій-споживачів промислових товарів.

До комунікаційних складових доцільно включати персональні продажі, каталоги і друковані видання, промоакції, директ-мейл, виставки і презентації, рекламу і “паблік рілейшнз”. Комунікаційний комплекс має стати основою побудови дистрибуційної та цінової політики підприємств, що визначає їх конкурентоздатність на стратегічному і тактичному рівнях.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на планування та організацію різних заходів комунікаційного впливу в складі маркетингової політики комунікацій на основі врахування вагомості застосування B2B маркетингу в практичних умовах роботи підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Експертна оцінка Всеукраїнської рекламної коаліції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vrk.org.ua/ad-market/>

2. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти; [пер. с англ., под ред. С. Г. Божук]. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.

3. Ромат Е. В. Маркетинг: от этического к социально ответственному / Е. В. Ромат // Маркетинг и реклама. – 2014. - № 40-47.

4. Окландер М. А. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки : монографія / М. А. Окландер, І. Л. Литовченко, М. І. Ботушан. – Одеса : Астропринт, 2011. – 232 с.

5. Телетов О. С. Особливості організації системи маркетингових комунікацій підприємств-виробників промислової продукції / О. С. Телетов, І. С. Шумський // Механізм регулювання економіки. - 2008. – № 2. - С. 130-140.

6. Прошкіна Н. В. Проблеми управління маркетингом та комунікаціями на промислових підприємствах в сучасних умовах / Н. В. Прошкіна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – № 6. – С. 111-115.

7. Носань Н. С. Персональний продаж як ефективний елемент маркетингових комунікацій промислових підприємств / Н. С. Носань // Агросвіт. - 2016. – № 19. - С. 19-23.

8. Шилова М. Директ-маркетинг в системі продаж компанії / М. Шилова // Маркетинг и реклама. - 2010. – № 09. - С. 61-70.

9. Волошина Н. О рекламно-сувенирных коммуникациях B2B-маркетинга / Н. Волошина // Маркетинг и реклама. - 2011. – № 4 (176). - С. 51-53.

10. Возняк О. С. Передача маркетингової інформації в процесі комунікацій з ринком / О. С. Возняк // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 3. – С. 31-45.

REFERENCES

1. Ekspertna otsinka Vseukrains'koi reklamnoi koalitsii (2018), available at: http://vrk.org.ua/docs/AnnualRep2017_All-UkrainianAdvertisingCoalition.pdf

2. Bernet Dzh. and Moriarti S. (2001), Marketingovyе kommunikacii: integrirovannyj podhod, per. s angl., pod red. S. G. Bozhuk, Piter, SPb., 864 s.

3. Romat, E. V. (2014), Marketing: ot jeticheskogo k social'no otvetstvennomu, *Marketing i reklama*, № 40-47.

4. Oklander, M. A., Litovchenko, I. L. and Botushan, M. I. (2011), *Marketingovi komunikatsii promyslovykh pidpriemstv v umovakh informatsiinoi ekonomiky*, Astroprint, Odessa, 232 s.

5. Tielietov, O. S. and Shums'kyj, I. S. (2008), Osoblyvosti orhanizatsii systemy marketynhovykh komunikatsij pidpriemstv-vyrobnykiv promyslovoi produktsii, *Mekhanizm rehulivannia ekonomiky*, pp.130-140.

6. Proshkina, N. V. (2014), Problemy upravlinnia marketynhom ta komunikatsiiami na promyslovykh pidpriemstvakh v suchasnykh umovakh, *Ekonomichnyj visnyk Zaporiz'koi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, № 6, s. 111-115.

7. Nosan', N. S. (2016), Personal'nyj prodazh iak efektyvnyj element marketynhovykh komunikatsij promyslovykh pidpriemstv, *Ahrosvit*, № 19, pp. 19-23.

8. Shilova M. (2010), Direkt-marketing v sisteme prodazh kompanii, *Marketing i reklama*, № 09, pp. 61-70.

9. Voloshina N. (2011), O reklamno-suvenirnykh kommunikacijah B2B-marketinga, *Marketing i reklama*, № 4 (176), pp. 51-53.

10. Vozniak, O. S. (2010), Peredacha marketynhovoї informatsii v protsesi

11. komunikatsij z rynkom, *Marketing v Ukraini*, № 3, pp. 31-45.

Лісіца В. В.,

к.е.н., доц., доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва, ВНЗ Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі", м. Полтава

УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧИМ ДОСВІДОМ У РИТЕЙЛІ: ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Анотація. В статті досліджується досвід споживачів в умовах розвитку цифрових технологій, що кардинально змінюють умови ведення бізнесу з точки зору побудови довгострокових відносин зі споживачами та призводять до формування нової культури споживання в сфері ритейлу; аналізуються методи оцінки споживчого досвіду; узагальнюються рекомендації щодо управління споживчим досвідом. Акцентовується увага на тому, що нові концепції і поняття, що обґрунтовують процес взаємодії споживачів із продавцями, передбачають застосування нових, більш складних відносин з споживачами, управління точками контакту з ними для забезпечення довгострокової лояльності клієнтів. Визначаються перспективи подальших досліджень, що пов'язані з розробкою інструментарію щодо формування досвіду споживачів та управління ним з урахуванням специфіки діяльності вітчизняних ритейлерів.

Ключові слова: ритейл, споживач, досвід споживачів, управління досвідом споживачів, задоволеність.

Lisitsa V.V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of Department of Commercial Activity and Entrepreneurship, Higher Educational Establishment of Ukoopsilka "Poltava University of Economics and Trade", Poltava

MANAGEMENT OF CONSUMER EXPERIENCE IN RETAIL: TRENDS AND PROSPECTS

Abstract. The article investigates the experience of consumers in the development of digital technologies, which fundamentally change the conditions of doing business in terms of long-term relationships with consumers and lead to the formation of a new consumption culture in the retail sector, examines methods for evaluating consumer experience; summarizes recommendations for managing consumer experience. The emphasis is on the fact that new concepts that substantiate the process of interaction between consumers and sellers involve the applying of new, more complex relationships with consumers, managing points of contact with them to ensure long-term customer loyalty. The prospects for further research are determined, which are related to the development of tools for building and managing consumer experience, taking into account the specifics of the activities of domestic retailers.

Key words: retail, consumers, customer experience, customer experience management, satisfaction.

Постановка проблеми. Сучасний ритейл характеризується високою конкуренцією, розвитком мульти- та омніканальності, пошуком рішень щодо забезпечення відповідного трафіку та побудови взаємовідносин зі споживачами. Offline-ритейл поступово перетворюється з об'єктів "з рядами стелажів і полиць" у центри побудови відносин зі споживачем та формування їх клієнтського досвіду [1; 2]. Сучасний висококонкурентний ринок ритейлу

передбачає, що без пропозиції споживачам інтуїтивно зрозумілого продукту та високої якості обслуговування неможливо ефективно розвивати роздрібний бізнес.

Цифрові технології перетворили традиційний процес прийняття рішення споживачем щодо купівлі товарів/послуг на складно прогнозований, що ґрунтується на значній кількості точок контакту між споживачем та ритейлером. "Новий" покупець

поінформований, “підключений”, раціональний, постійно змінює свої переваги; використовує від трьох і більше каналів для пошуку та придбання товарів; не довіряє продавцю та аналізує інформацію про товар самостійно за допомогою соціальних мереж та інших джерел; не лояльний до конкретного ритейлера та здійснює покупки там, де йому зручно; висуває підвищені вимоги та очікування від емоційного фону магазинів. Тому для зростання обсягів продажу роздрібним компаніям необхідно не тільки знати власних клієнтів, історію їх купівель та запитів, уподобання, соціальний статус, а й ефективно використовувати цю інформацію на всіх етапах спілкування з ними, забезпечувати єдиний та зручний споживчий досвід купівлі в усіх використовуваних ритейлерами каналах продажу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування споживчого досвіду (Customer Experience, CX) та процесу управління споживчим досвідом (Customer Experience Management, CEM) розглядаються в працях зарубіжних дослідників, зокрема К. Форнелла, Б. Шмитта, Ф. Райхельда, Тімоті Л. Кейніна, Ежена В. Андерсона та ін. [3; 4; 5; 6; 7]. Вітчизняні автори, що досліджують питання формування та управління досвідом споживачів, переважно концентрують свою увагу на банківському, готельно-ресторанному та деяких інших, пов'язаних з наданням окремих видів послуг, секторах [8; 9]. В сфері ритейлу ці питання здебільшого обговорюються в межах бізнес-конференцій та бізнес-форумів, а результати представлені у стислих звітах відповідних професійних видань та дослідженнях консалтингових компаній.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження сутності споживчого досвіду та управління ним у сфері ритейлу, визначення основних тенденцій, проблем та напрямів застосування в діяльності вітчизняних ритейлерів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В більшості наукових джерел процес прийняття рішення про покупку визначається як лінійна багатоетапна модель, згідно з якою споживач проходить визначені етапи послідовно. Концепція лінійності, що запропонована Е. Левісом у 1896 р., базується на моделі AIDA: усвідомлення (Awareness), зацікавлення (Interest), бажання (Desire), купівля (Action). [7] Подальший розвиток запропонованого лінійного підходу з фіксованими стадіями знайшов відображення в моделі Ховарда-Шеса (кінець 60-х років), яка передбачає вплив комбінації різних факторів на вибір товару споживачем у межах п'яти стадій прийняття рішення про покупку: залучення уваги; сприйняття товару споживачем; формування відношення до товару; виникнення бажання придбати товар; здійснення покупки. Сучасний розвиток інформаційних технологій суттєво вплинув на лінійні моделі прийняття рішення споживачем про покупку з точки зору неможливості отримати передбачувані результати. У першу чергу це викликано тим, що інформаційне середовище, в якому перебуває споживач, є динамічним, а інформаційний потік - безперервним, що не призводить по послідовного з'явлення кількості варіантів рішення споживача відносно покупки, а лише сприяє появи

нових на будь-якому етапі прийняття рішення про покупку [7].

Висока швидкість зміни споживчих переваг, постійне зростання вимог споживачів до якості товарів/послуг, рівня сервісу та емоційного досвіду вимагає від ритейлерів запровадження сучасних бізнес-моделей обслуговування покупців, які ґрунтуються на:

- диференційованості пропозиції як за ціною, так і за рівнем сервісу та атмосфери, забезпечуючи таким чином внутрішній ритейл-простір унікальністю та ідентичністю;

- сегментації цільових груп, яка допомагає сформуванню комунікаційну та сервісну моделі їх обслуговування;

- клієнтоцентричності, яка фокусується на запитих цільової аудиторії, що дозволяє запропонувати ефективну систему лояльності та збільшувати кількість повторних покупок;

- інтегрованій системі зворотного зв'язку та обміну інформацією зі споживачем.

Таким чином, параметрами “мінімуму” взаємодії зі споживачем у сфері ритейлу мають бути: обслуговування в онлайні, організація зворотного зв'язку зі споживачами, клієнтська аналітика і сегментація, аналіз фокусних зон з метою покращення пропонуваного товарів/послуг не менше ніж раз у рік.

Отже, сучасні клієнтоорієнтовані роздрібні компанії повинні відповідати таким вимогам: розуміти потреби та бажання покупців; володіти інформацією про різні їх типи; впливати на формування нових потреб покупців, завчасно та ініціативно визначати попит на товари/послуги та вводити їх в асортиментну матрицю; мати єдині стандарти обслуговування; постійно вдосконалювати заходи щодо формування та покращення досвіду споживачів.

Відповідно, пріоритетним напрямом розвитку сучасних роздрібних компаній є формування бізнес-моделей ритейлерів на основі концепції “Customer Experience” (CX), яка ґрунтується на положенні, що цінність пропозиції компанії сприймається споживачами в результаті отриманого досвіду та вражень. За даними Dimension Data, 82% компаній вважають клієнтський досвід однією з основних відмінностей від конкурентів, а 77,5% визначають його як основний показник ефективності стратегії [10].

У цілому більшість дослідників трактують термін “споживчий досвід” як сукупність всіх вражень, відчуттів та досвіду в результаті взаємодії споживача з компанією з метою задоволення існуючої потреби [9, 10].

Термін “управління споживчим досвідом” (Customer Experience Management, CEM) з'явився у 2003 р. й визначає процес всебічного управління досвідом споживача на всіх стадіях його взаємодії з компанією, продуктом/брендом/послугою. Управління споживчим досвідом націлене на покращення вражень та збільшення переваг, що отримують споживачі в процесі взаємодії з компанією, а також покликане зробити обслуговування ефективним та таким, що відповідає їх запитам.

CEM є найбільш актуальним для компаній, які взаємодіють із масовим споживачем на ринку з

високим рівнем конкуренції (до яких, в тому числі, належить і сфера ритейлу) та намагаються вирішити низку проблем, з якими вони стикаються в процесі своєї діяльності, а саме:

- необхідність підвищення лояльності споживачів до компанії/бренду;
- необхідність зростання розміру “середнього чеку”;
- збільшення кількості повторних продажів, адже наявна кількість є значно нижчою за прогнозований рівень;
- відтік споживачів до конкурентів, який перешкоджає стабільному розвитку компанії та ін.

Споживчий досвід формується з багатьох складових та стосується всього циклу взаємодії товару чи послуги з його постачальником: від моменту першого контакту з товаром/послугою (наприклад, реклами), факту покупки, періоду використання/споживання товару і до моменту завершення його використання/споживання.

Серед основних проблем вітчизняних роздрібних компаній, пов’язаних із запровадженням принципів клієнтоорієнтованості, формуванням та управлінням споживчим досвідом, експерти відзначають такі:

- відсутність/недосконалість корпоративної культури та недостатня залученість персоналу до стратегії компанії щодо надання позитивного споживчого досвіду, що призводить до формального дотримання стандартів обслуговування споживачів, відсутності проактивності та участі персоналу в розвитку компанії;

- незлагодженість роботи різних точок контакту та каналів компанії (back-office, front-office), відсутність відповідальності співробітників департаментів back-office за показники споживчого досвіду, що призводить до незацікавленості в оптимізації означених процесів і в підсумку негативно впливає на загальний рівень враження споживача від взаємодії з компанією;

- неефективна система комунікації зі споживачами (каналів зворотного зв’язку), що призводить до відсутності швидкої реакції компанії на негативний досвід споживачів (наприклад, на скарги покупців, відсутність або уповільненість відповідей на їх запити) та його перетворення у позитивний;

- неефективна система клієнтської аналітики, потенціал якої використовується не в повному обсязі. Значні недоліки наявні також у процесі трансформації результатів аналізу в конкретні дії щодо утримання та активізації споживачів, персоналізації рішень та послуг (експерти відзначають, що лише 23% серед опитаних учасників ринку формують споживчий досвід на основі профілів користувачів та аналітики) [11].

Більшість фахівців “задоволеність споживача” розглядають як результат складного психологічного процесу співставлення, яке здійснює споживач, коли він порівнює свій досвід споживання товару/послуги зі стандартом (ідеальним уявленням про товар/послугу). Для того, щоб управляти споживчим досвідом, необхідно налагодити зворотний зв’язок зі своїми споживачами та розуміти ієрархію їх цінностей. Це можливо лише за умов аудиту

споживчого досвіду в компанії та аналізу “шляху споживача” (Customer Journey, CJ), на основі яких формується СЕМ.

Основні етапи проекту з управління споживчим досвідом в компанії полягають у такому [12]:

1 етап. Аналіз поточної ситуації: аудит споживчого досвіду в компанії та аналіз “шляху споживача”; поточний стан задоволеності споживача наявним сервісом; оцінка показників задоволеності та порівняння їх з показниками конкурентів.

2 етап. Оцінка взаємодії зі споживачами (аналіз Customer Journey): проблемні зони та позитивні моменти в межах повного циклу обслуговування (від першого контакту до післяпродажного обслуговування); виділення проблемних зон з оцінкою важливості та складності кожної зони; оцінка ефективності функціонування каналів обслуговування споживачів.

3 етап. Сервіс-дизайн цільового досвіду споживачів (набір технік, які дозволяють прогнозувати та формувати бажаний досвід споживача в процесі вибору та споживанні товарів/послуг компанії): стандарти клієнтського сервісу та ключові параметри обслуговування; клієнтоорієнтована організаційна структура та процеси; заходи щодо їх впровадження.

4 етап. Впровадження та моніторинг оновлених процесів із клієнтського обслуговування та організаційної структури, сформованих на принципах безперервного удосконалення споживчого досвіду, що ґрунтуються на процедурах відстеження зворотного зв’язку та запровадження змін в обслуговування споживачів.

Зазначимо, що єдиної методики виміру лояльності споживачів та рівня їх задоволеності не існує. Компанії використовують такі системи показників оцінки споживчого досвіду, які, на їх погляд, максимально ефективно враховують сферу діяльності компанії та дозволяють підвищити якість обслуговування клієнтів компанії. Найпоширеніші показники виміру лояльності споживачів та рівня їх задоволеності представлені в табл. 1. Експерти [18] акцентують увагу на таких основних аспектах процесу виміру ступеня задоволеності споживачів у компанії.

По-перше, оцінювати якість обслуговування необхідно протягом всього “шляху споживача”, а не лише його загальний рівень або в окремих “точках контакту” (наприклад, факт оплати товару, повернення товару тощо).

По-друге, означений процес передбачає запровадження необхідних технічних рішень, що забезпечують зворотний зв’язок зі споживачами за різними каналами, збір, аналіз отриманих даних та їх трансформацію в багатофакторні звіти – дашборди, які забезпечують прозорість інформації та можливість її використовувати на всіх управлінських рівнях.

По-третє, необхідно постійно долати інертність мислення персоналу всередині компанії на всіх її організаційних рівнях, скорочувати розрив між персоналом, який напряму взаємодіє з клієнтами, та отриманим зворотним зв’язком зі споживачами з метою набуття ними позитивного споживчого досвіду.

Основні показники виміру лояльності та задоволеності споживачів

Показники	Опис	Методика проведення	Застосування в системі КРІ компанії
1	2	3	4
Індекс лояльності / Чистий індекс готовності рекомендувати (Net Promoter Score, NPS)	Один із основних індексів виміру лояльності клієнтів, який демонструє (у %) кількість клієнтів, що готові рекомендувати компанію (т. з. “промоутерів”) за мінусом клієнтів, що отримали негативний досвід в процесі взаємодії з компанією (т. з. “детракторів”)	“Оцініть вашу готовність рекомендувати компанію друзям/ колегам/родичам” 10-бальна шкала оцінювання: “Промоутери” — оцінки 9 або 10 балів “Нейтралі” — оцінки 7 або 8 балів “Детрактори” — оцінки від 0 до 6 балів	Зростання показника NPS корелює зі зростанням кількості повторних купівель
Індекс задоволеності клієнтів (Customer Satisfaction Index (CSI))	Демонструє рівень відповідності отриманого сервісу/продукту очікуванням клієнта	“Оцініть, наскільки ви задоволені отриманим сервісом/продуктом?” Використовується шкала оцінювання від 1 до 100 балів	Використання CSI: корегування технологічних процесів; проведення оперативного реінжинірингу основних бізнес-процесів компанії; виявлення вузьких місць на всіх етапах просування товару та його життєвого циклу
Індекс лояльності покупців TLR (Temkin Loyalty Rating)	Вірогідність рекомендації друзям/знайомим. Відсутність бажання купувати в іншій компанії. Бажання здійснювати повторні покупки в цій компанії	Компанія Temkin Group, використовуючи шкалу від 1 до 7, опитує покупців з метою виділити компанії, в яких були здійснені покупки/надані послуги за останні 60 днів	Отримання зворотного зв'язку зі споживачем, виявлення взаємозв'язку між досвідом клієнтів та їх лояльністю
Показник працевитрат клієнта (Customer Effort Score, CES/Net Effort Score)	Розраховується з метою виявлення перешкод та бар'єрів в процесі обслуговування клієнта	Метод CES дозволяє розглянути ситуацію з точки зору клієнта, пропонуючи йому оцінити за 7-бальною шкалою від “Повністю незгодний” до “Повністю згодний” твердження: “Компанія зробила рішення моєї проблеми простим”. Можуть також ставитися інші додаткові питання, які допоможуть в подальшому виявити причини, що ускладнюють процес вирішення проблеми.	Розрахунок показує: - завищені очікування клієнтів не сприяють підвищенню лояльності; - задоволеність не гарантує лояльність – дослідження показують слабкий зв'язок між задоволеністю клієнтів та їх майбутньою лояльністю; - контакт клієнта зі службою підтримки знижує рівень лояльності; - зменшення зусиль клієнтів щодо вирішення їх проблем є найкращим способом вплинути на зниження їх лояльності.

1	2	3	4
Загальне відношення Sentiment/ Net sentiment	Джерелом виступають дані соціальних медіа, коментарі клієнтів, записи скарг/звернень	Аналіз здійснюється за ключовими словами та фразами. Клієнтські коментарі класифікують на позитивні, нейтральні та негативні. Показник розраховується як різниця між кількістю позитивних та негативних відгуків/коментаріїв	Кількісний аналіз думок, настроїв, оцінок, відношення, емоцій і т. ін., які представлені в текстовому вигляді (огляди, блоги, твіти, коментарі тощо)
Надання послуги на належному рівні з першого разу (Right First Time/ 2+ contacts)	Пов'язаний з показником працевитрат клієнта та характеризує здатність компанії виконувати запит клієнта на належному рівні з першого разу. Надає інформацію в розрізі каналів за рівнем комфортності та ефективності використання	“Яка кількість звернень (електронних листів, дзвінків тощо) вам знадобилася, перш ніж ваші запит/проблема були вирішені?” Використовуються різні шкали оцінювання.	Використання в якості одного з показників КРІ підвищує: - продуктивність роботи контакт-центру; - створювану цінність для клієнта; - стратегічну значимість для бізнесу компанії в цілому
Емоційний підпис (Emotional signature)	Набір показників для виявлення емоційної складової в процесі відповіді на запитання	Використовується понад 20 емоційних категорій для віднесення клієнтів до тієї чи іншої групи: руйнівники; такі, що вимагають уваги; такі, що рекомендують; такі, що підтримують тощо	Має прикладне значення для показника NPS, підвищуючи його практичне застосування
Індекс RAPID (Retention Advocacy and Purchasing index)	Надає більш детальну інформацію про емоційну складову за рахунок відповідей на питання, що досліджують наміри клієнтів щодо придбання конкретного товару/послуги або щодо використання пропозиції іншої компанії	Використовуються до 11 змінних, що об'єднуються в 3 сегменти для оцінки позиції клієнта: утримання; підтримка; придбання/залучення	Вимірює три складові лояльності: - Індекс збереження лояльності показує вірогідність переорієнтації/переходу клієнта на продукцію конкурента (характеризує відтік клієнтів); - Індекс розповсюдження лояльності показує позитивне відношення клієнта до товару/послуги та поширення рекомендації іншим (характеризує притік клієнтів); - Індекс лояльності придбання показує ступінь зростання споживацької активності (характеризує середній чек на одного клієнта).
Система управління взаємовідносинами всіх груп, що зацікавлені в діяльності компанії TRI*M (MEASURING, MANAGEMENT, MONITORING)	Опитування усіх зацікавлених груп (“stakeholders”): співробітники (в т.ч. менеджмент), споживачі, акціонери, постачальники, дистриб'ютори, фінансові організації і аналітики, ЗМІ, громадські організації і т. п.	4 критерії оцінки: загальна оцінка; бажання купувати, повторна купівля; бажання рекомендувати; конкурентні переваги	Виявлення факторів, які впливають на репутацію компанії.

Джерело: складено автором на основі [6, 13, 14, 15, 16, 17]

Отже, досліджуючи “шлях споживача”, роздрібна компанія має шанс наблизитися до своїх покупців, отримати можливість управляти їх поведінкою та вибором конкретного товару, запропонувати ефективну систему клієнтського сервісу до моменту здійснення покупки, в момент її здійснення та після завершення.

Згідно з дослідженнями компанії GFK offline-магазини в подальшому будуть виконувати функцію формування вражень покупців, у той час як online-канали доповнюватимуть ці враження необхідним комфортом, швидкістю вибору та іншими перевагами, які притаманні саме цьому каналу продажу. В контексті управління споживчим досвідом основними характеристиками торгового простору майбутнього стануть:

- багатфункціональність використання, що дозволить забезпечити різноманітність досвіду споживачів;

- інтенсивність використання, можливість забезпечити оптимальний трафік, отримувати синергетичний ефект від різних видів діяльності споживачів у межах торгового простору;

- гнучкість використання: торговий простір має легко адаптуватися до змін та забезпечувати реалізацію різноманітних споживчих сценаріїв (наприклад, компанія “Apple” з 2016 року свої торгові об’єкти розглядає не як магазини, а як “громадський простір”, де відбуваються різні події, спрямовані на формування споживчого досвіду: місце для зустрічей, для демонстрації соціальних, культурних та інших проектів);

- “підключеність” торгового простору: здатність поєднувати цифрові та оффлайн інструменти, забезпечуючи безперервну комунікацію зі споживачами, стимулюючи продажі та збільшуючи їх залученість у процес покупок.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Підбиваючи підсумок, можна стверджувати, що вже зараз перед роздрібними компаніями постають важливі завдання щодо управління споживчим досвідом та його індивідуалізації. Сучасні бізнес-моделі обслуговування споживачів у сфері ритейлу мають бути зорієнтованими на довготривалі взаємовідносини з ними на основі зворотного зв’язку та запровадження відповідних змін в процес їх обслуговування. Перспективи подальших досліджень пов’язані з розробкою інструментарію щодо формування досвіду споживачів та управління ним з урахуванням специфіки діяльності вітчизняних ритейлерів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Онлайн- и офлайн-торговля: грани стираются. Опыт совершения покупок в эпоху омниканальности [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/eu/docs/reports/OmnichannelShopping-Brochure.pdf>.

2. Карта клиентского опыта: теория, практика, глобальные тренды [Электронный ресурс]. - Режим

доступа: <http://loyalty-world.ru/wp-content/uploads/2015/04/110935.pdf>.

3. Bernd H. Schmitt (2001). Experiential marketing [Электронный ресурс]. - Режим доступа : http://web.krao.kg/6_marketing/0_pdf/3.pdf.

4. Сержантов А. А. Маркетинговые подходы к измерению и оценке потребительского опыта [Электронный ресурс] / А. А. Сержантов, М. В. Орлова. - Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovye-podhody-k-izmereniyu-i-otsenke-potrebitelskogo-opyta>.

5. Fornell C., Rust R., Dekimpe M. The effect of customer satisfaction on consumer spending growth, Journal of Marketing Research. – 2010. - Т. 47. - № 1. - Рр. 28-35.

6. Рудская Е. Н. Клиентский опыт как инструмент конкурентоспособности коммерческих банков [Электронный ресурс] / Е. Н. Рудская, Г. А. Болохова // Молодой ученый. — 2016. — №11. — С. 937-948. - Режим доступа к журналу: <https://moluch.ru/archive/115/30407/>.

7. Мусатова Ж. Б. Трансформация моделей потребительского поведения и управление клиентским опытом [Электронный ресурс] / Б. Ж. Мусатова, И. И. Скоробогатых. - Режим доступа : https://elibrary.ru/download/elibrary_29661592_79275338.pdf.

8. Моргулець О. Б. Клієнтоорієнтована модель сервіс-менеджменту [Електронний ресурс] / О. Б. Моргулець. - Режим доступу: http://www.ej.kherison.ua/journal/economic_09/187.pdf.

9. Гронь О. В. Досвід споживачів як конкурентна перевага компанії в сучасних умовах [Електронний ресурс] / О. В. Гронь. - Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=binf_2015_7_49.

10. 19 определенных клиентского опыта: мнения экспертов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://lpgenerator.ru/blog/2016/04/05/19-opredelenij-klientskogo-opyta-mneniya-ekspertov/>.

11. Тренды Customer Experience 2017. Практика применения в бизнесе [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <https://cx-forum.ru/?p=804>.

12. Управление клиентским опытом: достигая максимума в обслуживании клиентов [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <https://www.pwc.ru/ru/performance-improvement/assets/client-experience.pdf>.

13. Клиентоцентричность: метрики, практики, факты [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.akit.ru/wp-content/uploads/2013/03/client-servise1.pdf>.

14. Navigating the Alphabet Soup of Survey Methodologies [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.clicktools.com/wp-content/uploads/2014/03/Navigating-the-Alphabet-Soup-of-Survey-Methodologies.pdf>.

15. NPS и альтернативные показатели лояльности клиентов: критический обзор [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.epsi-rating.ru/blog/nps>.

16. Четыре способа как оценивать качество обслуживания клиентов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://goodwix.com/chetyre-sposoba-kak-otsenivat-kachestvo-obslyzhvaniya-klientov/>.

17. Индекс лояльности клиентов NPS как метрика репутации компании [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://retailqa.ru/content/2016/11/6/Indeks-lojalnost-klientov-NPS-kak-metrika-reputacii-kompanii/#a1>.

18. 10 ведущих трендов клиентского опыта 2017. Исследования и аналитика [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://rusability.ru/internet-marketing/10-vedushhih-trendov-klientskogo-opyta-2017-issledovaniya-i-analitika/>.

19. Тренды та перспективы развития клиентского сервиса [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://ccwf.ru/content/2017/materials-CCWF17/110930.pdf>.

REFERENCES

1. Onlajn- i oflajn-torgovlja: grani stirajutsja. Opyt sovershenija pokupok v jepohu omnikanal'nosti, available at: <http://www.nielsen.com/content/dam/niensglobal/eu/docs/reports/OmnichannelShopping-Brochure.pdf>.

2. Karta klientskogo opyta: teorija, praktika, global'nye trendy, available at: <http://loyalty-world.ru/wp-content/uploads/2015/04/110935.pdf>.

3. Bernd H. Schmitt (2001), Experiential marketing, available at: http://web.krao.kg/6_marketing/0_pdf/3.-pdf.

4. Serzhantov, A. A. and Orlova, M. V. Marketingovyе podhody k izmereniju i ocenke potrebitel'skogo opyta, available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketingovyе-podhody-k-izmereniyu-i-otsenke-potrebitelskogo-opyta>.

5. Fornell C., Rust R. and Dekimpe M. (2010), The effect of customer satisfaction on consumer spending growth, *Journal of Marketing Research*, T. 47, № 1, pp. 28-35.

6. Rudskaja, E. N. and Bolohova, G. A. (2016), Klientskij opyt kak instrument konkurentosposobnosti kommercheskih bankov, *Molodoj uchenyj*, №11, s. 937-948, available at: <https://moluch.ru/archive/115/30407/>.

7. Musatova, Zh. B. and Skorobogatyh, I. I. Transformacija modelej potrebitel'skogo povedenija i upravlenie klientskim opytom, available at :

https://elibrary.ru/download/elibrary_29661592_79275338.pdf.

8. Morhulets', O. B. Kliientoorientovana model' servis-menedzhmentu, available at: http://www.ej.kher-son.ua/journal/economic_09/187.pdf.

9. Hron', O. V. Dosvid spozhyvachiv iak konkurentna perevaha kompanii v suchasnykh umovakh, available at: http://irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis-nbu.gov/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJR N&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=binf_2015_7_49.

10. 19 opredelenij klientskogo opyta: mnenija jekspertov, available at: <http://lpgenerator.ru/blog/2016/04/05/19-opredelenij-klientskogo-opyta-mneniya-ekspertov/>.

11. Trendy Customer Experience 2017. Praktika primeneniya v biznese, available at: <https://cx-forum.ru/?p=804>.

12. Upravlenie klientskim opytom: dostigaja maksimuma v obslyzhivanii klientov, available at: <https://www.pwc.ru/ru/performance-improvement/assets/client-experience.pdf>.

13. Klientocentricnost': metriki, praktiki, fakty, available at: <http://www.akit.ru/wp-content/uploads/2013/03/client-servise1.pdf>.

14. Navigating the Alphabet Soup of Survey Methodologies, available at: <http://www.clicktools.com/wp-content/uploads/2014/03/Navigating-the-Alphabet-Soup-of-Survey-Methodologies.pdf>.

15. NPS i al'ternativnye pokazateli lojal'nosti klientov: kriticheskij obzor, available at: <http://www.epsi-rating.ru/blog/nps>.

16. Chetyre sposoba kak ocenivat' kachestvo obslyzhivaniya klientov, available at: <https://goodwix.com/chetyre-sposoba-kak-otsenivat-kachestvo-obslyzhvaniya-klientov/>.

17. Indeks lojal'nosti klientov NPS kak metrika reputacii kompanii, available at: <http://retailqa.ru/content/2016/11/6/Indeks-lojalnosti-klientov-NPS-kak-metrika-reputacii-kompanii/#a1>.

18. 10 vedushhih trendov klientskogo opyta 2017. Issledovaniya i analitika, available at: <https://rusability.ru/internet-marketing/10-vedushhih-trendov-klientskogo-opyta-2017-issledovaniya-i-analitika/>.

19. Trendy ta perspektivy razvitija klientskogo servisa, available at: <http://ccwf.ru/content/2017/materials-CCWF17/110930.pdf>.

Завадинська О. Ю.,

к.т.н., доц., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

Русавська В. А.,

к.і.н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

***Анотація.** В статті проаналізовано сучасну ситуацію використання інноваційних технологій для підвищення ефективності роботи закладів ресторанного господарства за кордоном і в Україні. Методи дослідження поєднують систематизацію інформації щодо становлення та розвитку галузі ресторанного бізнесу. Теоретичною та методологічною основою дослідження є наукові концепції та теоретичні розробки вітчизняних та зарубіжних вчених в галузі аналізу діяльності підприємств, маркетингу, закони України. Наукова новизна статті полягає у виявленні необхідності використання інноваційних технологій для підвищення ефективності роботи закладів ресторанного господарства, визначенні основних принципів запровадження сучасних технологій у залежності від типу інновацій і виду закладу. В статті наголошено, що в українських реаліях сьогодення сфера ресторанного бізнесу розглядається лише у процесі формування через проблеми сучасного економічного та політичного стану країни. Зазначено, що з метою стимулювання підприємницької активності в сфері ресторанного господарства одним із найпотужніших інструментів у конкурентній боротьбі є подальше впровадження інноваційних підходів на підприємствах. Виявлено, що для ефективного впровадження інновацій суб'єктам ресторанного господарства необхідно проводити ефективне планування діяльності загалом та планування інноваційної діяльності зокрема. Запропоновано етапи застосування стратегії інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу і розглянуто її головні завдання. Вважаємо, що це дозволить закладам ресторанного господарства ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатними у жорстких ринкових умовах господарювання.*

Ключові слова: ресторанний бізнес, інноваційні технології, впровадження, автоматизація, інформаційні технології, управління, маркетинг.

Zavadynska O.Y.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Hotel&Restaurant Business, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv.

Rusavska V. A.,

Ph.D., Professor, Head of the Department of Hotel&Restaurant Business, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv.

INNOVATIVE MANAGEMENT TECHNOLOGIES IN THE SPHERE OF RESTAURANT BUSINESS

***Abstract.** The article is devoted to the analysis of current situation of the innovative technologies applying with the purpose to improve the effectiveness of restaurant facilities in Ukraine and abroad. The methodology of the research includes the systematization of information about how the sphere of restaurants facilities are established and developed. The scientific concepts and theoretical developments of domestic and foreign scientists in the sphere of marketing, economy of enterprises, as well as current Ukrainian legislation are the*

basis of the theory and methodology of the research. The scientific novelty of the article is the identification of needs to apply the innovative technologies effectively with the aim to improve the efficiency of the restaurant business facilities, and to determine the basic principles of the implementation such technologies in consideration with type of restaurant facility and nature of innovation. The article emphasizes that in the current Ukrainian realities the restaurant business sphere is only in the process of formation due to problems of the current economic and political situation in country. It is noted that one of the most powerful tools to raise competitiveness and to stimulate business activity in the sphere of restaurant industry is the further implementation of innovative approaches at the restaurants. It is concluded that for effective implementation of innovations by the subjects of restaurant facilities must be carried out effective planning of business in general and planning of innovative activities in particular. The article indicates the stages of using of the innovative development strategy for restaurant facilities and considers its main tasks. We believe that the significant details disclosed in the article will allow entities of restaurant business to provide the services effectively and to be competitive in the rough market conditions.

Key words: restaurant business, innovative technologies, implementation, automation, information technologies, management, marketing.

Постановка проблеми. Ресторанний бізнес займає значну частку у малому бізнесі, де задіяно багато підприємств і компаній [4, с. 10]. І хоча в розвинутих країнах ця сфера є дуже прибутковою і розвинутою, в Україні сфера ресторанного бізнесу лише у процесі формування. Значною мірою це відбувається через проблеми сучасного економічного та політичного стану країни [5, с. 45]. Тому конкуренція за споживачів у цій сфері дуже жорстка. Саме для утримання конкурентних переваг підприємства ресторанного бізнесу повинні дуже активно застосовувати і запроваджувати сучасні технології.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення цієї проблеми, показав, що для ефективного впровадження та застосування інновацій суб'єктам ресторанного господарства необхідно проводити ефективне планування діяльності загалом та планування інноваційної діяльності зокрема, що реалізується через застосування стратегії інноваційного розвитку, яка дозволить ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатним у жорстких ринкових умовах господарювання. Дослідженням та вирішенням проблем підвищення ефективності використання інноваційних технологій господарювання в сфері ресторанного бізнесу був присвячений час таких українських науковців і фахівців: І. Акулич, В. Архипової, О. Головки, Л. Нечаюк, М. Поплавського, Н. П'ятницької, О. Шаповалої, О. Терензіо та ін. В роботах цих вчених розглядаються як основи організації роботи закладів ресторанного господарства, так і нові моделі управління персоналом, маркетингові інструменти та кулінарні інновації.

Постановка завдання. Метою дослідження було проаналізувати сучасну ситуацію використання інноваційних технологій для підвищення ефективності роботи закладів ресторанного господарства за кордоном і в Україні. Методи дослідження, що використовувалися під час проведення наукової роботи, поєднують систематизацію інформації щодо

становлення та розвитку галузі ресторанного бізнесу. Теоретичною та методологічною основою дослідження є наукові концепції та теоретичні розробки вітчизняних та зарубіжних вчених в галузі аналізу діяльності підприємств, маркетингу, закони України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Суспільство розвивається, слідуючи за науково-технічними перетвореннями, які пропонують все нові перспективи для розширення послуг. Ресторани - історично сформована система харчування й обслуговування клієнтів, яка існує в усьому світі і надає людям можливість не тільки споживати їжу, але і поспілкуватися, виконуючи при цьому соціальну функцію. Специфіка ресторанного бізнесу як галузі сфери послуг передбачає під новітніми (інноваційними) технологіями не тільки поліпшення якості життя людей, красиво і смачно приготовленої їжі, але і грамотно вибудовані стосунки з клієнтами, грамотну маркетингову політику і PR-стратегію, а також облік необхідності комерціалізації інноваційних розробок. Пошуки і налагодження нових інноваційних технологій господарювання є одним із ключових напрямків роботи для ресторанного бізнесу у найближчі роки.

Було визначено наступні етапи застосування стратегії інноваційного розвитку підприємства ресторанного бізнесу:

- постановка цілей і завдань інноваційної діяльності;
- формування інноваційної стратегії підприємства готельного бізнесу;
- дотримання інноваційної політики;
- довгострокове інноваційне прогнозування;
- розподіл ресурсів підприємства на його інноваційну діяльність;
- розробка стратегічних планів інноваційної діяльності закладу ресторанного господарства;
- застосування бенчмаркінгу;
- аналіз обраної стратегії.

До головних завдань стимулювання розвитку інноваційної діяльності можна віднести:

- створення інституціональних умов інтеграції різних сфер економіки;
- більша участь наукової сфери в створенні інноваційного потенціалу країни;
- формування ефективної інноваційної інфраструктури.

Важливим напрямом у роботі ресторанного бізнесу є організація управлінської системи. Управлінська система повинна включати розробку стратегічних програм прогресу, проведення спостереження тенденцій ринку. Після цього складається стратегія по впровадженню інновацій. Основні завдання управлінської системи:

- розробка і впровадження стратегічних і тактичних заходів розвитку закладів ресторанного бізнесу;
- автоматизація процесів управління за допомогою використання "електронної системи управління", яка повинна базуватися на врахуванні інноваційного продукту;
- застосування інформаційних технологій в управлінні, що надає працівникам можливість брати участь у керуванні роботою підприємства;
- контроль і регулювання реалізації етапів впровадження інноваційних технологій;
- заохочення персоналу в фінальному результаті діяльності та підтримка творчих ідей та заохочення використання їх інтелектуальної праці.

Матеріально-технічна основа підприємства ресторанного господарства є, з одного боку, вагомою причиною інноваційного розвитку, з іншого боку, - його наслідком.

Інтелектуальний напрям інновацій полягає у використанні професійних здібностей працівників підприємства ресторанного бізнесу та створення умов для його розвитку.

Технологічний напрям передбачає впровадження сучасних технологій (комп'ютерні, мультимедійні, засоби електронної комерції, нові технології обробки, приготування та зберігання продуктів харчування та інші). До технологічного напрямку також входять технології харчування, розробка рецептур технологій приготування, використання сучасних видів обладнання та обробки.

Інфраструктурний напрям впровадження сучасних технологій у роботу закладів ресторанного господарства вводиться з метою організації та взаємодії окремих закладів галузі, їх об'єднань та співпраці з державними органами влади. Функції цього напрямку:

- співпраця державного та приватного сектора в розбудові сучасної інфраструктури індустрії гостинності та інших галузей, які взаємопов'язані у своїй діяльності;
- створення конгломератів [9, с. 51].

На зміну кризовому періоду для української економіки в цілому та ресторанного господарства, зокрема з 2016 року, настав період відновлення та нарощення обертів. За даними компанії "Ресторанний консалтинг", у 2016 році вперше після початку економічної кризи збільшилася частка закладів

ресторанного бізнесу, що відкрилися. Натомість відвідуваність ресторанів збільшилася на 30%.

При цьому можна спостерігати збільшення частки концептуальних закладів ресторанного господарства, а також закладів із принципово новими підходами до приготування страв та обслуговування.

В Україні можна спостерігати такі сучасні інноваційні тенденції:

- з'являються монозаклади, як правило, вони зосереджуються на приготуванні певної етнічної страви з варіаціями: пасти, супу "Рамен", какао тощо. Також можна відмітити, що заклади "вуличної їжі" виходять на якісно новий рівень приготування й обслуговування;
- у сфері маркетингу відбувся зсув від традиційних рекламних інструментів до робіт з аудиторією онлайн та провідною роллю SMM (Social Media Marketing). Таким чином будь-який клієнт може вплинути на репутацію закладу одним своїм відгуком в інтернет-мережі;
- незважаючи на кризу, у готельно-ресторанній галузі поступово запроваджуються елементи автоматизації виробництва: електронне меню, нові технології приготування їжі, можливість використання знижки за допомогою застосунків на мобільному телефоні тощо.

На сьогодні в Україні можна відмітити такі тенденції розвитку роботи закладів ресторанного бізнесу:

- популяризація та поліпшення репутації вуличної їжі;
- впровадження мерчандайзингу (збуту продукції та послуг);
- відкриття концептуальних та монозакладів;
- відкриття ресторанів пан-азіатської, в'єтнамської та китайської кухонь;
- запровадження нових методів обробки продуктів харчування за допомогою новітніх технологій;
- організація обслуговування за системою кейтеринг.

Іншим прикладом інновацій у ресторанному бізнесі є збільшення уваги до атмосфери і дизайну приміщення закладу. На сьогодні тенденції у дизайні інтер'єрів закладів ресторанного господарства свідчать про рух до спрощення стилю, відмови від надмірного декорування, габаритних меблів [6, с. 450]. Найбільш популярною стилістикою у дизайні стає скандинавський стиль. Він передбачає білі чи світло-сірі стіни, мінімалістичні меблі у поєднанні металу та натурального дерева, невелику кількість декору в природних кольорах.

Можна відмітити скорочення кількості закладів із еkleктичним барвистим стилем, закладів у східній стилістиці. Заклади національної кухні – української, грузинської – все частіше відмовляються від традиційних народних елементів дизайну, віддаючи перевагу мінімалізму з додаванням кількох яскравих національних елементів.

На сьогодні в світі прослідковуються тенденції до автоматизації виробничих процесів у ресторанному господарстві, демократизації управлінських рішень [7, с. 135].

Сучасні кулінарні напрями у світі – ф'южн і молекулярна кухня. У перекладі з англійської мови “ф'южн” означає “злиття, сплав”. У кулінарії цього напрямку гармонійно поєднуються смаки, стилі та традиції всього світу.

Запровадження інновацій у ресторанному господарстві відбувається з різною інтенсивністю в різних секторах, та задля досягнення реальної ефективності інноваційна діяльність повинна впроваджуватися рівномірно всюди. Зокрема, доцільно активно осучаснювати методи управління персоналом ресторану.

Прикладами класичних методів управління є адміністративні, економічні та соціально-психологічні. Використання адміністративного впливу відбувається через встановлення дисципліни, чіткого ієрархічного підпорядкування, створення системи штрафів і покарань і т.ін.

Економічне управління здійснюється через визначення розмірів, графіку матеріальних винагород, введення додаткових / понаднормових форм винагороди в якості заохочення за видатні здобутки чи велике навантаження співробітників.

Через соціально-психологічні методи, як правило, вибудовують і зміцнюють відчуття об'єднаності та вмотивованості колективу, лояльність бренду і керівництву, бажання і готовність працювати заради ідеї та для клієнта [3, с. 126].

У сучасній теорії управління персоналом вималюються нові стилі, що вирізняються більш демократичним та вільним форматом відносин керівник-працівник, розширенням відповідальності працівника від початку роботи до кінцевого результату.

Автоматизація ресторану – це ще один шлях до успіху. Власники ресторанів відмічають зростання прибутку та інших показників роботи ресторану після того, як було застосовано сучасні технології у сфері матеріально-технічного обладнання.

Для сфери ресторанного господарства характерний швидкий рух інформації, у цій галузі дуже важливо мати актуальну інформацію на власному сайті, впроваджувати активну рекламну кампанію в соціальних мережах і т. ін. Зрозуміло, що від запровадження сучасних інформаційних технологій у роботу ресторану великою мірою залежить його конкурентоспроможність на сучасному ринку.

Потужність галузі ресторанного бізнесу надає можливість користуватися майже всіма різновидами інформаційних технологій, чи то комп'ютерні програми для керування закладом або соціальні мережі. Наразі в закладах ресторанного господарства використовується багато сучасних інформаційних технологій: інформаційні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, мультимедіа, інформаційні системи управління тощо.

Основна мета застосування інформаційних технологій – покращення якості управління та контролю, а також реклама.

Сучасні розвинуті комп'ютерні системи резервування CRS (Computer Reservation System) дозволяють значно полегшити процес резервування. Це тепер можна робити у режимі реального часу, завдяки чому поліпшується якість послуг за рахунок економії часу при роботі з гостями. Поширюється застосування електронної комерції.

Використання *QR-коду* дозволяє інтенсивно використовувати можливості онлайн та офлайн методів одночасно з більшим ефектом. Цей винахід є надзвичайно корисним для аудиторії, що віддає перевагу технологіям та спрощує популяризацію закладу у випадках, коли використання класичних рекламних засобів є незручним [38].

Поширенню електронного меню ми завдячуємо в першу чергу крупним мережам ресторанів швидкого харчування типу McDonalds та KFC. Тут великі екрани з фотографіями всіх страв, цінами, кошиком для замовлення й опцією оплати банківською картою. Окрім фаст-фуд закладів, такі екрани-меню набули поширення у високотехнологічних закладах Японії та в Дубаї. Таким чином, у більш елегантному виконанні облаштування ресторанів сенсорними екранами для замовлення й оплати цілком можливе для будь-якого закладу ресторанного бізнесу.

Електронне меню дозволяє збільшити обсяг продажів за рахунок більш яскравого інтерактивного переліку страв, з потенційною можливістю автоматизованого підбору страв за побажаннями клієнта. Значний потенціал у цьому винаході є і для фільтрації позицій меню за інгредієнтами – наприклад, гість із алергією на деякі інгредієнти може відфільтрувати страви, виключивши всі, що містять алерген [1, с. 60-61].

Для галузі ресторанного бізнесу було зроблено значну кількість програмного забезпечення, комп'ютерних програм та мобільних застосунків. Всі вони дозволяють оптимізувати повторювані процеси, пришвидшити хід інформації від гостя до кухні і бару, автоматизувати облік та розрахунки.

Найбільш популярними автоматизованими системами управління рестораном в Україні можна вважати програмні комплекси Fidello F & B, Micros, “Парус-Ресторан”, SERVIO, 1С-Парус: Ресторан + Бар + Кафе, Ікота, найбільш поширений - R-keeper [10].

Глобальна задача інформаційних технологій – сприяти прибутковості й ефективності бізнесу, спростити його управління і підвищити різноманітні економічні показники та конкурентоспроможність, зменшити частку неефективної праці, втрачання грошей та часу [2, с. 332].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Виявлено, що ресторанний бізнес є однією з найбільш значущих складових індустрії гостинності. Саме тому в даній сфері дуже актуальним є запровадження інноваційних технологій з метою підвищення конкурентних переваг та утримання і розширення клієнтської бази,

шляхом підтримки довіри і зацікавленості у конкретному закладі.

Аналіз літературних та інтернет-джерел показав, що в світі запроваджується ряд інновацій ресторанного господарства, які дозволяють ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатним у жорстких ринкових умовах господарювання. Наукова новизна статті полягає у виявленні необхідності використання інноваційних технологій для підвищення ефективності роботи закладів ресторанного господарства, визначенні основних принципів запровадження сучасних технологій у залежності від типу інновацій і виду закладу.

Зазначено, що з метою стимулювання підприємницької активності в сфері ресторанного господарства одним із найпотужніших інструментів у конкурентній боротьбі є подальше впровадження інноваційних підходів на підприємствах. Виявлено, що для ефективного впровадження інновацій суб'єктам ресторанного господарства необхідно проводити ефективне планування діяльності загалом та планування інноваційної діяльності зокрема. Запропоновано етапи застосування стратегії інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу і розглянуто її головні завдання. Вважаємо, що це дозволить закладам ресторанного господарства ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатними у жорстких ринкових умовах господарювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Архіпов В. В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Архіпов В. В., Русавська В. А. - К. : Центр учбової літератури, 2009. – 342 с.
2. Борисова О. В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О. В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 1(2). – С. 331-338.
3. Браймер Р. Основы управления в индустрии гостеприимства / Р. Браймер. - М., 1995. - 384 с.
4. Антонова В. А. // Торговля і ринок України. – Донецьк, 2008. – Вип. 25, т. 2. – С. 9-16.
5. Касенін В. Проблеми розвитку ресторанного господарства в Україні / Касенін В., Ткаченко Т. – К. : Економіка України, 2011. – С. 41-46.
6. Костас К. Учебник ресторатора: проектирование, оборудование, дизайн / Костас К., Крис Т. - М. : Владос, 2008. - 524 с.

7. Поплавський М. М. Готельно-ресторанний сервіс : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / М. М. Поплавський. – К. : Макрос, 2011. – 240 с.

8. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://prohotelia.com.ua/>.

9. Саак А. Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны) : учебное пособие / Саак А. Э., Якименко М. В. – СПб. : Питер, 2007. - 86 с.

10. Степова С. В., Когут А. Л. Доцільність застосування інформаційних технологій в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2014/Informatica/3_153623.doc.html.

REFERENCES

1. Arkhipov, V. V. and Rusavs'ka, V. A. (2009), *Orhanizatsiia obsluhovuvannia v zakladakh restorannoho hospodarstva*, Tsentр uchbovoi literatury, K., 342 s.
2. Borysova, O. V. (2012), *Tendentsii rozvytku hotel'no-restorannoho biznesu v Ukraini, Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, vyp. 1(2), s. 331-338.
3. Brajmer R. (1995), *Osnovy upravlenija v industrii gostepriimstva*, M., 384 s.
4. Antonova, V. A. (2008), *Torhivlia i ryнок Ukrainy*, Donetsk, vyp. 25, t. 2, s. 9-16.
5. Kasenin V. and Tkachenko T. (2011), *Problemy rozvytku restorannoho hospodarstva v Ukraini, Ekonomika Ukrainy*, K., s. 41-46.
6. Kostas K. and Kris T. (2008), *Uchebnik restoratora: proektirovanie, oborudovanie, dizajn*, Vlados, M., 524 s.
7. Poplavs'kyj, M. M. (2011), *Hotel'no-restorannyj servis*, Makros, K., 240 s.
8. Portal gostinichnogo i restorannogo biznesa, available at: <http://prohotelia.com.ua/>.
9. Saak, A. Je. and Jakimenko, M. V. (2007), *Menedzhment v industrii gostepriimstva (gostinicy i restorany)*, Piter, SPb., 86 s.
10. Stepova, S. V. and Kohut, A. L. *Dotsil'nist' zastosuvannia informatsijnykh tekhnolohij v restorannomu biznesi*, available at: http://www.rusnauka.com/3_ANR_2014/Informatica/3_153623.doc.html.

Панченко В. А.,
к.е.н., доц., заступник директора, ВНЗ Кіровоградський кооперативний коледж економіки і права ім. М.П. Сая

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розроблено методологію оцінювання кадрової безпеки підприємства, що включає концептуальні положення щодо оцінювання стану кадрової безпеки підприємства у відповідності до рівня захисту від кадрових ризиків та стабільності кадрової безпеки як здатності підтримувати рівновагу кадрової підсистеми підприємства. Запропоновано класифікацію індикаторів оцінювання кадрової безпеки підприємства за різними ознаками, методику побудови інтегрального індикатора управління кадровою безпекою, методику урахування груп персоналу у відповідності до рівня впливу на ключові компетенції підприємства. Розроблені підходи забезпечують можливість управління кадровою безпекою у відповідності до стратегічних та тактичних потреб підприємства, підвищують динамічність управління, а також окреслюють межі такого управління.

Ключові слова: кадрова безпека, методологія, методика оцінювання, інтегральний індикатор.

Panchenko V. A.,
Ph.D., Associate Professor, Head's Assistant, Higher Educational Establishment Kirovograd Cooperative College of Economics and Law named after M. P. Say

METHODOLOGY OF ENTERPRISE PERSONNEL SECURITY ASSESSMENT

Abstract. The methodology of personnel security assessment of the enterprise is developed, which includes conceptual provisions for evaluating the personnel security of the enterprise in accordance with the level of protection against personnel risks and stability of personnel security as an ability to maintain balance of personnel subsystem of the enterprise. The classification of indicators of the personnel security assessment of the enterprise according to various features, as well as the method of constructing an integrated indicator of personnel security management and the method of consideration of personnel groups in accordance with the level of their influence on key competencies of the enterprise are proposed. The developed approaches provide the possibility of managing personnel security in accordance with the strategic and tactical needs of the enterprise, increase the dynamism of management as well as outline the boundaries of such management.

Key words: personnel security, methodology, assessment method, integral indicator.

Постановка проблеми. Глобалізація ринків та міжнародна економічна криза зумовлюють посилення конкурентної боротьби підприємств за ринки збуту та різноманітні ресурси, що, у свою чергу, підвищує актуальність завдань із забезпечення економічної безпеки у цілому та кадрової зокрема, оскільки персонал виступає одночасно об'єктом та суб'єктом кадрової безпеки. Управління кадровою безпекою характеризується складністю не лише через складність об'єкта впливу, але і через динамічний характер середовища, високу вартість залучення фінансових ресурсів та високий рівень невизначеності економічної системи. Для практичної реалізації завдань із управління кадровою безпекою підприємств мінімально необхідними є методики,

підходи, алгоритми оцінювання стану кадрової безпеки для забезпечення можливості кількісного оцінювання результатів. Однак, незважаючи на наявність окремих методик для фармацевтичної [1], поліграфічної [2] та машинобудівної [3, 4] галузей, значно бракує теоретичного підґрунтя та можливостей їх адаптації для інших галузей та кадрових потреб підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням питань кадрової безпеки та побудови системи управління нею займалися: Астахова Л. В., Бурда І. Я., Єгорова Л. С., Жидецька Х. В., Кузнецова Н. В., Мішин О. Ю., Мішина С. В., Момот Т. В., Назарова Г. В., Палига Є. М., Поскрипко Ю. А., Цветкова І. І. та багато інших.

Варто виокремити низку робіт, авторами яких багато уваги було приділено теоретичним основам побудови системи кадрової безпеки підприємства та її складових: Кузнецової Н. В., Поскрипко Ю. А., Бурди І. Я., Гримак О. Я., Кузнецової Д. С., Єгорової Л. С., Фролової П. С. Також потребують уваги авторські методики оцінювання кадрової безпеки підприємства у відповідності до профілю галузі авторів: Бурда І. Я., Гавкалова Н. Л., Єгорова Л. С., Кузнецова Н. В., Момот Т. В., Назарова Г. В., Поскрипко Ю. А.

Практичною проблемою оцінювання кадрової безпеки на підприємствах є розмаїття практичних рекомендацій та методик, що, з одного боку, мають зазіхання на універсальність, а з іншого, – майже повну відсутність можливості їх кастомізації під фактичні завдання підприємства та обрані стратегії функціонування та розвитку. Зазначена практична проблема відповідає напрямам перспективних досліджень та науково-практичних проблем, а саме [3, 4, 5]: відсутності зв'язку кадрової безпеки підприємства зі стратегічними цілями підприємства; недостатності адаптивності й гнучкості її оцінювання, статичності таких оцінок, відсутності одноставності у підходах до побудови комплексної системи показників. У цілому зазначені недоліки викривають недостатність концептуального бачення та теоретико-методологічного базису для оцінювання кадрової безпеки підприємства.

Постановка завдання. Метою даної статті є формування теоретико-методологічного базису для оцінювання кадрової безпеки підприємства, що має забезпечити можливість управління кадровою безпекою у відповідності до стратегічних та тактичних потреб підприємства, а також цілісне оцінювання такого управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Науковий дискурс з питань формування системи кадрової безпеки підприємств та її оцінювання переважно сфокусовано на визначенні зв'язків кадрової безпеки з економічною та інформаційною безпекою підприємства та їх розмежування [6], а також частково з виявленням ризиків для кадрової безпеки підприємства [6, 7]. Робіт, присвячених теоретичному підґрунтя кадрової безпеки підприємства, небагато, тому розглянемо їх детально.

Про недостатність методичних засад системи (моніторингу) кадрової безпеки підкреслено у роботі І. Я. Бурди, О. Я. Гримак [8], що включили до моделі моніторингу кадрової безпеки підприємства: цілі та методики моніторингу, методи збору й обробки інформації; критерії оцінки рівня кадрової безпеки; застосування інтегрального показника для отримання узагальнюючого результату.

Цінними з позицій опису елементів системи кадрової безпеки підприємства виявилися роботи Ю. А. Поскрипко [9] та Н. В. Кузнецової [10]. Так, Ю. А. Поскрипко [9] виявлено перелік цілей та завдань функціонування системи кадрової безпеки, критерії та індикатори, організаційні принципи побудови системи кадрової безпеки, основні ризики та засоби й методи їх нейтралізації, бізнес-процеси підтримки забезпечення необхідного рівня кадрової

безпеки. Таким чином було описано основні елементи системи. У роботі Н. В. Кузнецової [10, с. 54] цікавою є тримірна модель забезпечення кадрової безпеки організації, що включає об'єкт забезпечення кадрової безпеки (тобто різні групи персоналу), основні форми реалізації загроз та методи протидії загрозам кадровій безпеці підприємств.

Окремої уваги потребує робота Д. С. Кузнецової [5], в якій сформувано гіпотезу щодо прямого зв'язку обраних підприємством кадрових стратегій із кадровими загрозами та виявлено перелік пріоритетних кадрових загроз, що формуються обраними підприємством кадровими стратегіями. У роботі [2] також окреслено зв'язок кадрової політики із завданнями кадрової безпеки, однак досить широко. Також постає окремо робота О. П. Кавтиш [11] щодо системної природи кадрової безпеки, в якості доказів такого твердження було виокремлено системні ознаки кадрової безпеки.

У роботі щодо визначення концептуальних підходів до формування системи економічної безпеки управління персоналом на підприємстві [12] авторів О. А. Кириченко та Ю. А. Поскрипко сформульовано окремі завдання з управління кадровою безпекою, окреслено напрями та інструментарій забезпечення кадрової безпеки підприємства. У цілому у роботі підкреслено важливість заходів із мотивування персоналу та забезпечення оптимального соціально-психологічного клімату, міститься перелік робіт у межах зазначених завдань. Однак теоретичні або практичні рекомендації щодо балансування стратегії розвитку підприємства з кадровою безпекою зводяться до гуманістичного бачення цілей кадрової безпеки підприємства у створенні найкращих умов роботи персоналу та відповідального добору персоналу.

Опис елементів забезпечення системи кадрової безпеки підприємства наведено у роботі Л. С. Єгорової [13], а також підкреслено участь різних груп персоналу для кадрового забезпечення системи кадрової безпеки підприємства. Багато робіт щодо системи кадрової безпеки присвячено виявленню складових кадрової безпеки (наприклад, [14]), що не тільки зумовлюють її структуру, але і є узагальнюючими ознаками для групування індикаторів для оцінювання кадрової безпеки. Розширений аналіз таких робіт було проведено та опубліковано у [15].

Також було проаналізовано низку робіт із привабливими назвами, що включали поняття концепції, теоретичного базису та методологічних основ кадрової безпеки [16, 17], однак вони переважно були сфокусовані на питаннях поза межами даного дослідження. Так, робота Єременко А. О., Полозової Т. В. [16] щодо методологічних основ фокусується на розмежуванні економічної та кадрової безпеки підприємства, зовнішніх та внутрішніх факторах впливу на кадрову політику, що безпосередньо впливають на стан кадрової безпеки, однак механізм такого зв'язку прописано опосередковано. У роботі О. В. Плугар [17] проаналізовано основні кадрові загрози для підприємств рекреаційної сфери та описано низку заходів з їх усунення.

Узагальнюючи доробок проаналізованих робіт, можна стверджувати, що автори у цілому:

1) погоджуються з системною природою кадрової безпеки підприємства;

2) визнають зв'язок між обраними підприємством кадровою стратегією та (або) політикою з кадровими загрозами;

3) розрізняють групи персоналу при забезпеченні кадрової безпеки підприємства;

4) стверджують про необхідність побудови інтегрального індикатора в якості узагальнюючого показника результативності управління кадровою безпекою підприємства.

На нашу думку, теоретико-методологічний базис для оцінювання кадрової безпеки підприємства має включати:

- концептуальні положення щодо оцінювання кадрової безпеки, що прописуватимуть у явній формі взаємозв'язок стратегії підприємства та систему кадрової безпеки;

- систему індикаторів оцінювання кадрової безпеки у відповідності до особливостей підприємства та науково-практичні рекомендації щодо кастомізації такого оцінювання;

- методики побудови інтегрального індикатора оцінювання кадрової безпеки.

Врахування системної природи кадрової безпеки підприємства є важливою теоретичною основою побудови будь-яких методик та підходів до оцінювання кадрової безпеки. Кадрова безпека за своєю сутністю передбачає підтримку з боку персоналу стабільності функціонування підприємства як системи. Таким чином, важливими завданнями оцінювання є визначення стану кадрової системи підприємства та визначення стабільності (або здатності підтримувати стабільність) функціонування системи управління персоналом підприємства. З позицій теорії систем останнє завдання є завданням підтримки гомеостазу [18, с. 71-72], тобто “здатність системи підтримувати у процесі взаємодії із середовищем значення суттєвих змінних у певних заданих кордонах” або здатності підтримувати рівновагу системи; він характеризує систему як ціле.

Таким чином важливим теоретико-методологічним базисом оцінювання кадрової безпеки підприємства виступають концептуальні положення про кадрову безпеку підприємства як систему, що має бути оцінена у двох важливих напрямках:

- стану кадрової безпеки підприємства (що передбачає виявлення, на якому рівні функціонування та розвитку знаходиться система, – у відповідності до того, від яких кадрових ризиків захищено підприємство);

- стабільності кадрової безпеки підприємства (що передбачає оцінювання гомеостазу системи, тобто здатності підтримувати внутрішній стан кадрової безпеки підприємства).

Оцінювання стану кадрової безпеки у відповідності до рівня захисту від кадрових ризиків вирішує низку науково-практичних завдань оцінювання, оскільки дозволяє виокремити зв'язок стратегій функціонування та розвитку підприємства (у тому числі кадрових стратегій та політики) із завданнями

кадрової безпеки, а також дозволяє однозначно характеризувати стан кадрової безпеки (та результативність її реалізації) через комплекс дій із нейтралізації ризиків та загроз.

З іншого боку, оцінювання здатності кадрової безпеки підтримувати внутрішню рівновагу кадрової підсистеми підприємства дозволяє усунути статичність та “історичний характер” [4] оцінок кадрової безпеки, оскільки з таких позицій важливим стає не визначення рівня показників як таких (наприклад, частки кваліфікованих працівників на підприємстві), а динаміка їх змін та, особливо, різких відхилень (“викидів”) у показниках. Таким чином підприємство може оперативніше реагувати на зміни.

Для забезпечення диференціації впливу груп персоналу на кадрову безпеку підприємства необхідно здійснити розшарування персоналу за рівнем залучення до ключових компетенцій підприємства. Теоретичну основу такого підходу складає науковий доробок Г. Хамела та С. К. Прахалада [19], що розробили теорію ключових компетенцій, основна ідея якої полягає у розробці стратегії на основі ключової здібності компанії, своєрідного невидимого активу, що є унікальним колективним знанням. Персонал поділяють за рівнем залучення: до ключових компетенцій (реалізація стратегічно важливих цілей та завдань), до базових компетенцій (видів діяльності, що можуть бути передані на виконання субпідрядників та аутсорсерів) та допоміжних компетенцій (видів діяльності, що не створюють додаткової ринкової цінності для споживача). Оскільки стратегічний вплив та чисельність кожної із зазначених груп є різними, то набір індикаторів для оцінювання та граничні значення цих індикаторів мають бути різними.

Для характеристики узагальненого результату кадрової безпеки підприємства варто використовувати інтегральний індикатор. Така ідея широко використовується в роботах [1, 3, 4, 7, 8, 13, 14, 16], однак теоретичне обґрунтування є лише у [1, 3, 4]. Для теоретичного обґрунтування побудови та використання інтегрального індикатора спиратимемося на теоретичні розробки [20] щодо індикативно-геометричного методу побудови інтегрального індикатора.

Розроблена методологія оцінювання кадрової безпеки включає (рис. 1):

- концептуальні положення про кадрову безпеку підприємства як систему, що має бути оцінена у двох важливих напрямках:

стану кадрової безпеки підприємства (що передбачає виявлення, на якому рівні функціонування та розвитку знаходиться система, – у відповідності до того, від яких кадрових ризиків захищено підприємство);

стабільності кадрової безпеки підприємства (що передбачає оцінювання гомеостазу системи, тобто здатності підтримувати внутрішній стан кадрової безпеки підприємства);

- систему виявлених кадрових ризиків підприємства, рівень захисту від яких однозначно характеризує поточний стан системи безпеки підприємства;

- класифікацію індикаторів оцінювання кадрової безпеки підприємства за різними ознаками (опубліковано автором у [15]);

- методику побудови інтегрального індикатора управління кадровою безпекою, що побудовано на основі індикативно-геометричного методу та нечітких множин - дозволяє інтегрувати якісні та кількісні індикатори кадрової безпеки;

- методики урахування груп персоналу у відповідності до рівня впливу на ключові компетенції підприємства у цілому та кадрову безпеку зокрема: передбачає розширення персоналу за рівнем залучення до ключових компетенцій підприємства

(реалізація стратегічно важливих цілей та завдань), до базових компетенцій (видів діяльності, що можуть бути передані на виконання субпідрядників або аутсорсерів) та допоміжних компетенцій (видів діяльності, що не створюють додаткової цінності для споживача).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. На основі аналізу наукових робіт було виявлено концепції, підходи та методики оцінювання кадрової безпеки на підприємствах, що можуть бути використані або мають потенціал сформулювати теоретико-методологічний базис оцінювання кадрової безпеки підприємства.

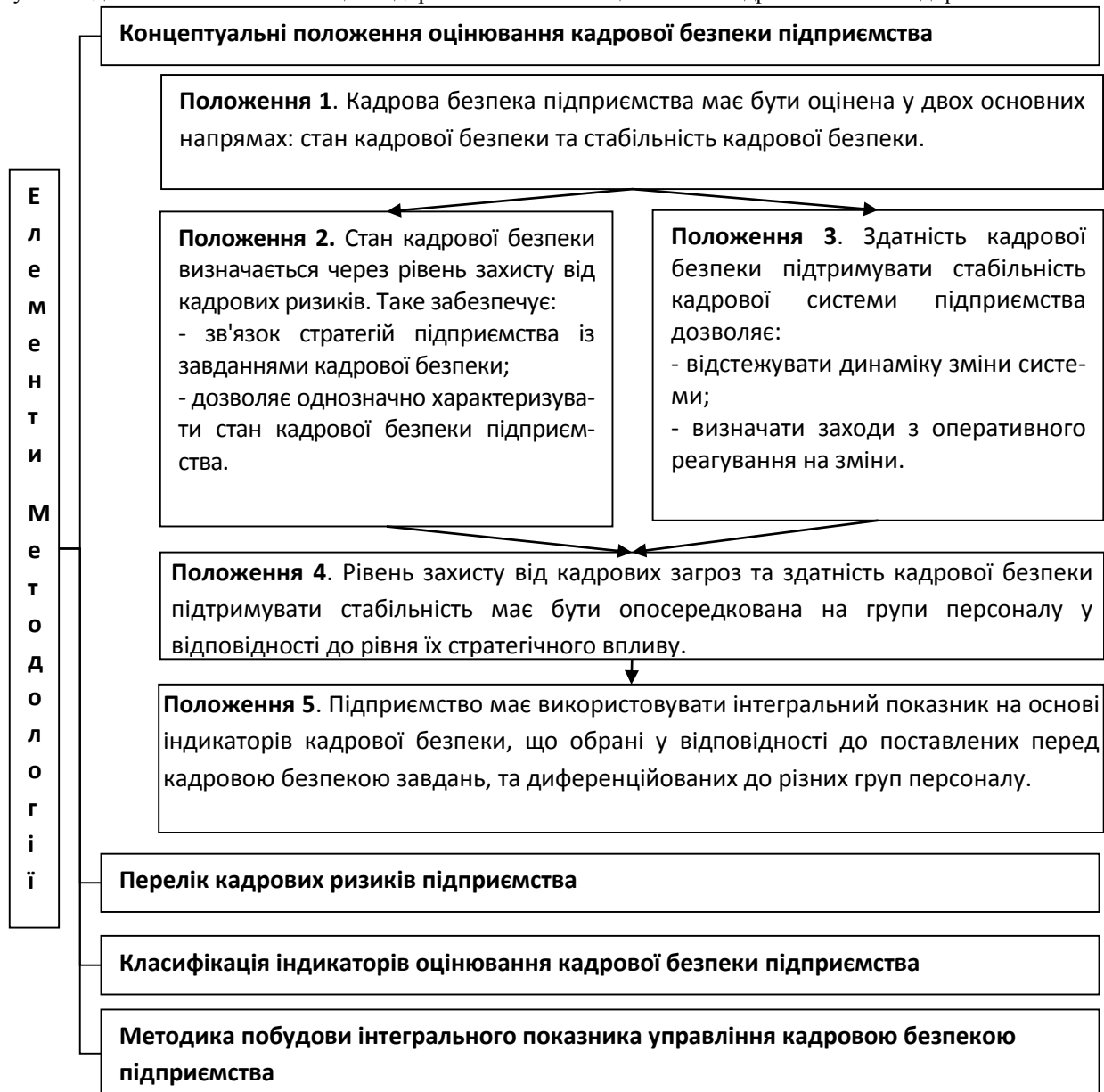


Рис. 1. Складові елементи методології оцінювання кадрової безпеки підприємства

У результаті було сформовано методологію оцінювання кадрової безпеки підприємства, що включає концептуальні положення з оцінювання кадрової безпеки, систему виявлених кадрових ризиків підприємства, рівень захисту від яких однозначно характеризує поточний стан системи безпеки підприємства; класифікацію індикаторів оцінювання кадрової безпеки підприємства за різними ознаками, методику побудови інтегрального індикатора управління кадровою безпекою, методики урахування груп персоналу у відповідності до рівня впливу на ключові компетенції підприємства. Вона забезпечує можливість управління кадровою безпекою у відповідності до стратегічних та тактичних потреб підприємства, а також цілісне оцінювання такого управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кузнецов Д. А. Анализ кадровой безопасности в фармации / Д. А. Кузнецов / Д. А. Кузнецов // Российский медико-биологический вестник имени академика И. П. Павлова. – 2011. – № 2. – С. 139-145.
2. Палига Є. М. Методичні аспекти гарантування кадрової безпеки підприємств видавничо-поліграфічної галузі / Є. М. Палига, Л. П. Кушнір, І. Я. Бурда // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Гжицького. – 2012. – № 1-2 (14). – С. 137-143.
3. Гавкалова Н. Л. Методичний підхід щодо визначення рівня формування та забезпечення кадрової безпеки підприємства / Н. Л. Гавкалова, Т. С. Бушман // Проблеми економіки. – 2016. – № 4. – С. 107-113.
4. Назарова Г. В. Удосконалення методики розрахунку інтегрального індексу кадрової безпеки підприємства / Г. В. Назарова, С. М. Лобазов // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 1 (17). – С. 134-139.
5. Кузнецова Д. С. Взаимосвязь особенностей реализации кадровой стратегии и различных угроз эффективному развитию организации / Д. С. Кузнецова // Креативная экономика. – 2015. – Т. 9. – № 6. – С. 697-710. – DOI: 10.18334/ce.9.6.322.
6. Томаневич Л. М. Кадрова безпека підприємства як об'єкт теоретичного дослідження / Л. М. Томаневич // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. – 2009. – № 1. – С. 185-192.
7. Швець І. Б. Економічна безпека в управлінні персоналом / І. Б. Швець // Наукові праці ДонНТУ. Серія економічна. – 2009. – Донецьк, випуск 36–1. – С. 179-184.
8. Бурда І. Я. Методичні засади моніторингу кадрової безпеки підприємств видавничо-поліграфічної галузі / І. Я. Бурда, О. Я. Гримак // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького. – 2011. – Т. 13. – № 4-5 (50). – С. 31-36.
9. Поскрипко Ю. А. Модель управления системой кадровой безопасности / Ю. А. Поскрипко // Проблемы экономики и менеджмента. – 2013. – № 9 (25). – С. 53-57.
10. Кузнецова Н. В. Методы противодействия угрозам кадровой безопасности организации / Н. В. Кузнецова // Известия УрГЭУ. – 2014. – № 2 (52). – С. 53-61.
11. Кавтиш О. П. Системна природа кадрової безпеки підприємства / О. П. Кавтиш // Економічний вісник Національного технічного університету України. Київський політехнічний інститут. – 2015. – № 12. – С. 181-189.
12. Кириченко О. А. Теоретичні засади системи економічної безпеки кадрового забезпечення суб'єктів господарської діяльності / О. А. Кириченко, Ю. А. Поскрипко // Економіка та держава. – 2010. – № 11. – С. 36-38.
13. Егорова Л. С. Структура системы управления кадровой безопасностью инжиниринговой компании / Л. С. Егорова, П. С. Фролова // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия "Социальные науки". – 2013. – № 3 (31). – С. 13-17.
14. Цветкова И. И. Формирование концепции оценки кадровой безопасности предприятия / И. И. Цветкова // Культура народов Причерноморья. – 2014. – № 278. – С. 81-84.
15. Кавун С. В. Класифікація індикаторів управління кадровою безпекою підприємства / С. В. Кавун, В. А. Панченко // Информационная экономика: этапы развития, методы управления, модели. Коллективна монографія / [под ред. докт. экон. наук, проф. В. С. Пономаренко, докт. экон. наук, проф. Т. С. Клебановой]. – Х. : ВШЭМ – ХНЭУ им. С. Кузнецова, 2018. – 668 с. – С. 482-502.
16. Єременко А. О. Методологічні основи системи кадрової безпеки підприємства / А. О. Єременко, Т. В. Полозова // Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2012. – Т. 2. – № 13. – С. 195-198.
17. Плуگارь О. В. Концепция экономической безопасности в системе управления персоналом предприятий рекреационной сферы / О. В. Плуگارь // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 5 (50). – С. 291-295.
18. Системный анализ и принятие решений: словарь-справочник / [под ред. В. Н. Волковой, В. Н. Козлова]. – М. : Высш. шк., 2004. – 616 с.
19. Prahalad C. K. The core competence of the corporation / C. K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – Vol. 68, no. 3. – Pp. 79-91.
20. Kavun S. Indicative-geometric method for estimation of any business entity / S. Kavun // International Journal of Data Analysis Techniques and Strategies. – 2016. – Т. 8. – № 2. – С. 87-107.

REFERENCES

1. Kuznetsov, D. A. (2011), *Analyz kadrovoi bezopasnosti v farmatsyy, Rossiyskiy mediko-byolohicheskiy vestnyk ymeny akademika Y.P. Pavlova*, 2, 139-145.
2. Palyha, Ye. M. Kushnir, L. P. and Burda, I. Ya. (2012), *Metodychni aspekty harantuvannia kadrovoi bezpeky pidpriemstv vydavnycho-polihrafichnoi haluzi, Naukovyi visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu*

veterynarnoi medytsyny ta biotekhnologii im. Gzhytskoho, 1–2 (14), 137-143.

3. Havkalova, N. L. and Bushman, T. S. (2016), Metodychnyi pidkhdid shchodo vyznachennia rivnia formuvannia ta zabezpechennia kadrovoi bezpeky pidpriumstva, *Problemy ekonomiky*, 4, 107-113.

4. Nazarova, H. V. and Lobazov, S. M. (2015), Udoskonalennia metodyky rozrakhunku intehrlnoho indeksu kadrovoi bezpeky pidpriumstva, *Ekonomika: realii chasu*, 1 (17), 134-139.

5. Kuznetsova, D. S. (2015), Vzaymosviaz osobennosti realizatsyy kadrovoi stratehyy y razlychnykh uhroz efektyvnomu rozvytyiu orhanyzatsyy, *Kreatyvnaia ekonomyka*, 9 (6), 697-710. – DOI: 10.18334/ce.9.6.322.

6. Tomaneych, L. M. (2009), Kadrova bezpeka pidpriumstva yak obiekt teoretychnoho doslidzhennia, *Naukovyi visnyk Lvivskoho derzhavnogo universytetu vnutrishnikh sprav. Serii ekonomichna*, 1, 185-192.

7. Shvets, I. B. (2009), Ekonomichna bezpeka v upravlinni personalom, *Naukovi pratsi DonNTU. Serii: ekonomichna*, 36–1, 179-184.

8. Burda, I. Ya. and Hrymak, O. Ya. (2011), Metodychni zasady monitorynh kadrovoi bezpeky pidpriumstv vydavnycho-polihrafichnoi haluzi, *Naukovyi visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu veterynarnoi medytsyny ta biotekhnologii imeni S.Z. Gzhytskoho*, 13, 4–5 (50), 31-36.

9. Poskrypko, Yu. A. (2013), Model upravleniya systemoi kadrovoi bezopasnosti, *Problemy ekonomiky y menezhmenta*, 9 (25), 53-57.

10. Kuznetsova, N. V. (2014), Metody protyvodeistvyia uhrozam kadrovoi bezopasnosti orhanyzatsyy, *Yzvestyia UrHEU*, 2 (52), 53-61.

11. Kavtysh, O. P. (2015), Systemna pryroda kadrovoi bezpeky pidpriumstva, *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy Kyivskiy politekhnichnyi instytut*, 12, 181-189.

12. Kyrychenko, O. A. and Poskrypko, Yu. A. (2010), Teoretychni zasady systemy ekonomichnoi bezpeky kadrovoho zabezpechennia subiektiv hospodarskoi diialnosti, *Ekonomika ta derzhava*, 11, 36-38.

13. Ehorova, L. S. and Frolova, P. S. (2013), Struktura systemy upravleniya kadrovoi bezopasnosti ynzhyrnyrhovoi kompanyy, *Vestnyk Nyzhehorodskoho unyversyteta ym. N.Y. Lobachevskoho. Seryia "Sotsyalnye nauky"*, 3 (31), 13-17.

14. Tsvetkova, Y. Y. (2014), Formyrovanye kontseptyy otsenky kadrovoi bezopasnosti predpriumstva, *Kultura narodov Prychernomia*, 278, 81-84.

15. Kavun, S. V. and Panchenko, V. A. (2018), Klasyfikatsiia indykatoriv upravlinnia kadrovoi bezpekoiu pidpriumstva, *Ynformatsionnaya ekonomyka: etapy rozvytyia, metody upravleniya, modely. Kolektyvna monohrafiya*, Ed. by Ph.D., Prof. Ponomarenko, V.S., Ph.D., Prof. Klebanova, T.S., VSHEM, KhNUE named S. Kuznets, Kharkov.

16. Yeremenko, A. O. and Polozova, T. V. (2012), Metodolohichni osnovy systemy kadrovoi bezpeky pidpriumstva, *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, 2 (13), 195-198.

17. Pluhar, O. V. (2011), Kontseptsiia ekonomicheskoi bezopasnosti v systeme upravleniya personalom predpriumstva rekreatsyonnoi sfery, *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, 5 (50), 291-295.

18. Volkova, V. N. and Kozlova, V. N. editors (2004) *Systemnyi analiz y pryniatye reshenyi: slovar-spravochnik*, Vyssha shkola, Moscow.

19. Prahalad, C. K. and Hamel G. (1990), The core competence of the corporation, *Harvard Business Review*, 68 (3), 79-91.

20. Kavun, S. (2016), Indicative-geometric method for estimation of any business entity, *International Journal of Data Analysis Techniques and Strategies*, 8(2), 87-107.

Середа С. А.,

к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

РЕІНЖИНІРИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

***Анотація.** Тимчасове розміщування й організація харчування як вид економічної діяльності в Україні вимагає активного осучаснення шляхом реінжинірингу бізнес-процесів. Сучасні підприємства сфери тимчасового розміщування й організації харчування недостатньо уваги приділяють питанню реінжинірингу бізнес-процесів, нехтуючи використанням сучасних методів проектування. Це, в свою чергу, знижує ефективність господарювання підприємств. Про необхідність реінжинірингу свідчить аналіз економічних показників господарюючих суб'єктів. Важливим інструментарієм підвищення ефективності можна вважати процес проектування реінжинірингу бізнес-процесів у декілька етапів та застосовуючи чотири методи. Проведення подальших досліджень діяльності підприємств з тимчасового розміщування й організації харчування потребує виявлення регіональних особливостей діяльності цих підприємств.*

Ключові слова: реінжиніринг, підприємства розміщування й організації харчування, ефективність діяльності.

Sereda S. A.,

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

REENGINEERING AS AN INSTRUMENT TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF ENTERPRISES BUSINESS

***Abstract.** Temporary placement and organization of food enterprises as a type of economic activity in Ukraine requires active modernization by reengineering business processes. Modern enterprises in the field of temporary placement and organization of eating out pay insufficient attention to the issue of reengineering business processes, neglecting the use of modern design methods. This, in turn, reduces the efficiency of business management. The need for reengineering is evidenced by the analysis of economic indicators of economic entities. An important tool for improving efficiency can be considered the process of designing business processes reengineering in several stages and using four methods. Further research on the activities of the temporary placement and organization of food enterprises requires the identification of regional features of these enterprises.*

Keywords: reengineering, placing and organization of food enterprises, efficiency of activity.

Постановка проблеми. В сучасних економічних умовах підприємства галузі тимчасового розміщування й організації харчування стикаються з проблемою низького рівня рентабельності господарської діяльності. Це зумовлено рядом об'єктивних і суб'єктивних чинників: зниження рівня доходів населення, зниження інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання в Україні, плінність

кадрів на підприємствах сфери тимчасового розміщування й організації харчування. Вирішення проблеми підвищення ефективності лежить у декількох площинах, в т.ч. у площині реінжинірингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх років наукова думка все більше схиляється щодо реінжинірингу бізнес-процесів як головного інструменту підвищення ефективності

діяльності підприємств. Серед вітчизняних науковців варто відзначити праці: Апопія В. В., Виноградової О. В., Комеліної О. В., Мироненко К. С., Тігаревої В. А., Ткаченко О. В. і ряду інших науковців. У зарубіжних працях розгляду зазначеної категорії присвячено праці таких науковців, як: Робсон М., Уллах Ф., Хаммер В. М., Дж. Чампі, Абдикеев, Данько Т. П., Ільдеменов С. В., Кисилев А. Д., Кравченко Б. Ф., Кутелев П. В., Мишурова І. В., Мединський В. Г., Николаєнко Н. П., Тельнов Ю. Ф. та інші.

Постановка завдання. Основною метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій щодо ефективності господарської діяльності підприємств з

тимчасового розміщування й організації харчування. За результатами досліджень було виокремлено один із інструментів підвищення ефективності господарювання підприємств, а саме: реінжиніринг бізнес-процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тимчасове розміщування й організація харчування – один із розвинутих видів економічної діяльності в Україні, хоча займає лише трохи більше 1% від загальної кількості юридичних осіб (рис. 1). Негативно слід розцінити зменшення в Україні кількості підприємств з тимчасового розміщування й організації харчування аж на 3190 одиниць (або на 32,6%) за період 2010-2016 рр. (рис. 2).

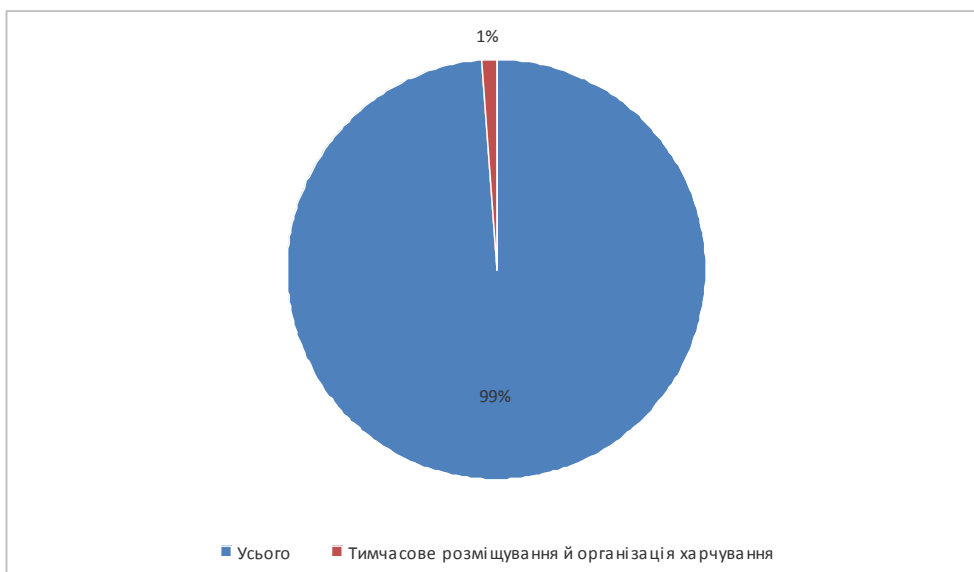


Рис. 1. Частка юридичних осіб у сфері тимчасового розміщування й організації харчування у загальній кількості юридичних осіб в Україні



Рис. 2. Кількість підприємств з тимчасового розміщування й організації харчування в Україні (одиниць)

Структура балансу підприємств представлена у таблиці 1 і засвідчує зниження частки необоротних активів у структурі балансу на 5,9 відсоткових пункти та підвищення частки оборотних активів на 5,8 відсоткових пункти. Частка необоротних активів та груп вибуття є незначною і характеризує, що досліджувані підприємства не утримують на балансі необоротні активи, переведені до групи вибуття, утримувані для продажу. Зазначене варто розцінити позитивно, оскільки такий стан активів свідчить про підвищення його мобільності. У структурі пасиву відбулися теж значні зміни. Частка власного капіталу є від'ємною, адже підприємства галузі протягом останніх років мали велику суму непокритих збитків, що призвело до нерентабельності галузі та значного виведення капіталу. Проте у відсотковому відношенні (табл. 2) частка підприємств, що отримали збитки, знизилася протягом 2010-2016 рр. з 42,7% до 28,4%, що характеризує позитивну динаміку і такий стан, що спрямований до стабілізації ситуації у галузі. Варто розцінити значну залежність підприємств галузі від зовнішніх кредиторів, адже частка довгострокових та поточних зобов'язань у структурі пасиву сягнула понад 50% (табл. 1).

Таблиця 1

Структура балансу підприємств галузі тимчасового розміщення й організації харчування в Україні
(на кінець року; відсотків)

Показники	Рік		2016 до 2012 +; -
	2012	2016	
Актив			
необоротні активи	69,0	63,1	- 5,9
оборотні активи	31,0	36,8	5,8
необоротні активи та групи вибуття	0,0	0,1	0,1
Пасив			
власний капітал	36,4	- 14,6	- 51,0
довгострокові зобов'язання і забезпечення	31,1	56,0	24,9
поточні зобов'язання і забезпечення	32,5	58,6	23,1
зобов'язання, пов'язані з необоротними активами та групами вибуття, та чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	0,0	0,0	-

Фінансовий результат суб'єктів господарювання у сфері тимчасового розміщення і організації харчування представлено у таблиці 2 і засвідчує, що сальдо підприємств по тимчасовому розміщенню й організації харчування за аналізований період є від'ємним як у 2010 році, так і в 2016 році і має тенденцію до збільшення – на 1315,3 млн грн. У цілому спостерігається позитивна тенденція підвищення прибутковості тих підприємств галузі, що залишилися функціонувати на ринку: протягом аналізованого періоду їх фінансовий результат від

фінансово-господарської діяльності зріс у 2,7 рази (або ж на 1044,6 млн грн), тоді як для підприємств, що зазнали збитки, від'ємне значення показника зросло аж утричі (або ж на 2359,9 млн грн) у порівнянні з 2010 р. та перевищило фінансовий результат удвічі тих підприємств, що були прибутковими.

Таблиця 2

Фінансові результати до оподаткування підприємств по тимчасовому розміщенню й організації харчування
(млн грн)

Показники	2010	2016	2016 до 2010	
			+; -	%
Фінансовий результат (сальдо)	-548,1	-1863,4	- 1315,3	
Підприємства, які одержали прибуток				
відсотків до загальної кількості підприємств	57,3	71,6	14,3	
фінансовий результат	619,8	1664,4	1044,6	268,5
Підприємства, які одержали збиток				
відсотків до загальної кількості підприємств	42,7	28,4	14,3	
фінансовий результат	1167,9	3527,8	2359,9	302,0

Стосовно рентабельності операційної діяльності підприємств з тимчасового розміщення й організації харчування можна сказати наступне: рівень рентабельності у 2016 році становив - 0,2%, в той час як у 2010 році – -1,8%; протягом 2010-2016 рр. рівень рентабельності постійно коливався і був від'ємним, що свідчить про збиткову операційну діяльність підприємств, сповільнення їх ділової активності тощо (табл. 3). Вищевикладене свідчить, що підприємства тимчасового розміщення й організації харчування в Україні працюють з низьким рівнем ефективності. Одним із чинників можна вважати недоліки у формуванні кадрової політики. Про це свідчать дані таблиць 4 і 5.

Таблиця 3

Рентабельність операційної діяльності за видами економічної діяльності
(відсотків)

Показники	Рівень рентабельності (збитковості)		
	2010	2015	2016
Усього	4,0	1,0	7,4
Тимчасове розміщення й організації харчування	-1,8	-17,3	-0,2

Таблиця 4

Аналіз плинності працівників підприємств з тимчасового розміщення й організації харчування в Україні

Показники	2010	2016	2016 до 2010	
			+; -	%
Середньооблікова кількість штатних працівників за видами економічної діяльності (тис.)				
Усього	10758	7868	- 2890	73,1
Тимчасове розміщення й організації харчування	109	76	- 33	69,7
Середньомісячна номінальна заробітна плата штатних працівників за видами економічної діяльності (грн)				
Усього	2239	5183	2944	231,5
Тимчасове розміщення й організації харчування	1455	3505	2050	240,9

Аналізуючи дані таблиці, можна зробити наступні висновки:

– середньооблікова кількість штатних працівників за видами економічної діяльності за аналізований період знизилася на 2890 тис. осіб (або на 26,9%), в т.ч. на підприємствах по тимчасовому розміщенню й організації харчування на 33 тис. осіб (або на 30,3%);

– середньомісячна номінальна заробітна плата за той же період зросла відповідно на 2944 грн. (або на 131,5%) по підприємствам народного господарства і відповідно на 2050 грн. (або на 140,9%) по підприємствам по тимчасовому розміщенню й організації харчування;

– аналізуючи рівень прийому та вибуття працівників за видами економічної діяльності, зазначимо, що за 2015-2016 рр. рівень прийому працівників зріс по народному господарству на 2,1%, а на підприємствах по тимчасовому розміщенню й організації харчування - відповідно на 4,9%, а рівень вибуття знизився відповідно на 1,0% і на 1,4%.

Все вищевикладене дозволяє зробити висновок про необхідність реінжинірингу суб'єктів господарювання сфери тимчасового розміщення й організації харчування.

Реінжиніринг слід розглядати як комплекс заходів з моделювання бізнес-систем сфери тимчасового розміщення й організації харчування [1]. Розвиваючи дане визначення, пропонуємо досягати позитивних результатів у будь-якій бізнес-структурі сфери тимчасового розміщення й організації харчування за рахунок створення ефективної системи управління господарським механізмом. Для суб'єктів господарювання у сфері тимчасового розміщення й організації харчування першочергове значення повинно надаватися становленню моделей та інструментів реінжинірингу. В якості інструментів слід використовувати оновлені організаційні структури та методи управління.

Таблиця 5

Рівень прийому та вибуття працівників за видами економічної діяльності в Україні

(відсотків до середньооблікової кількості штатних працівників)

Показники	Прийнято		2016 до 2015 +; -	Вибуло		2016 до 2015 +; -
	2015	2016		2015	2016	
Усього	24,0	26,1	+ 2,1	30,2	29,2	- 1,0
Тимчасове розміщення й організації харчування	49,6	54,5	+ 4,9	60,7	59,3	- 1,4

На думку автора, основним інструментарієм підвищення ефективності діяльності підприємств з тимчасового розміщення й організації харчування є проектування реінжинірингу бізнес-процесів. Зазначимо, що для господарюючих суб'єктів рекомендовано здійснювати процес проектування реінжинірингу бізнес-процесів за наступними етапами:

1-й етап реінжинірингу полягає у тому, щоб отримати чітке та всебічне поняття про суть процесу, який підлягає реінжинірингу у оптовому торговельному підприємстві або магазині будь-якого формату.

2-й етап – описати торгово-технологічний процес і його межі (кордони).

3-й етап – узгодження вимог різних клієнтів підприємства сфери торгівлі.

4-й етап – розробка нового торгово-технологічного процесу у досліджуваному підприємстві.

У процесі реінжинірингу бізнес-процесу вдосконалення процесів слід здійснювати, використовуючи такі методи:

1. Метод п'яти питань. Суть методу полягає у відповідях на п'ять питань для кожного етапу процесу, представленого на схемі інформаційних потоків:

- у чому полягає завдання?
- де виконується завдання?
- яким чином виконується завдання?
- хто буде виконувати завдання?
- як виконують завдання?

2. Метод аналізу доданої вартості. Суть полягає в тому, щоб здійснити аналіз доданої вартості процесу, для якого вже було складено алгоритм. Для того, щоб здійснити аналіз, необхідно включити кожен етап процесу до однієї з таких категорій:

- додає реальну вартість;
- додає вартість для цього господарюючого суб'єкта в цілому;
- ніякої вартості не додає.

3. Метод усунення бюрократії. Суть полягає в зменшенні бюрократичних процедур у процесі керівництва діяльністю господарюючого суб'єкта.

4. Метод аналізу тривалості циклу. Суть полягає у розробці алгоритмічних схем, що показують час, протягом якого процес пройде повний цикл (починаючи з першого етапу процесу і до останнього).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. За результатами проведених досліджень зроблено наступні висновки:

➤ такий вид економічної діяльності, як тимчасове розміщення й організація харчування, перебуває у фазі низької ефективності, а саме: зменшується загальна кількість підприємств, зменшуються їх власні активи, зменшується кількість збиткових підприємств до загальної кількості, сальдо підприємств по тимчасовому розміщенню й організації харчування за аналізований період є від'ємним як у 2010 році, так і в 2016 році і має тенденцію до збільшення – на 1315,3 млн грн, протягом аналізованого періоду рівень рентабельності постійно коливався і був від'ємним, що свідчить про збиткову операційну діяльність підприємств, сповільнення їх ділової активності тощо, зменшується середньооблікова кількість штатних працівників у галузі на фоні плинності кадрів;

➤ сучасні підприємства сфери тимчасового розміщення й організації харчування недостатньо уваги приділяють питанню реінжинірингу бізнес-процесів, нехтуючи використанням сучасних методів проектування. Це, в свою чергу, знижує ефективність господарювання підприємств.

Проведення подальших досліджень діяльності підприємств з тимчасового розміщення й організації харчування потребує виявлення регіональних особливостей діяльності цих підприємств. Особливо це стосується Карпатського регіону, Полісся (зокрема, регіону Шацьких озер), південного регіону України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Реінжиніринг бізнес-процесів : навчальний посібник / В. В. Апопій, С. А. Серeda, Н. О. Шутовська. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. – 160 с.

2. Гуцало А. В. Економіко-управлінський реінжиніринг бізнес-процесів підрядного підприємства / Гуцало А. В. – Київ, 2017. – 222 с.

3. Економіка та організація інноваційної діяльності : підручник / [О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан та ін.]. - [3-тє вид.]. – К. : ЦУЛ, 2007. – 662 с.

4. Инновационный менеджмент: справ. пособ. / [под ред. П. И. Завлина, А. К. Казанцева, Л. И. Миндели]. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ЦИСН, 1998. – 568 с.

5. Информационные технологии в бизнесе. Энциклопедия; [под ред. М. Желены]. – СПб. : ПИТЕР; М. ; Харьков ; Минск, 2002. – 1120 с.

6. Комеліна О. В. Особливості застосування реінжинірингу бізнес-процесів на сучасному підприємстві / Комеліна О. В. // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. - Вип. 6 (11). – С. 129-134.

7. Кравченко Б. Ф. Организационный инжиниринг : учеб. пособ. / Б. Ф. Кравченко, Е. Ф. Кравченко, П. В. Забелин. – М. : ПРИОР, 1999.

8. Кутелев П. В. Технология реинжиниринга бизнеса : учеб. пособ. / П. В. Кутелев, И. В. Мишурова. – М. : Ростов н/Д : МарТ, 2003. – 176 с.

9. Медынский В. Г. Реинжиниринг инновационного предпринимательства : учеб. пособ. для вузов / Медынский В. Г., Ильдеменов С. В.; [под ред. проф. В. А. Ирикова]. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 414 с.

10. Мироненко К. С. Економічне оцінювання реінжинірингу бізнес-процесів на інноваційно-активних підприємствах та його інструментальне забезпечення : моногр. / К. С. Мироненко, С. В. Філіппова. – Одеса : ОНПУ, ФОП Бондаренко М.О., 2016. – 257 с.

11. Николаенко Н. П. Реинжиниринг во имя клиента / Н. П. Николаенко. – М. : Изд. дом "Страховое ревю", 2003. – 179 с.

12. Реинжиниринг бизнес-процессов. Полный курс МВА : учебник / Н. М. Абдикеев, Т. П. Данько, С. В. Ильдеменов, А. Д. Киселев. – М. : Эксмо, 2005. – 592 с.

13. Робсон М. Реинжиниринг бизнес-процессов: практ. руководство / М. Робсон, Ф. Уллах; [пер. с англ., под ред. Н. Д. Эрнашвили]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 222 с.

14. Статистичний щорічник України за 2016 рік. – Київ, 2017. – 610 с.

15. Тігарева В. А. Аналіз існуючих підходів та методів оцінювання бізнес-процесів підприємств та організацій / В. А. Тігарева, І. В. Станкевич // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Випуск 3/2016 (98). Частина 1. – Кременчук : КрНУ, 2016. – С. 113-122.

16. Тельнов Ю. Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов: компонентная методология / Ю. Ф. Тельнов. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 318 с.

17. Ткаченко О. В. Методи і інструментальні засоби реінжинірингу бізнес-процесів / Ткаченко О. В. // Економічні науки/10. Економіка підприємств (Інтернет-ресурс).

18. Управление организацией : учебник / [под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина]. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 669 с.

REFERENCES

1. Apopij, V. V. Sereda, S. A. and Shutovs'ka, N. O. (2013), Reinzhyryngh biznes-protsesiv, Vydavnytstvo L'vivs'koi komertsijnoi akademii, L'viv, 160 s.

2. Hutsalo, A. V. (2017), Ekonomiko-upravlins'kyj reinzhyryngh biznes-protsesiv pidriadnoho pidpryiemstva, Kyiv, 222 s.

3. Ekonomika ta orhanizatsiia innovatsijnoi diial'nosti, O. I. Volkov, M. P. Denysenko, A. P. Hrechak ta in. (2007), 3 nd ed, TsUL, K., 662 s.

4. Innovacionnyj menedzhment: sprav. posob., pod red. P. I. Zavlina, A. K. Kazanceva, L. I. Mindeli (1998), 2 nd ed, CISN, M., 568 s.
5. Informacionnye tehnologii v biznese. Jenciklopedija, pod red. M. Zheleny (2002), SPb. : PITER; M. ; Har'kov ; Minsk, 1120 s.
6. Komelina, O. V. (2017), Osoblyvosti zastosuvannia reinzhynirynhu biznes-protseviv na suchasnomu pidpriemstvi, *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, vyp. 6 (11), s. 129-134.
7. Kravchenko, B. F. Kravchenko, E. F. and Zabelin, P. V. (1999), Organizacionnyj inzhiniring, PRIOR, M.
8. Kutelev, P. V. and Mishurova, I. V. (2003), Tehnologija reinzhiniringa biznesa, M. : Rostov n/D : MarT, 176 s.
9. Medynskij, V. G. and Il'demenov, S. V. (1999), Reinzhiniring innovacionnogo predprinimatel'stva, pod red. prof. V. A. Irikova, JuNITI, M., 414 s.
10. Myronenko, K. S. and Filyppova, S. V. (2016), Ekonomichne otsiniuvannia reinzhynirynhu biznes-protseviv na innovatsijno-aktyvnykh pidpriemstvakh ta joho instrumental'ne zabezpechennia, ONPU, FOP Bondarenko M.O., Odesa, 257 s.
11. Nikolaenko, N. P. (2003), Reinzhiniring vo imja klienta, Izd. dom "Strahovoe revju", M., 179 s.
12. Abdikeev, N. M. Dan'ko, T. P. Il'demenov, S. V. and Kiselev, A. D. (2005), Reinzhiniring biznes-processov. Polnyj kurs MVA, Jeksmo, M., 592 s.
13. Robson M. and Ullah F. (2003), Reinzhiniring biznes-processov: prakt. rukovodstvo, per. s angl., pod red. N. D. Jernashvili, JuNITI-DANA, M., 222 s.
14. Statystychnyj schorichnyk Ukrainy za 2016 rik (2017), Kyiv, 610 s.
15. Tiharieva, V. A. and Stankevych, I. V. (2016), Analiz isnuichykh pidkhodiv ta metodiv otsiniuvannia biznes-protseviv pidpriemstv ta orhanizatsij, *Visnyk KrNU imeni Mykhajla Ostrohrads'koho*. Vypusk 3/2016 (98). Chastyna 1, KrNU, Kremenчук, s. 113-122.
16. Tel'nov, Ju. F. (2005), Reinzhiniring biznes-processov: komponentnaja metodologija, 2 nd ed, *Finansy i statistika*, M., 318 s.
17. Tkachenko, O. V. Metody i instrumental'ni zasoby reinzhynirynhu biznes-protseviv, *Ekonomichni nauky/10.Ekonomika pidpriemstv* (Internet-resurs).
18. Upravlenie organizaciej, pod red. A. G. Porshneva, Z. P. Rumjancevoj, N. A. Salomatina (2001), INFRA-M, M., 669 s.

Скупейко В.В.,

к.е.н., доц., доцент кафедри обліку і оподаткування, Львівський університет бізнесу та права, м. Львів

КОНЦЕПТУАЛЬНО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті розглянуто процеси забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств (СГП) як недостатньо керовану систему. Визначено потребу в удосконаленні складових елементів інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності СГП. Окреслено аспекти та інструменти, які необхідно враховувати у процесі провадження інноваційно-технологічної модернізації СГП. Визначено системні недоліки інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності СГП. Запропоновано шляхи покращення функціональної взаємодії інституційного та економічного блоків досліджуваного механізму забезпечення конкурентоспроможності СГП.

Ключові слова: сільськогосподарські підприємства (СГП), конкурентоспроможність, інституційно-економічний механізм, аналітико-проектна підсистема, організаційно-постановчий вузол.

Skupeyko V.V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation, Lviv University of Business and Law, Lviv

CONCEPTUALLY-APPLIED BASES FOR IMPROVEMENT OF INSTITUTIONAL AND ECONOMIC MECHANISM FOR ENSURING THE AGRICULTURAL ENTERPRISES COMPETITIVENESS

Abstract. The article considers the processes of ensuring the competitiveness of domestic agricultural enterprises as an insufficiently managed system. The necessity to improve the constituent elements of the institutional and economic mechanism of ensuring the agricultural enterprises competitiveness is determined. The aspects and tools that need to be taken into account in the process of implementation of innovative-technological modernization of the agricultural enterprises are outlined. The systemic shortcomings of the institutional and economic mechanism for ensuring the agricultural enterprises competitiveness are identified. The ways of improving the functional interaction of the institutional and economic blocks of the investigated mechanism for ensuring the agricultural enterprises competitiveness are proposed.

Key words: agricultural enterprises, competitiveness, institutional and economic mechanism, analytical and project subsystem, organizational-staging unit.

Постановка проблеми. Процеси забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних сільськогосподарських підприємств є недостатньо керованими та здебільшого визначаються ситуаційним характером, ніж наявністю системних цілеспрямованих управлінських впливів, що посилює розбіжності між параметрами внутрішніх бізнес-процесів підприємств і наростаючими викликами ринкового

середовища. Це зумовлено не лише суто економічними (відсутність стратегічного плану розвитку підприємств, обмеженість ресурсного забезпечення, недостатня ліквідність підприємств, ускладнений доступ залучення фінансових ресурсів, розбалансованість організаційної структури та структури управління підприємств, прорахунки в організації ділових відносин з контрагентами тощо),

але й соціально-психологічними (неузгодженість стратегічних і тактико-оперативних цілей на різних ієрархічних рівнях управління підприємством, надання управлінським персоналом вищої пріоритетності короткостроковим вигодам поряд із формуванням стратегічних конкурентних переваг, нехтування іміджевими характеристиками, розбалансована система мотивації праці кадрового персоналу підприємства, наявність конфліктів інтересів між суб'єктами суспільно-ринкового обміну та ін.) чинниками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Згідно з аналізом проведених досліджень відомими вітчизняними та іноземними науковцями [1-12] прослідковується розбалансованість управлінських впливів на процеси формування динамічних конкурентних переваг сільськогосподарських підприємств, які обумовлені недостатньою ресурсно-функціональною здатністю його інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності внаслідок невідповідності параметрів цього механізму об'єктивним ринковим вимогам і потребам часу.

Постановка завдання. З огляду на це, очевидно, що недосконалість складових елементів інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств потребує розробки стратегічних напрямів його вдосконалення з урахуванням сучасних викликів і можливостей, зумовлених наростаючими євроінтеграційними процесами.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі проектування стратегічних напрямів удосконалення інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств доцільним є врахування таких аспектів: 1) можливість доступу до альтернативних джерел і потенційних резервів залучення додаткової ресурсної підтримки підвищення ефективності функціонування інституційно-економічного механізму; 2) інертний характер імплементації інноваційних змін, зумовлений стереотипним мисленням кадрового персоналу підприємств, що переважно формується з сільського населення; 3) широкий спектр диференціації масштабів господарювання та галузевої спеціалізації сільськогосподарських підприємств, що впливає на формування набору детермінант забезпечення конкурентоспроможності, залежно від специфіки функціонування конкретного підприємства; 4) перспективні напрями розвитку європейського аграрного ринку, його пріоритетні інноваційні сегменти та потенційні зміни смаків споживачів продовольства; 5) параметри взаємодії виробничо-технологічної діяльності сільськогосподарських підприємств із ресурсним потенціалом природних екосистем сільських територій; 6) домінуючий тип орендно-правових відносин у сфері користування сільськогосподарських угідь та усталена практика пролонгації мораторію на впровадження ринку обігу земель сільськогосподарського призначення, що обмежує параметри нарощення земельних ресурсів підприємствами; 7) набуття ознак систематичного

характеру проявів рейдерських атак на функціонування вітчизняних сільськогосподарських підприємств, що потребує врахування правових і силових аспектів забезпечення динамічної конкурентоспроможності та безперервного господарювання досліджуваних підприємств; 8) нерозвиненість практики страхування виробничо-господарських і ринкових ризиків сільськогосподарського підприємства, що суттєво ускладнює процеси забезпечення його конкурентоспроможності; 9) переважання на внутрішньому ринку важливості й ролі ціннових параметрів формування конкурентних переваг аграрної продукції над якісними у зв'язку з низькою купівельною спроможністю населення, тоді як європейський ринок детермінується протилежними характеристиками.

Проектування стратегічних напрямів удосконалення досліджуваного механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств потребує обґрунтування ключових пріоритетів трансформації його інституційного та економічного блоків. Внутрішні перетворення сільськогосподарського підприємства мають бути спрямовані на приведення у відповідність їх інституційної структури до викликів і можливостей, що формують євроінтеграційні процеси АПК. Пріоритетом є збалансування ролі формальних і неформальних інститутів, шляхом поетапного зменшення впливу неформального інституційного середовища підприємств на прийняття управлінських рішень. Такі структурні зрушення дозволяють не лише підвищити ефективність управлінського процесу забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств, але й зменшити інформаційну невизначеність функціонування останніх, мінімізувати обсяг трансакційних витрат і покращити ціннові параметри конкурентоспроможності аграрної продукції. Пріоритетом трансформації інституційного блоку досліджуваного механізму є формування його здатності до нівелювання недоліків зовнішнього середовища функціонування сільськогосподарських підприємств, що зумовлені інституційними прогалинами регулювання аграрного ринку та сфери АПК, серед яких, насамперед, доцільно виділити наступні: несформованість ринку земель сільськогосподарського призначення, інституційні розбіжності правового забезпечення орендних відносин, відсутність ефективних механізмів контролю якості й безпеки виробничо-господарських циклів, мінливість податкового законодавства в аграрній сфері, поширена практика лобіювання інтересів потужних виробничих структур агрохолдингового типу, ускладнений доступ до ринку державних закупівель і формування державного інтервенційного фонду, посилення проявів ведення недобросовісної конкуренції, розбалансована суб'єктно-галузева структура виробників аграрної продукції.

Трансформація інституційного блоку досліджуваного механізму має передбачати зміну усталених стереотипів мислення працівників сільськогосподарських підприємств та наближення його до європейського світогляду та системи цінностей.

Своєю чергою, це потребує перегляду концептуальних засад розвитку корпоративної культури сільськогосподарських підприємств, реалізації заходів щодо формування їх позитивного іміджу на внутрішньому та зовнішньому ринках, вдосконалення інструментів управління конфліктами та формування сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, покращення системи мотивації праці персоналу. Вдосконалення неформального інституційного базису забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства дозволить не лише впровадити у виробничо-збутовий процес європейські засади ведення конкурентної боротьби та позиціонування підприємства на ринку, але й ініціювати структурні зрушення в організації відносин його ділової активності як на внутрішньому, так і зовнішньому аграрному ринках.

Трансформація економічного блоку інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств передбачає зміну усталених підходів до здійснення виробничо-збутової діяльності на засадах інноваційної модернізації технологічних циклів, логістичних потоків і маркетингової політики в умовах постійно наростаючих викликів зростання вартості енергоносіїв. Пріоритети вдосконалення економічного блоку досліджуваного механізму полягають у нарощуванні виробничо-збутових потужностей сільськогосподарських підприємств, підвищенні ефективності використання їх наявного природно-ресурсного потенціалу, оптимізації галузево-виробничої структури та диверсифікації господарської діяльності підприємств з метою формування нових ланок продовольчого ланцюга створення доданої вартості в АПК, раціоналізації фінансової, ринкової та кадрової політик, наблизенні виробничо-технологічних норм і стандартів господарювання до передових практик країн-членів Європейського Союзу, екологізації виробництва та формування замкнутого ланцюга переробки відходів господарської діяльності, автоматизації виробничо-технологічних циклів, налагодженні ефективної системи моніторингу та контролю виробничо-збутової діяльності, активізації інтеграційних процесів підприємств на рівноправних кооперативних засадах.

Вдосконалення економічного блоку інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств передбачає реалізацію інструментів їх інноваційно-технологічної модернізації шляхом заміщення ручної праці в структурі виробничих циклів сучасною технікою, обладнанням і автоматизованими засобами. Це важливо не лише з позицій об'єктивної потреби в нарощуванні ефективності й масштабів господарювання в умовах посилення конкурентної боротьби з боку іноземних виробників, але й у зв'язку з наявністю строго обмежених строків виконання конкретних виробничо-господарських операцій в межах сучасних науково обґрунтованих технологічних карт у розрізі галузевої специфіки аграрного виробництва, зумовленої чітко вираженою сезонністю та кліматичними змінами. Економічний блок досліджуваного

механізму повинен бути спроможним забезпечити трансформацію зростання економічної ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств у соціальну та екологічну площину в контексті орієнтації на становлення засад сталого розвитку не лише цих підприємств зокрема, але й сільських територій та держави загалом. В сучасних умовах динамічної зміни ринкового середовища орієнтація виключно на функціональні складові формування економічної ефективності господарювання сільськогосподарських підприємств є помилковою і здатна гарантувати здебільшого короткострокові вигоди. Натомість забезпечення потужних ринкових позицій на ринку в довгостроковій перспективі обов'язково потребує врахування соціально-екологічних аспектів господарювання сільськогосподарських підприємств, що включають задоволення інтересів і потреб працівників, формування сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, посилення соціальної спрямованості підприємств, становлення засад раціонального природокористування в сільській місцевості, збереження відновлювальних потужностей природних екосистем, дотримання оптимального співвідношення площ посівів сільськогосподарських культур, раціональне поєднання рослинницької й тваринницької галузей сільськогосподарських підприємств. Збалансування економічної, соціальної та екологічної сфер сільськогосподарських підприємств дозволить не лише зміцнити їх конкурентні переваги, але й сформувати превентивні механізми захисту від наростаючих викликів і загроз ринкового середовища, зумовлених поширенням практики застосування адміністративних інституційно-економічних бар'єрів й обмежень на світовому продовольчому ринку.

Концептуально-прикладні засади вдосконалення інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств мають бути націлені на: 1) мобілізацію ресурсного забезпечення підприємств у напрямі зміцнення їх ринкових конкурентних переваг; 2) розвиток потужних мотиваційних економічних і соціально-психологічних стимулів у працівників підприємства за формування кінцевих результатів виконання їх безпосередніх посадових обов'язків; 3) оптимізацію підсистеми управління витратами сільськогосподарського підприємства в межах структурних складових елементів його основних бізнес-процесів; 4) покращення взаємодії внутрішнього та зовнішнього середовища сільськогосподарських підприємств на засадах удосконалення їх організаційної структури, структури управління та розвитку адаптивних властивостей цих підприємств; 5) покращення якісних, екологічних і безпечних властивостей аграрної продукції у відповідності до зміни уподобань і потреб споживачів.

Системним недоліком інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є його розбалансованість, що не лише стримує нарощення їх ринкових потужностей, але й ускладнює керова-

ність виробничо-збутових процесів, посилює ймовірність виникнення внутрішніх конфліктів інтересів, протистоянь і суперечностей, обмежує параметри підвищення ефективності використання природно-ресурсного потенціалу підприємств. Враховуючи це, одним із стратегічних напрямів удосконалення інституційно-економічного механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств є покращення функціональної взаємодії його складових елементів. Це потребує узгодженості управлінських впливів, мотивів та інтересів суб'єктів інституційного та економічного блоків досліджуваного механізму. З однієї сторони, функціонування інституційного блоку має бути спрямоване на створення сприятливих умов реалізації природно-ресурсного потенціалу забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського підприємства, а з іншої, – сформовані ресурсні резерви економічного блоку мають трансформуватись у наближення інституційної структури підприємства до європейських вимог і стандартів.

Покращення функціональної взаємодії інституційного та економічного блоків досліджуваного механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств передбачає вдосконалення його відповідної надбудови в розрізі її структурних складових, а саме:

- вхідного апарату (диверсифікація джерел формування інформаційної бази, узгодження стратегічних цілей підприємства з тактичними та оперативними завданнями, перехід до практики складання довгострокових бізнес-планів, подолання інституційно-економічних бар'єрів і розбіжностей, гармонізація інтересів управлінського персоналу та стратегічних ринкових партнерів сільськогосподарського підприємства, мінімізація ймовірності виникнення конфліктів у межах внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, узгодження базових засад господарювання сільськогосподарського підприємства з пріоритетами сталого розвитку та євроінтеграційними цілями АПК);

- аналітико-проектної підсистеми (впровадження інноваційних методів дослідження аграрного ринку, створення підсистеми моніторингу параметрів ефективності бізнес-процесів підприємства, моделювання ризиків і загроз підприємства, діагностика ринкового середовища та встановлення істотних взаємозв'язків і взаємозалежностей, визначення істотних детермінант забезпечення конкурентоспроможності, прогнозування песимістичних й оптимістичних сценаріїв забезпечення конкурентоспроможності підприємства з урахуванням перспективних параметрів змін умов ринкового середовища, реалізація інструментів мінімізації дестабілізуючого впливу загроз та антикризового управління, проектування багатоваріантних тактичних управлінських рішень у сфері формування конкурентних переваг підприємства);

- організаційно-постановчого вузла (збалансування підсистеми розподілу повноважень і обов'язків між організаційно-структурними підрозділами сільськогосподарського підприємства, оптимізація виробничо-галузевої структури та структури

управління підприємства у відповідності до ринкових викликів, підвищення ефективності та оперативності управлінських процесів, надання ресурсно-технологічної підтримки бізнес-процесам підприємства, формування чітких джерел і механізмів фінансування спроектованих заходів у сфері конкурентоспроможності, створення підсистеми оперативного моніторингу та корегування пакета управлінських рішень).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Покращення взаємодії інституційного та економічного блоку механізму забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств потребує адекватної координації управлінських впливів на рівні керівників організаційно-структурних підрозділів даних підприємств. Це передбачає не лише організацію традиційного періодичного проведення спільних оперативно-координаційних нарад управлінців, але й раціоналізацію кадрової політики підприємства та перегляду усталених підходів до розвитку управлінського персоналу в аспектах забезпечення злагодженості його дій, мінімізації ймовірних проявів виникнення конфліктів інтересів між керівниками структурних підрозділів, унеможливлення дублювання функціональних повноважень й обов'язків, збалансування інструментів реалізації контрольних функцій, формування сприятливого морально-психологічного клімату в колективі, активізації розвитку неформальних відносин між працівниками підприємства.

У подальших дослідженнях передбачається розробка механізмів управління конкурентоспроможністю підприємств сільського господарства з урахуванням євроінтеграційної політики держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Виноградор О. А. Методи аналізу конкурентоспроможності впровадження інновацій на засадах маркетингу / О. А. Виноградор // Актуальні проблеми економіки. - 2006. - № 1 (55). - С. 65-73.
2. Тридід О. М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства / О. М. Тридід. – Х. : ХНЕУ, 2002. – 364 с.
3. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації : монографія / Л. Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 275 с.
4. Баумгартен Л. В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции / Л. В. Баумгартен // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. - № 4 (48). – С. 72-85.
5. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова; Восточноукр. нац. ун-т. – Луганск : ВГУ, 2000. – 315 с.
6. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики : монография / Ю. Б. Иванов. – Х. : РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.

7. Жаліло Я. А. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базиліук, Я. В. Болінська; [за ред. Я. А. Жаліла]. – К. : НІСД, 2005. – 388 с.

8. Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія / В. А. Павлова. – Д. : ДУЕП, 2006. – 276 с.

9. Лузан Ю. Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України : монографія / Лузан Ю. Я. – К. : ННЦ ІАЕ, 2010. – 485 с.

10. Ситник Л. С. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством / Ситник Л. С. – Донецьк : ІЕП НАН України, 2000. – 504 с.

11. Іваницький О. О. Господарський механізм у системі державного регулювання економіки / Іваницький О. О., Косенко В. В. // Актуальні проблеми державного управління. - 2008. - № 2. - С. 119-126.

12. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / О. І. Драган. – К. : ДАККІМ, 2006. – 160 с.

REFERENCES

1. Vynohrator, O. A. (2006), *Metody analizu konkurentospromozhnosti vprovadzhennia innovatsii na zasadakh marketynhu*, *Aktualni problemy ekonomiky*, № 1 (55), s. 65-73.

2. Trydid, O. M. (2002), *Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm stratehichnoho rozvytku pidpriemstva*, KhNEU, Kh., 364 s.

3. Antoniuk, L. L. (2004), *Mizhnarodna konkurentospromozhnist krain: teoriia ta mekhanizm realizatsii*, KNEU, K., 275 s.

4. Baumgarten, L. V. (2005), *Analiz metodov opredeleniya konkuretnospobnosti organizatsiy i produktsii*, *Marketing v Rossii i za rubezhom*, # 4 (48), s. 72-85.

5. Voronkova, A. E. (2000), *Strategicheskoe upravlenie konkurentospobnyim potentsialom predpriyatiya: diagnostika i organizatsiya* ; *Vostochnoukr. nats. un-t, VNU, Lugansk*, 315 s.

6. Ivanov, Yu. B. (1997), *Konkurentospobnost predpriyatiya v usloviyah formirovaniya ryinochnoy ekonomiki*, RIO HGEU, H., 246 s.

7. Zhalilo, Ia. A. Bazyliuk, Ya. B. and Bolinska, Ya. V. (2005), *Konkurentospromozhnist ekonomiky Ukrainy v umovakh hlobalizatsii*, NISD, K., 388 s.

8. Pavlova, V. A. (2006), *Konkurentospromozhnist pidpriemstva: otsinka ta stratehiia zabezpechennia*, DUEP, D., 276 s.

9. Luzan, Yu. Ya. (2010), *Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm zabezpechennia rozvytku ahropromyslovoho vyrobnytstva Ukrainy*, NNTs IAE, K., 485 s.

10. Sytnyk, L. S. (2000), *Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm antykrizovoho upravlinnia pidpriemstvom*, IEP NAN Ukrainy, Donetsk, 504 s.

11. Ivanytskyi, O. O. and Kosenko, V. V. (2008), *Hospodarskyi mekhanizm u systemi derzhavnoho rehuliuвання ekonomiky*, *Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia*, № 2, s. 119-126.

12. Drahan, O. I. (2006), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv: teoretychni aspekty*, DAKKKiM, K., 160 s.

Марчук О. О.,

к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу та підприємництва, Вінницький кооперативний інститут, м. Вінниця

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** В статті розглядається актуальна проблема формування конкурентоспроможної товарної політики. Наведено підходи до визначення товарної політики. Запропоновано етапи формування конкурентоспроможної товарної політики. Визначено, що при формуванні асортименту товарів підприємства повинні бути враховані такі критерії, як широта і насиченість товарного асортименту, його глибина і гармонійність. Обґрунтовано доцільність стратегії, орієнтованої на створення і просування продукції з метою найбільш повного задоволення потреб покупців. Наведені основні чинники, які забезпечують конкурентоспроможність продукції підприємства. Ефективна товарна політика дозволяє диктувати свої умови конкурентам, зацікавити покупців, підвищувати рівень участі на ринку.*

Ключові слова: товарна політика, маркетинг, конкурентоспроможність, споживчі оцінки, стратегії управління товарною політикою.

Marchuk O. O.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing and Entrepreneurship, Vinnytsia Cooperative Institute, Vinnytsia

FORMATION OF THE COMPETITIVE PRODUCT POLICY OF AN ENTERPRISE

***Abstract.** The actual problem of the formation of competitive product policy is considered in the article. The approaches to product policy definition are presented. The stages of competitive product policy development are proposed. It is determined that when developing enterprise's product range, criteria such as its breadth, saturation, depth and harmony should be taken into account. The expediency of the strategy, focused on the creation and promotion of products in order to fully meet the needs of buyers is investigated. The main factors that ensure the competitiveness of enterprise products are presented. Effective product policy allows the enterprise to affect the competitors, attract buyers as well as increase the level of participation in the market.*

Keywords: product policy, marketing, competitiveness, consumer assessments, product policy management strategies.

Постановка проблеми. Сьогодні результати діяльності підприємства безпосередньо залежать від здатності пропонувати ринку товар, доступний за ціною, відповідний запитам споживачів, які відчують потребу в різноманітності та якості. Споживачі стають все більш вимогливими до якості, надійності і екологічності товарів. Частково це пов'язано з покращенням інформаційної бази під значним впливом досягнень у системах комунікації та обробки інформації. Ці зміни супроводжуються виникненням груп, мереж і спілок покупців, що викликає необхідність у виробників шукати можливості розширення асортименту продукції, підвищення її якості і вибору оптимальних каналів збуту. У цих

умовах проблема, що постає перед маркетингом, полягає в тому, щоб знайти шлях зближення зі споживачами. Саме тому на сучасних підприємствах, що функціонують у висококонкурентному та динамічному ринковому середовищі, зростає необхідність в розробці конкурентоспроможної товарної політики, яка реалізується в рамках загальної системи маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток теоретичних і практичних аспектів формування маркетингової товарної політики зробили такі вчені, як Д. Лакер, О. М. Азарян, Г. Ассель, М. П. Афанасьєв, Л. В. Балабанова, А. В. Войчак, С. М. Ілляшенко,

В. Я. Кардаш, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Н. С. Палій, М. Л. Халявіна та інші.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретико-методологічних засад формування конкурентоспроможної товарної політики підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні розвиток економічної конкуренції спонукає виробників постійно розширювати асортимент і підвищувати якість виробленої продукції, а також активно працювати над створенням нових видів продукції, своєчасно вносити зміни в товар, що випускається, підвищувати його споживчу цінність або розширювати коло його можливих покупців. Таким чином, товарна політика спрямована на збереження або навіть збільшення частки ринку і полягає в створенні та введенні на ринок нових товарів на зміну тих товарів, які вичерпали свій життєвий цикл.

Здатність підприємства сприйняти виклики зовнішнього середовища і зберегти конкурентоспроможність визначається такою організацією його діяльності, яка дозволила б забезпечити розвиток ринків збуту і задоволення потреб покупців. У зв'язку з цим особливого значення набуває маркетинговий підхід до вирішення завдань управління виробничим процесом і збутом товарів та послуг.

Однією з найважливіших складових маркетингової діяльності є формування конкурентоспроможної товарної політики, яка передбачає цілеспрямовані дії товаровиробника, покликана забезпечити послідовність рішень та заходів щодо формування асортименту і підтримання конкурентоспроможності товарів, знаходження оптимальних товарних ніш (сегментів), розробку упаковки, маркування, обслуговування товарів.

Товарна політика охоплює не тільки формування необхідних фізичних і технологічних характеристик продукції, але і забезпечення належного оточення продукту, тобто характеристик, які формують привабливість товару і попит на них. Основне завдання маркетингової діяльності – залучити, задовольнити й утримати споживача – знаходить своє відображення в основних складових товарної політики.

На думку А. В. Войчака, товарна політика – це комплекс заходів, у рамках яких один чи кілька товарів використовуються як основні інструменти виробничо-збутової діяльності фірми [1, с. 58].

Є. В. Крикавський вважає, що маркетингова товарна політика передбачає певний набір заходів підприємства, що спрямований на розроблення нового товару та впровадження його на ринок, а також дослідження окремих компонентів, що забезпечують цей процес [2, с. 72].

С. Ю. Хамініч зазначає, що центральним моментом товарної політики є пошук оптимальної структури ринкового пропонування об'єктів виробництва [3].

Н. Б. Ткаченко товарну політику прирівнює до системи дій підприємства для визначення місця товару на ринку, задоволення конкретного

потенційного споживача товарами, широких можливостей їх вибору [4, с. 81].

С. С. Гаркавенко дотримується погляду, що маркетингова товарна політика – це комплекс заходів, у рамках яких один або кілька товарів використовуються як основні інструменти досягнення цілей фірми [5, с. 257].

Г. О. Холодний розуміє під товарною політикою обґрунтований алгоритм дій, що передбачає визначення виробничої програми підприємства з урахуванням інтересів споживачів, рівня впливу конкурентів, виробничих та інших ресурсних можливостей підприємства, а також стадії життєвого циклу продукту [6, с. 42].

В. Я. Кардаш вважає, що товарна політика – це сукупність засобів впливу на споживачів за допомогою товару [7, с. 27].

На думку Л. В. Балабанової, маркетингова товарна політика – це маркетингова діяльність підприємства, яка пов'язана з реалізацією стратегічних та тактичних заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності товарів та формування товарного портфеля з метою задоволення потреб споживачів та одержання прибутку [8, с. 19].

У роботах зарубіжних до товарної політики належать такі елементи, як асортиментна політика, робота з новими товарами, робота з упаковкою, сервісна політика і робота з торговими марками. Вітчизняні вчені доповнили традиційні елементи товарної політики такими складовими, як забезпечення конкурентоспроможності та управління життєвим циклом товару, вибір цільових ринків, позиціонування товару, товарне ціноутворення тощо.

Аналіз сформованих позицій дозволяє виділити основні відмінності між цими підходами і дає підстави сформулювати власне визначення конкурентоспроможної товарної політики: це складна багатопланова маркетингова діяльність, яка спирається на узгоджені рішення в сфері збалансованого з потребами ринку виробництва і збуту продукції, що передбачають розвиток ринкової атрибутики та сервісного обслуговування на рівні окремих товарних одиниць у рамках товарної номенклатури.

Метою конкурентоспроможної товарної політики є узгодження інтересів ринку з цілями і можливостями підприємства та прийняття на цій підставі рішень про оптимізацію плану випуску, ринкової атрибутики і ціни товару. Конкурентоспроможна товарна політика охоплює виробничу і збутову діяльність підприємства, вивчення споживчих переваг і комплексне дослідження ринку. Ці рішення повинні прийматися з метою найбільш повного задоволення потреб клієнтів і з урахуванням діяльності конкурентів.

Розробка й здійснення товарної політики вимагають дотримання наступних умов [6, с. 78]:

- чітке уявлення про мету виробництва та збуту на перспективу;
- наявність стратегії виробничо-збутової діяльності підприємства;
- відповідне знання ринку та характеру його вимог;

– чітке уявлення про свої можливості та ресурси сьогодні і на майбутнє.

Виділяють три стратегії управління товарною політикою на підприємстві [9]:

- стратегія підтримки, що припускає постійне вдосконалення товарного потенціалу підприємства, моніторинг нових технологій у маркетингу, менеджменті та їхнє впровадження в процесах управління маркетинговою товарною політикою, але не потребує значних змін; приділення уваги стратегічному контролю щодо реалізації стратегій у блоках ресурсного, маркетингового та управлінського товарного потенціалу, або на рівні визначених факторів кожного блоку товарного потенціалу, які мають високий стан розвитку;

- стратегія модифікації, що потребує незначних змін ресурсного, маркетингового та управлінського блоків товарного потенціалу або на рівні визначених факторів кожного блоку товарного потенціалу, які мають середній стан розвитку; посилення стратегічного і тактичного контролю щодо реалізації стратегій у товарному потенціалі підприємства;

- стратегія оновлення, що потребує значних та докорінних змін у всьому товарному потенціалі або на рівні визначених факторів кожного блоку товарного потенціалу, які мають низький стан розвитку; посилення попереднього, поточного, заключного, оперативного, тактичного та стратегічного контролю щодо реалізації стратегій у товарному потенціалі підприємства; залучення провідних спеціалістів у даній галузі та підвищення кваліфікації працівників.

Вибір базової маркетингової стратегії дозволяє підприємству використати наявний потенціал для досягнення поставлених цілей, отримати конкурентні переваги та реалізувати свої сильні сторони [10].

На нашу думку, формування конкурентоспроможної товарної політики здійснюється поетапно:

1. Вивчення уподобань і незадоволених потреб споживачів.
2. Дослідження кон'юнктури ринку, наявного попиту та пропозиції.
3. Прийняття рішень про зміну асортименту, розробку нової продукції або її вдосконалення.
4. Управління життєвим циклом товару.
5. Диференціація та модифікація продукції, що випускається.
6. Розробка напрямів підвищення споживчої цінності товару.
7. Прийняття рішень щодо фасування, пакування та маркування товару.

Основою формування конкурентоспроможної товарної політики є рішення про зміну асортименту (пошук нових товарів, розвиток товарів, введення нових товарів на ринок, регулювання якості товару, контроль за поведінкою нових товарів на ринку тощо).

Дослідження ринку починається не з продукту, а з потреб покупців. Потреба конкретизується в попит на певні технологічні способи її задоволення. Далі вибираються типи товарів, що випускаються. В рамках продукту певного типу існують конкретні його види, які мають свої, як правило, короткі життєві цикли, хоча марки можуть зберігатися на

ринку довго, якщо підприємство успішно і своєчасно здійснює заходи, що забезпечують збереження основних якостей марки: зміну технологій, дизайну.

При формуванні асортименту підприємства повинні бути враховані такі критерії, як широта і насиченість товарного асортименту, його глибина і гармонійність. Ці критерії дозволяють управляти асортиментом, орієнтуючи асортиментну політику підприємства на забезпечення його конкурентоспроможності.

З розвитком ринкових відносин зросла необхідність врахування вимог споживачів, споживчих оцінок товарів. Споживчі оцінки - це відношення покупців до конкретного виробу або його окремих функціональних і естетичних властивостей: престижності, доступності за ціною, надійності, зручності у використанні, модності тощо. В процесі вибору і покупки товару на ринку споживчі оцінки можуть виявлятися у формі прямої переваги або відмови від покупки, або в формі суджень про переваги чи недоліки товару, висловлених потенційними споживачами при ознайомленні з товарним асортиментом.

При формуванні асортименту проводиться групування товарів за функціонально-споживчими ознаками. На основі цього групування розробляється споживчий комплекс – перелік різновидів груп товарів, спрямованих на формування асортименту та задоволення споживчого попиту. Істотна роль при цьому відводиться сервісному обслуговуванню. Товар повинен бути представлений у необхідній якості, в зручному для споживачів місці, у певний час, в іншому випадку виникає ризик незадоволення споживчого попиту.

До основних чинників, які забезпечують конкурентоспроможність продукції підприємства, відноситься також розробка ринкової атрибутики: створення марочної назви, розробка упаковки. Найголовніші функції упаковки – забезпечення збереження товару та його якості, зручність транспортування – становлять лише частину в загальному її функціональному призначенні: упаковка інформує потенційних покупців про товар, є носієм реклами, бере участь у формуванні іміджу товару та підприємства, сприяє впізнаваності підприємства і товару, його ідентифікації.

Важливими чинниками, що впливають на вдосконалення покупки, є упаковка і зручна розфасовка товарів. Покупці охочіше купують розфасовану та упаковану продукцію, навіть за умови додаткових витрат. Слід зазначити, що для вітчизняних підприємств упаковка раніше мала другорядне значення через її непривабливий вигляд. Конкуренція змусила вітчизняні підприємства змінити традиційні підходи до упаковки товарів, і сьогодні ситуація покращилася.

З точки зору виробника упаковка важлива, перш за все, для витіснення конкурентів: яскрава упаковка привертає покупців і часто змушує здійснювати їх імпульсивну покупку, формує впізнаваність продукції і лояльність споживачів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Ефективна товарна політика дозволяє диктувати свої умови конкурентам, зацікавити покупців, підвищувати рівень участі на ринку. Необхідність в оновленні товарної пропозиції обґрунтовує значимість розробки і випуску товарів із новими та кращими товарними характеристиками, ніж у конкурентів. В основу розробки товарів, здатних скласти сильну конкуренцію на ринку, покладаються ідеї, що випливають із досягнень соціального і науково-технічного прогресу (споживча привабливість, ресурсозбереження тощо). Таким чином, запропонований підхід до формування конкурентоспроможної товарної політики враховує напрямки, які підтверджують доцільність стратегії, орієнтованої на створення і просування продукції з метою найбільш повного задоволення потреб покупців. Перспективи подальших досліджень стосуються визначення критеріїв конкурентоспроможності продукції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : підручник / Войчак А. В. – К. : КНЕУ, 1998. – 268 с.
2. Крикавський Є. В. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Крикавський Є. В. – Львів : Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2008. – 276 с.
3. Хамініч С. Ю. Маркетингова товарна політика : навчальний посібник / С. Ю. Хамініч – Д. : Наука і освіта, 2008. – 200 с.
4. Ткаченко Н. Б. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Ткаченко Н. Б. – К. : КДТЕУ, 2000. – 149 с.
5. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник / Гаркавенко С. С. – К. : Лібра, 2002. – 712 с.
6. Холодний Г. О. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Холодний Г. О. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2006. – 324 с.
7. Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика : [навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни] / Кардаш В. Я. – К. : КНЕУ, 2000. – 124 с.

8. Балабанова Л. В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств : навч. посіб. / Балабанова Л. В. – К. : ВД “Професіонал”, 2006. – 336 с.

9. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації : монографія / С. М. Ілляшенко, Г. О. Пересадько; [за заг. ред. С. М. Ілляшенка]. – Суми : Університетська книга, 2009. – 328 с.

10. Длігач А. О. Стратегічне маркетингове управління : монографія / А. О. Длігач. – К. : Алерта, 2012. – 272 с.

REFERENCES

1. Woychak, A. V., (1998), Marketingovij management, KNEU, Kyiv.
2. Krichavsky, Ye. In. (2008), Marketynhova tovarna polityka, Vyd-vo NU “L'vivs'ka politehnika”, Lviv.
3. Xaminich, S. Yu. (2008), Marketyn`ngova tovarna polity`ka, Nauka i osvita.
4. Tkachenko, N. B. (2000), Marketynhova tovarna polityka, CTEU, Kyiv.
5. Garkavenko, S. S. (2002), Marketynh [Marketing], Lbra, Kyiv.
6. Kholodny`j, G. O. (2006), Marketynhova tovarna polityka, Vyd-vo KhNEU, Kharkiv.
7. Kardash, V. Y. (2000), Marketynhova tovarna polityka, KNEU, Kyiv.
8. Balabanova, L. V. (2006), Marketynhova tovarna polityka v systemi menedzhmentu pidprijemstv, VD “Profesional”, Kyiv.
9. Ilyashenko, S. M. (2009), Marketyn`ngova tovarna polity`ka promy`slovogo pidprijemstva: upravlinnya strategiyamy` dy`versy`fikaciyi, Universytets`ka knyga, Sumy.
10. Dlac, A. O. (2012), Stratehichne marketynhove upravlinnia, Alerta, Kyiv.

Олексин С. М.,

аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ В МОДЕЛІ РЕІНЖИНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** У статті узагальнено теоретичні положення щодо використання бенчмаркінгу в моделі реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства. Запропоновано алгоритм технології реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства із застосуванням інструментарію бенчмаркінгу. Виявлено критерії для еталонного зіставлення в мікро-, малих і середніх оптових підприємствах, а також згруповано оціночні показники для їх порівняння. Систематизовано різні види бенчмаркінгу. Охарактеризовано основні фази та етапи бенчмаркінгу для включення у модель реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства. Бенчмаркінг рекомендується використовувати безпосередньо на етапі прямого реінжинірингу в разі неможливості поліпшення ефективності власного виконання торгово-технологічних процесів, що значно відстають за показниками від еталону.*

Ключові слова: бенчмаркінг, бізнес-процес, еталонне тестування, інструментарій, конкурентоспроможність, модель, оптове підприємство, оптова торгівля, проект, реінжиніринг.

Oleksyn S. M.,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

BENCHMARKING USE IN THE MODEL OF REENGINEERING OF BUSINESS PROCESSES OF A WHOLESALE ENTERPRISE

***Abstract.** The article summarizes theoretical positions regarding the use of benchmarking in the model of reengineering business processes of the wholesale enterprise. The algorithm of technology of reengineering business processes of the wholesale enterprise with the use of benchmarking tools is proposed. The criteria for benchmarking in micro, small and medium-sized wholesalers have been identified, and the estimated indicators for their comparison are grouped. Different kinds of benchmarking are systematized. The main phases and stages of benchmarking for the inclusion in the model of reengineering business processes of the wholesale enterprise are characterized. It is recommended to use benchmarking directly at the stage of direct reengineering in case of impossibility to improve the efficiency of own implementation of trade and technological processes that are significantly behind the indicators from the standard.*

Keywords: benchmarking, business process, standard testing, toolkit, competitiveness, model, wholesale enterprise, wholesale trade, project, reengineering

Постановка проблеми. В сучасних умовах оптова торгівля перетворюється в складну динамічну систему, що функціонує в рамках надзвичайно великомасштабної, соціально-економічної системи ринкового середовища. Одним із найефективніших методів фінансового та економічного оздоровлення оптового підприємства є реінжиніринг бізнес-процесів. Його застосовують у тому випадку, коли традиційні методи оптимізації вже не вирішують головних проблем. Вітчизняний досвід свідчить про

недосконалість інструментарію реінжинірингу у бізнес-процесах оптового підприємства та відсутність достатнього висвітлення питань із даної проблематики. Це призводить до структурної деформації, різкого спаду соціально-економічної ефективності оптової торгівлі та відповідно суттєво підвищує ступінь впливу комерційного ризику. За цих умов актуальним є дослідження прийомів застосування бенчмаркінгу в моделі реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження теоретичних та практичних основ реінжинірингу бізнес-процесів здійснено такими зарубіжними дослідниками, як: Андерсен Б. [1], Давенпорт Т. [9], Демінг Е. [10], Робсон М. та Уллах Ф. [6], Хаммер М. [8], Шеер А. [7], Голубева Т. Г. та Єлисеєв О. Н. [2], К. Штефан Гуннар [1] та вітчизняними науковцями – Виноградовою О. В. [4], Ільченко Н. Б., Ситником Г. В., Таранюком Л. М. [3], Тельновим Ю.Ф. [6].

Вагоме місце в наукових дослідженнях відводиться висвітленню питань щодо сутності бізнес-процесів, особливостей їх моделювання та вдосконалення. Кожен із авторів розставляє свої акценти на класифікацію бізнес-процесів, особливості реалізації бізнес-проектів, зокрема реінжинірингу, проте недостатньо дослідженими та суперечливими залишаються питання щодо основних засад реінжинірингу бізнес-процесів, напрямів їх запровадження в комерційну, організаційно-управлінську та логістичну діяльність оптового підприємства. Недостатня увага приділена питанням розробки концептуальних засад моделювання бізнес-процесів оптового підприємства за допомогою техніки реінжинірингу із застосуванням інструментарію бенчмаркінгу.

Постановка завдання. Основною метою статті є дослідження теоретичних положень та розробка методичних рекомендацій щодо застосування інструментарію бенчмаркінгу в моделі реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення ефективності бізнес-процесів оптового підприємства може бути досягнуто за допомогою реінжинірингу, базованого на глибокому аналізі ринку та ринкової кон'юнктури, дослідженні бізнес-середовища, вироблення економічно обґрунтованої ринкової стратегії. На наш погляд, реінжиніринг має бути комплексним та складатися із загального менеджменту та управління персоналом; фінансової діяльності; маркетингу; комерційної та логістичної діяльності; закупівельно-збутової діяльності; управління товарними потоками; R&D (досліджень та розвитку).

Стосовно суб'єктів бізнесу оптової торгівлі вважаємо, що однією з основних особливостей реінжинірингу бізнес-процесів є орієнтація не на функції управління підприємством, а на процес його функціонування. При цьому безпосередньо процес обігу товарів, який супроводжується наданням торговельного обслуговування, виступає в якості бізнес-моделі, що складається з сукупності взаємопов'язаних бізнес-процесів, які повинні підлягати реінжинірингу.

Основою для прийняття рішення про проведення реінжинірингу бізнес-процесів є проблема оптимізації складу та структури комерційної, організаційно-управлінської та логістичної діяльності оптового підприємства, що потребує їх детальної оцінки, з точки зору забезпечення стійкості конкурентних позицій у стратегічній ринковій

перспективі. На наш погляд, така оцінка можлива на основі застосування технології стратегічної сегментації бізнесу оптового підприємства. Вона дозволяє прийняти рішення про розвиток стратегічно перспективних напрямів оптової діяльності (або відмовитися для неефективних), а також здійснює управлінські зміни сформованим бізнес-портфелем засобами оптимізації поєднання централізації та децентралізації управління як наслідку дерегулювання.

Традиційно в реінжинірингу бізнес-процесів виокремлюють три основні етапи: модулювання та аналіз існуючих бізнес-процесів; переосмислення та розробка принципово нових; впровадження нових бізнес-процесів [1]. На відміну від такого підходу, пропонуємо удосконалений варіант технології реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства із застосуванням інструментарію бенчмаркінгу (рис. 1).

Отже, для підвищення ефективності діяльності оптових підприємств пропонується використовувати концепцію реінжинірингу бізнес-процесів, сутність якої зводиться до використання в рамках процесу реінжинірингу інструментарію бенчмаркінгу для підвищення ефективності торгово-технологічних процесів за рахунок втілення найкращого досвіду конкурентів на основі бенчмаркінгу та відмови від власного виконання неефективних складових процесів на основі аутсорсингу.

Дана ідея – порівняння з певним еталоном – знайшла широке застосування в світовій економіці. Б. Андерсен дає найбільш повне, на нашу думку, визначення бенчмаркінгу: “Бенчмаркінг – це постійне вимірювання та порівняння окремо взятого бізнес-процесу з еталонним процесом провідної організації для збору інформації, яка допоможе зацікавленому підприємству визначити мету свого вдосконалення та провести заходи щодо поліпшення роботи” [1]. Враховуючи вищезазначене, на наш погляд, найбільш змістовно можна визначити бенчмаркінг – як процес постійного вдосконалення оптового підприємства, скерований на підвищення його результативності (з врахуванням наявних ресурсів), засобами об'єктивної оцінки власної торговельної діяльності та порівняння результатів із найкращими методами роботи в оптовій ланці, з наступним втіленням отриманого досвіду у власний комерційний бізнес.

Концепція бенчмаркінгу спрямована на безперервне вдосконалення діяльності оптового підприємства та підвищення його конкурентоспроможності шляхом орієнтації на вищі досягнення у всіх функціональних сферах.

Вважаємо, що мета бенчмаркінгу повинна збігатися зі стратегічними цілями оптового підприємства. Тому мета бенчмаркінгу – вдосконалення бізнес-процесів, носить стратегічний характер для оптового підприємства та надає бенчмаркінгу статус повноправного інструменту управління.

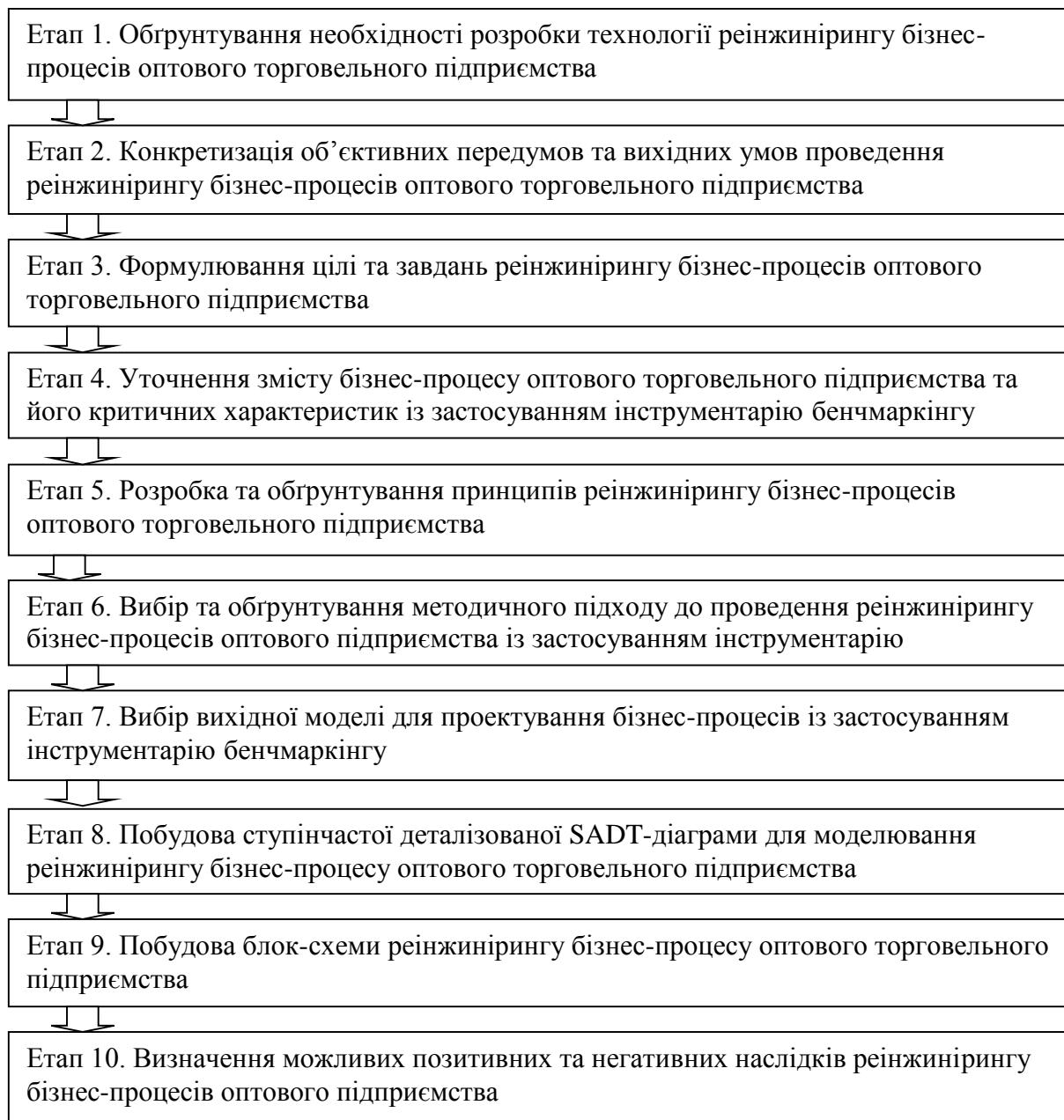


Рис. 1. Послідовність етапів технології реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства із застосуванням інструментарію бенчмаркінгу (сформовано автором)

Принципи здійснення бенчмаркінгу обумовлені його метою. Головна мета процесу бенчмаркінгу полягає в удосконаленні комерційного бізнесу та підвищенні конкурентоспроможності оптового підприємства за рахунок вивчення та застосування передового досвіду.

Отже, правомірним є розгляд бенчмаркінгу як етапу реінжинірингу бізнес-процесів. У даному випадку завдання для бенчмаркінгу визначаються сутністю самого реінжинірингу бізнес-процесів та еталонного зіставлення. Проте вважаємо, що бенчмаркінг не може бути одноразовим аналізом. Для отримання належної ефективності від застосування його інструментаріїв необхідно зробити його інтегральною частиною процесу

реінжинірингу бізнес-процесів, на всіх рівнях діяльності оптового підприємства.

Застосування концепції об'єктивного систематичного зіставлення в практиці вітчизняних оптових підприємств, по суті, не нове, тому основні характеристики, науково-прикладний зміст бенчмаркінгу, а також їх подальше використання в оптовій діяльності підтверджують актуальність даного маркетингового інструментарію. Проте за даними опитування експертів лише 25 % оптових підприємств застосовує або розглядає можливість щодо залучення інструментарію бенчмаркінгу. Крім того, в 43 % оптових підприємств застосовують виключно внутрішній бенчмаркінг.

Враховуючи вищезумовлене, вважаємо: бенчмаркінг необхідно розглядати як еталонне тестування. На нашу думку, з еталоном порівнюють стратегію; ключові комбінації; фінансові показники; ключові показники ефективності; показники витрат; бізнес-процеси; критичні навички або ключові фактори успіху. В табл. 1 представлено критерії, які рекомендуємо застосовувати для еталонного зіставлення в мікро-, малих і середніх оптових підприємствах.

Таблиця 1

Критерії, що застосовуються для еталонного зіставлення оптових підприємств

Критерій / об'єкт еталонного зіставлення	Кількість оптових підприємств, що використовують цей показник, %	Кількість оптових підприємств, які вважають цей показник ефективним, %
Фінансові показники	62	74
Задоволення потреб оптових покупців	45	95
Ціна та якість товарів / послуг	49	92
Маркетингова інформація	31	72
Ступінь нових товарів / інноваційних послуг	26	65
Комунікації	45	34
Мотивація працівників	22	86
Ставлення до якості товарів та рівня торговельного обслуговування	25	90
Ступінь запровадження інновацій	21	86
Командний підхід до організації праці	19	89
Рівень стресових ситуацій	10	90

Джерело: складено автором за результатами анкетного опитування експертів (працівники оптових підприємств)

У табл. 2 наведено оціночні показники для еталонного порівняння оптових підприємств, які за правилами ринкового бізнес-середовища є ключовими факторами ефективної діяльності.

Вважаємо, що успіх проекту бенчмаркінгу полягає в дотриманні та відповідальному виконанні кожного з його етапів. При цьому алгоритм еталонного зіставлення не має строгої регламентації. Узагальнення існуючих підходів до його проведення [2; 3] дозволяє запропонувати в загальному вигляді

процедуру здійснення бенчмаркінгу, яка представлена на рис. 2. Отже, рекомендуємо у процес бенчмаркінгу включати чотири фази, котрі розбиті на 10 етапів. Фаза планування – складається з трьох етапів. Вважаємо, що під час планування необхідно чітко визначити, які параметри та характеристики оптового підприємства повинні стати об'єктом порівняльного аналізу. Далі слід окреслити сукупність оптових підприємств, обраних для порівняння. В подальшому доцільно здійснити вибір методу збору інформації та здійснити процес її накопичення.

Таблиця 2

Оціночні показники для еталонного порівняння оптових підприємств

Оціночний показник	Значимість, %
Ціна	75
Якість	80
Система торговельного обслуговування	2
Зворотний зв'язок із оптовими покупцями	49
Наявність централізованого товаропостачання	29
Видова різноманітність товарів	36
Нові товари та послуги	32

Джерело: складено автором за результатами анкетного опитування експертів

Аналітична фаза (фаза аналізу), на думку автора, включає в себе два етапи. Під час аналітичної фази визначається різниця в характеристиках (критеріях) обраної сукупності оптових підприємств. Далі проєктуються рівні майбутніх характеристик, які дозволять підвищити ефективність торговельної діяльності.

Вважаємо, що фаза інтеграції також складається з двох етапів. Під час цієї фази слід обговорювати результати порівняння та виробити прийнятні підходи для випередження підприємства-еталону. На цій основі необхідно сформулювати конкретні цілі та завдання для всіх функціональних підрозділів оптового підприємства. Фаза дій (реалізації), як вважає дослідник, складається з трьох етапів. В період організації виконання поставлених завдань розробляється конкретний план дій, впроваджується, а також контролюється хід його виконання. На основі результатів контролю слід внести необхідні корективи в намічені плани дій. Підсумком всієї цієї роботи має стати досягнення лідируючого положення оптового підприємства та зміцнення його фінансового становища.

Запропонований підхід до проведення бенчмаркінгу, що включає 10 етапів, дозволяє обстежуваному оптовому підприємству: 1) враховувати та застосовувати в практичній торговельній діяльності сучасний досвід інших підприємств; 2) значно знизити витрати від дублювання організаційно-управлінських, комерційних, торгово-технологічних

та логістичних операцій; 3) покращити розуміння процесу виконання робіт і усвідомлення, наскільки ефективно здійснюється торговельна діяльність; 4) організувати більш ефективно управління; 5) розробити реальні цілі та завдання; 6) визначити необхідні зміни; 7) посилити відповідальність торговельних працівників за результати своєї праці.

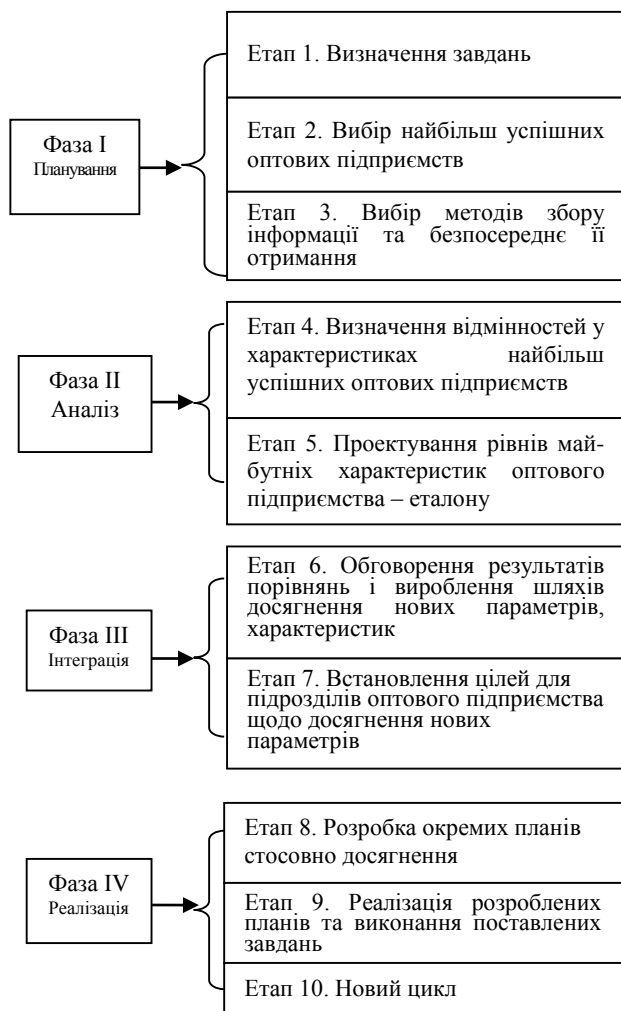


Рис. 2. Етапи бенчмаркінгу (сформовано автором)

На думку дослідника, в процесі застосування бенчмаркінгу можна запроваджувати різні його види, проте слід розглядати еталонне зіставлення як інструмент вдосконалення бізнесу та досягнення конкурентних переваг. У табл. 3 систематизовано різні види бенчмаркінгу, котрі рекомендуються для включення у модель реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства, залежно від отриманих оціночних показників. Вважаємо за доцільне застосування інструментарію бенчмаркінгу в моделі реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства в якості пріоритетного етапу. В якості інструментарію використовується SWOT-аналіз, в рамках якого проводиться порівняння ступеня ефективності ключових факторів успіху підприємств-конкурентів із використанням графічних методів інтерпретації результатів, тобто порівняльно-критичний SWOT-

аналіз. Його результати дозволяють скорегувати модель реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства, виходячи з дій конкурентів.

Таблиця 3

Порівняльна характеристика різних видів бенчмаркінгу

Вид бенчмаркінгу	Загальна тривалість циклу	Партнери по бенчмаркінгу	Результати
Внутрішній	2-4 місяці	усередині оптового підприємства (підрозділи, співробітники)	значні поліпшення якості торгово-технологічних процесів (послуг), зниження витрат
Зовнішній конкурентний	3-12 місяців	немає	краще, ніж у конкурентів
Зовнішній партнерський	3-12 місяців	партнери по бізнесу	краще, ніж у партнерів
Зовнішній внутрішньогалузевий	3-14 місяців	у галузі	творчий прорив
Зовнішній міжгалузевий, глобальний	3-24 місяці	будь-які підприємства будь-якої галузі	кращий в оптовій ланці
Комбінований	6-24 місяці	будь-які підприємства будь-якої галузі	генерування маркетингового розриву

Джерело: складено автором на основі анкетного опитування експертів

Бенчмаркінг проводиться шляхом оформлення угоди про співпрацю з використанням формальних механізмів взаємодії в процесі здійснення еталонного порівняння (партнерські угоди, союзи, альянси), або використовуючи неформальні підходи до його проведення (добровільний обмін). Інструментарій бенчмаркінгу базований на поєднанні конкурентного аналізу діяльності підприємств-партнерів, а також інструментарії їх маркетингової взаємодії. Поєднання інструментів партнерської взаємодії та конкурентного аналізу дозволяє не тільки провести динамічну оцінку поточного стану оптового підприємства, але й передбачити якісні зміни з урахуванням активної позиції оптового підприємства по відношенню до своєї стратегічної конкурентоспроможності.

Проведення оцінки ефективності впровадження і використання бенчмаркінгу пропонується здійснювати з використанням методу структурування функції якості, що дозволяє виявляти споживчі переваги та вдосконалювати діяльність оптового підприємства з метою забезпечення максимальної орієнтації на споживача.

Таким чином, основний зміст бенчмаркінгу полягає у виявленні еталонних оптових підприємств, які досягли значних успіхів у будь-яких функціональних областях, ретельному вивченні їх бізнес-процесів і адаптації отриманих відомостей до умов власного підприємства. При цьому бенчмаркінг передбачає активну взаємодію партнерів, що обмінюються інформацією про бізнес-процеси. Успішно реалізовані проекти по бенчмаркінгу сприяють виникненню соціальних зв'язків між фахівцями різних підприємств і створюють основу для проведення реінжинірингу.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Матеріали дослідження є підставою для ствердження, що за рахунок використання бенчмаркінгу реалізуються функції оцінки торгово-технологічних процесів оптового підприємства, побудовання його еталону, порівняння бізнес-процесів оптового підприємства з еталоном та ранжирування торгово-технологічних процесів, що надає можливість використовувати досвід найкращих конкурентів. Внаслідок цього рекомендуємо бенчмаркінг використовувати безпосередньо на етапі прямого реінжинірингу в разі неможливості поліпшення ефективності власного виконання торгово-технологічних процесів, що значно відстають за показниками від еталону. Вважаємо, що при застосуванні інструментарію бенчмаркінгу створюються позитивні умови для збільшення ступеня використання організаційно-управлінського, комерційного та логістичного потенціалу оптового підприємства, що призводить до значного підвищення рентабельності діяльності.

Оцінка результативності та дієвості реінжинірингу бізнес-процесів оптового підприємства вимагає застосування відповідного механізму запровадження бенчмаркінгу, авторський варіант якого планується викласти в наступних наукових працях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсен; [пер. с англ. С. В. Ариничева; науч. ред. Ю. П. Адлер]. – М. : РИА “Стандарты и качество”, 2003. – 272 с. – (Серия “Практический менеджмент”).
2. К. Штефан Гуннар Бенчмаркинг. Руководство для практиков / К. Штефан Гуннар ; [под ред. Г. П. Манжосова, пер. с нем.] [Электронный ресурс]. – Режим доступа : benchmark.ucoz.net/dir.
3. Голубева Т. Г. Бенчмаркинг как эффективный инструмент управления организацией [Текст] / Т. Г. Голубева, О. Н. Елисеев // Качество. Инновации. Образование. – 2002. – С. 60-62.
4. Економічне обґрунтування реінжинірингу бізнес-процесів виробничих підприємств : монографія / [за редакцією канд. ек. наук, доц. Л. М. Таранюка]. – Суми : Видавничо-виробниче підприємство “Мрія-1” ТОВ, 2010. – 440 с.
5. Виноградова О. В. Реінжиніринг торговельних підприємств: теорія та методологія [Текст] : дис. д-ра екон. наук: 08.06.01 / Виноградова О. В.;

Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2006. – 40 с.

6. Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов / М. Робсон, Ф. Уллах. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 214 с.
7. Тельнов Ю. Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов / Ю. Ф. Тельнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 452 с.
8. Шер А. В. Моделирование бизнес-процессов / А. В. Шер ; [пер. с англ. Н. А. Михайловой, науч. ред. и предисловие М. С. Каменовой, А. И. Громова]. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Весть-Мета Технология, 2000.
9. Hammer M. Beating the Risks of Reengineering / Hammer M. Michael and S. – Stanton: Fortune, May 15, 1995.
10. Davenport T. Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology / T. Davenport. – Boston, MA. : Harvard Business School Press, 1993.
11. Deming E. Quality, productivity and competitive position / Cambridge Mass : MIT, Center for advanced engineering study, 1982.

REFERENCES

1. Andersen B. (2003), *Biznes-processy. Instrumenty sovershenstvovaniya*, RIA “Standarty i kachestvo”, M., 272 s.
2. K. Shtefan Gunnar Benchmarking. *Rukovodstvo dlja praktikov*, available at : benchmark.ucoz.net/dir.
3. Golubeva, T. G. and Eliseev, O. N. (2002), *Benchmarking kak jeffektivnyj instrument upravlenija organizacij* [Tekst], *Kachestvo. Innovacii. Obrazovanie*, s. 60-62.
4. *Ekonomichne obgruntuvannia reinzhyrnyhu biznes-protseviv vyrobnychkh pidpryemstv, za redaktsiieiu kand. ek. nauk, dots. L. M. Taraniuka* (2010), *Vydavnycho-vyrobnyche pidpryemstvo “Mriia-1” TOV*, Sumy, 440 s.
5. Vynohradova, O. V. (2006), *Reinzhyrnyh torhovel'nykh pidpryemstv: teoriia ta metodolohiia* [Tekst] : dys. d-ra ekon. nauk: 08.06.01 ; *Donets'kyj derzh. un-t ekonomiky i torhivli im. M. Tugan-Baranovs'koho, Donets'k*, 40 s.
6. Robson M. and Ullah F. (1997), *Prakticheskoe rukovodstvo po reinzhiniringu biznes-processov, Audit, JuNITI*, M., 214 s.
7. Tel'nov, Ju. F. (2004), *Reinzhiniring biznes-processov, Finansy i statistika*, M., 452 s.
8. Sheer, A. V. (2000), *Modelirovanie biznes-processov*, 2 nd ed, *Vest'-Meta Tehnologija*, M.
9. Hammer M. (1995), *Beating the Risks of Reengineering* / Hammer M. Michael and S., *Fortune, Stanton*, May 15.
10. Davenport T. (1993), *Process Innovation: Reengineering Work through Information Technology*, MA. : Harvard Business School Press, Boston.
11. Deming E. (1982), *Quality, productivity and competitive position* / Cambridge Mass : MIT, Center for advanced engineering study.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ

УДК 519.862 : 657. 633 : 334.735

Воронко Р. М.,

д.е.н., доц., професор кафедри аудиту, аналізу та оподаткування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Воронко О. С.,

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

РОЛЬ ЕКОНОМЕТРИЧНОГО АНАЛІЗУ У ВИРІШЕННІ ЗАВДАНЬ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. У статті розкрито окремі напрями застосування математичного апарату у процесі дослідження закономірностей розвитку економічних явищ і процесів. Розглянуто можливості економетричного аналізу як інструменту вирішення завдань системи внутрішнього контролю, спрямованих на виявлення стратегії розвитку підприємства. Методика дослідження елементів динамічних рядів розглянута на прикладі вивчення закономірності змін основних показників діяльності підприємств і організацій споживчої кооперації України із використанням статистичних показників їх роботи в якості інформаційної бази економетричного аналізу. Застосування лінійних, параболічних і експоненціальних моделей трендів дозволило обчислити прогностичні значення обсягу роздрібного товарообороту та його складових й дати їм відповідні оцінки.

Ключові слова: внутрішній контроль, економетричний аналіз, роздрібний товарооборот, споживча кооперація.

Voronko R. M.,

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Audit, Analysis and Taxation, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Voronko O. S.,

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

THE ROLE OF ECONOMETRIC ANALYSIS IN SOLVING TASKS OF INTERNAL CONTROL IN THE ENTERPRISE

Abstract. In the article the separate directions of application of a mathematical apparatus in the process of study of economic phenomena and processes development patterns are revealed. The advantages of econometric analysis as an instrument for solving the tasks of the internal control aimed at identifying the development strategy of the enterprise are considered. The method for studying the elements of dynamic rows is considered on the example of studying the patterns of changes in the main indicators of activity of enterprises and organizations of consumer co-operation of Ukraine with the use of statistical indicators of their activity as an infobase for econometric analysis. The use of linear, parabolic and exponential trend models allowed to calculate the forecast values of the volume of retail commodity turnover, including its components, and give them appropriate estimates.

Key words: internal control, econometric analysis, retail turnover, consumer co-operation.

Постановка проблеми. Важливим завданням системи внутрішнього контролю є вивчення основних тенденцій щодо динаміки економічних процесів, які відбуваються на підприємстві. Таке вивчення ускладнене тим, що на досліджувані показники впливають багато чинників, періодичні сезонні коливання, а також випадкові відхилення. Дослідження закономірностей динаміки економічних процесів дає змогу побачити загальні тенденції розвитку підприємства. Використання для цього спеціальних методів аналізу рядів динаміки залежить від особливостей вихідної інформації та обумовлюється завданнями аналізу конкретної економічної проблеми, яка підлягає вирішенню.

В процесі дослідження ряду показників розвитку суспільних процесів науковці у сфері економіки широко використовують математичний апарат, який оперує значною кількістю математичних методів. Сьогодні в економічній науці на перший план ставиться проблема побудови економіко-математичної моделі як дієвого інструменту дослідження та прогнозування економічних процесів і явищ [4, с. 7]. Найважчий математичний апарат економетричного моделювання дає можливість знайти численні розв'язки побудованих моделей, виступає важливим інструментом при вирішенні завдань різних рівнів і напрямів економічного розвитку, у тому числі сприяє досягненню поставлених цілей перед системою внутрішнього контролю щодо питань стратегії розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблематики використання економетричних методів у процесі вивчення економічних явищ і процесів присвятили свої наукові праці ряд зарубіжних та вітчизняних учених, такі як С. А. Айвазян, Р. Д. Боднар, М. Я. Демчишин, В. П. Дерев'янка, Дж. Джонсон, Н. Дрейпер, В. І. Єлейко, Ю. Б. Миронов, Г. Сміт, В. С. Чопей та ін. У своїх роботах вони розкрили теоретичні та прикладні засади економетричного аналізу діяльності підприємств, можливості практичного застосування комп'ютерних програм для моделювання їх розвитку. Проте особливості сучасного посткризового етапу змін ринкового середовища функціонування суб'єктів господарювання, нехватка ресурсів для забезпечення достатніх темпів зростання обсягів діяльності підприємств, кількісні та якісні показники ефективності системи внутрішнього контролю обумовлюють потребу в обґрунтуванні використання нових напрямів та засобів економетричного аналізу для визначення загальних закономірностей розвитку підприємства.

Постановка завдання. Метою дослідження є наукове обґрунтування пріоритетних напрямів і способів використання методів економетричного аналізу для виявлення загальних тенденцій зміни показників діяльності підприємства, яке має важливе значення при вирішенні завдань системи внутрішнього контролю, пов'язаних з інформаційним забезпеченням управління для визначення стратегії розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зміни часових рівнів рядів динаміки пов'язані з

впливом на досліджуване явище ряду факторів, які в багатьох випадках неоднорідні за напрямком, силою та часом впливу. Визначальний вплив на досліджувані процеси мають так звані постійні фактори, які формують у рядах динаміки основну тенденцію розвитку. Щодо випадкових чинників, то вони характеризуються несподіваними (короткочасними) змінами рівнів рядів динаміки. Потреба вивчення основних елементів рядів динаміки (тренду, періодичних коливань, випадкових відхилень) пов'язана саме з множинністю результатів впливу постійних, періодичних та випадкових чинників на характер розвитку економічних процесів у часі.

Запропонована методика дослідження елементів динамічних рядів, розглянута на прикладі вивчення закономірності змін основних показників діяльності підприємств і організацій споживчої кооперації України із використанням статистичних показників результатів їх роботи, які є інформаційною базою проведеного економетричного аналізу. Застосування методів економетричного аналізу діяльності споживчої кооперації України дозволило оцінити окремі напрями перспектив її розвитку.

Економетричний аналіз окремих показників діяльності споживчої кооперації України та їх прогноз на найближчі три роки дав змогу побачити загальні тенденції її діяльності, що є важливим з точки зору стратегічного контролю. З використанням лінійних $\tilde{x}_i^{лн}$, параболічних $\tilde{x}_i^{пр}$ та експоненціальних \tilde{x}_i^{exp} ($i = 1, 2, \dots, n$) моделей трендів були обчислені прогнозні значення та їх відповідні оцінки для досліджуваних показників. При цьому ми керувалися правилом, що чим ближче значення помилки ME (середнє значення помилки) і MSE (середньоквадратичне значення помилки) до нуля, тим достовірнішими вважаються прогнозні значення для досліджуваних показників.

Основним показником господарської діяльності підприємств торгівлі і ресторанного бізнесу є роздрібний товарооборот, який характеризує обсяг реалізації товарів населенню та іншим кінцевим споживачам для задоволення їхніх господарських потреб. Крім цього, роздрібний товарооборот є важливим індикатором соціально-економічного розвитку країни, який виражає економічні відносини, що виникають на кінцевій стадії руху товарів з сфери обігу в особисте споживання. Аналіз роздрібного товарообороту – важлива складова процесу управління діяльністю підприємств роздрібно-торгівлі і ресторанного господарства. Його завданням є виявлення тенденцій розвитку товарообороту, оцінка повноти задоволення платоспроможного попиту населення на товари і послуги та можливостей отримання підприємствами цієї галузі діяльності необхідного прибутку при досягнутому обсязі та структурі товарообороту. Аналіз роздрібного товарообороту підприємств і організацій споживчої кооперації засвідчив, що за останні роки має місце зниження як його абсолютної величини, так і частки у роздрібному товарообороті України. Графічно динаміку показників роздрібно-товарообороту України загалом і підприємств та

організацій системи споживчої кооперації (у сумовому й процентному виразах) зокрема ілюструє рис. 1. У зв'язку з цим одним із важливих напрямів нашого дослідження є економетричний аналіз обсягу роздрібногo товарообороту та його складових у системі споживчої кооперації України з метою виявлення тенденцій поведінки на найближчу перспективу. На основі даних таблиці 1 нами побудовано найпростіші моделі трендів: загального обсягу роздрібногo товарообороту x_1^1 , роздрібногo товарообороту торгової мережі x_2^1 , роздрібногo товарообороту закладів ресторанного господарства x_3^1 , кількості діючих магазинів x_4^1 , кількості закладів ресторанного господарства x_5^1 та кількості ринків x_6^1 , на основі яких були розраховані прогностні значення та їх оцінки для досліджуваних показників на найближчі три роки.

Лінійні $\tilde{x}_i^{1,лн}$, параболічні $\tilde{x}_i^{1,пр}$ та експоненціальні $\tilde{x}_i^{1,exp}$ ($i = 1, 2, \dots, 6$) моделі трендів мають вигляд:

$$\tilde{x}_1^{1,лн} = 2,80847 + 0,22121 t \quad (1)$$

$$\tilde{x}_1^{1,пр} = 1,60099 + 0,77851 t - 0,04644 t^2 \quad (2)$$

$$\tilde{x}_1^{1,exp} = \exp \{1,04632 + 0,05834 t\} \quad (3)$$

$$\tilde{x}_2^{1,лн} = 2,23009 + 0,21382 t \quad (4)$$

$$\tilde{x}_2^{1,пр} = 1,24179 + 0,66996 t - 0,03801 t^2 \quad (5)$$

$$\tilde{x}_2^{1,exp} = \exp \{0,82950 + 0,06645 t\} \quad (6)$$

$$\tilde{x}_3^{1,лн} = 0,57842 + 0,00735 t \quad (7)$$

$$\tilde{x}_3^{1,пр} = 0,35954 + 0,10838 t - 0,00842 t^2 \quad (8)$$

$$\tilde{x}_3^{1,exp} = \exp \{-0,56087 + 0,01299 t\} \quad (9)$$

$$\tilde{x}_4^{1,лн} = 16,3672 - 0,94116 t \quad (10)$$

$$\tilde{x}_4^{1,пр} = 17,3166 - 1,37935 t + 0,03651 t^2 \quad (11)$$

$$\tilde{x}_4^{1,exp} = \exp \{2,87117 - 0,08986 t\} \quad (12)$$

$$\tilde{x}_5^{1,лн} = 5,67753 - 0,39226 t \quad (13)$$

$$\tilde{x}_5^{1,пр} = 5,79971 - 0,44865 t + 0,00470 t^2 \quad (14)$$

$$\tilde{x}_5^{1,exp} = \exp \{1,89516 - 0,12898 t\} \quad (15)$$

$$\tilde{x}_6^{1,лн} = 0,57716 - 0,02303 t \quad (16)$$

$$\tilde{x}_6^{1,пр} = 0,58598 - 0,02710 t + 0,000339 t^2 \quad (17)$$

$$\tilde{x}_6^{1,exp} = \exp \{-0,51872 - 0,05372 t\} \quad (18),$$

де $\tilde{x}_i^{1,лн}$, $\tilde{x}_i^{1,пр}$, $\tilde{x}_i^{1,exp}$ ($i = 1, 2, \dots, 6$) – нормативні чи усереднені значення для досліджуваних показників, t – час.

На основі отриманих моделей трендів (1) – (18) нами були обчислені прогностні значення та їх відповідні оцінки для досліджуваних показників роздрібногo товарообороту, які наведені у табл. 2.

Необхідно відзначити, що чим ближче значення помилки ME і MSE до нуля, тим достовірнішими будуть прогностні значення для досліджуваних показників роздрібногo товарообороту.

Прогноз з найменшою, досить малою помилкою загального обсягу роздрібногo товарообороту одержуємо на основі параболічногo рівняння тренду (2):

$$\tilde{x}_{1,2016}^{1,пр,прогн} = 4,255 \text{ млрд грн};$$

$$\tilde{x}_{1,2017}^{1,пр,прогн} = 3,873 \text{ млрд грн};$$

$$\tilde{x}_{1,2018}^{1,пр,прогн} = 3,397 \text{ млрд грн}.$$

Прогноз з найменшою, досить малою помилкою роздрібногo товарообороту торгової мережі одержуємо за допомогою параболічногo рівняння тренду (5):

$$\tilde{x}_{2,2016}^{1,пр,прогн} = 3,808 \text{ млрд грн};$$

$$\tilde{x}_{2,2017}^{1,пр,прогн} = 3,527 \text{ млрд грн};$$

$$\tilde{x}_{2,2018}^{1,пр,прогн} = 3,171 \text{ млрд грн}.$$

Прогноз з найменшою, дуже малою помилкою роздрібногo товарообороту закладів ресторанного господарства одержуємо на основі параболічногo рівняння тренду (8):

$$\tilde{x}_{3,2016}^{1,пр,прогн} = 0,448 \text{ млрд грн};$$

$$\tilde{x}_{3,2017}^{1,пр,прогн} = 0,346 \text{ млрд грн};$$

$$\tilde{x}_{3,2018}^{1,пр,прогн} = 0,227 \text{ млрд грн}.$$

Прогноз з найменшою, досить малою помилкою кількості діючих магазинів споживчої кооперації одержуємо як за допомогою експоненціальногo рівняння тренду (12):

$$\tilde{x}_{4,2016}^{1,exp,прогн} = 6,006 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{4,2017}^{1,exp,прогн} = 5,490 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{4,2018}^{1,exp,прогн} = 5,018 \text{ тис. один.},$$

так і на основі параболічногo рівняння тренду (11):

$$\tilde{x}_{4,2016}^{1,пр,прогн} = 6,022 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{4,2017}^{1,пр,прогн} = 5,556 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{4,2018}^{1,пр,прогн} = 5,163 \text{ тис. один.}$$

Прогноз з найменшою, досить малою помилкою кількості закладів ресторанного господарства споживчої кооперації України одержуємо за допомогою параболічногo рівняння тренду (14):

$$\tilde{x}_{5,2016}^{1,пр,прогн} = 1,093 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{5,2017}^{1,пр,прогн} = 0,761 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{5,2018}^{1,пр,прогн} = 0,440 \text{ тис. один.}$$

Прогноз з найменшою, дуже малою помилкою для кількості ринків споживчої кооперації України одержуємо як за допомогою параболічногo рівняння тренду (17):

$$\tilde{x}_{6,2016}^{1,пр,прогн} = 0,310 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{6,2017}^{1,пр,прогн} = 0,291 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{6,2018}^{1,пр,прогн} = 0,273 \text{ тис. один.},$$

так і на основі експоненціальногo рівняння тренду (18):

$$\tilde{x}_{6,2016}^{1,exp,прогн} = 0,315 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{6,2017}^{1,exp,прогн} = 0,298 \text{ тис. один.};$$

$$\tilde{x}_{6,2018}^{1,exp,прогн} = 0,283 \text{ тис. один.}$$

На основі даних табл. 1 були також побудовані лінійні регресійні моделі залежності обсягу роздрібногo товарообороту від впливу на нього кількості діючих магазинів і закладів ресторанного господарства.

$$\tilde{x}_1^1 = 0,38089 + 1,06884 x_2^1; \quad (19)$$

$$R^2 = 0,99495; \quad F = 1774,24;$$

$$\tilde{x}_1^1 = -0,55445 + 7,53387 x_3^1; \quad (20)$$

$$R^2 = 0,51907; \quad F = 9,71$$

$$\tilde{x}_2^1 = 5,95092 + 0,22741 x_4^1 \quad (21)$$

$$R^2 = 0,73716; \quad F = 25,24.$$

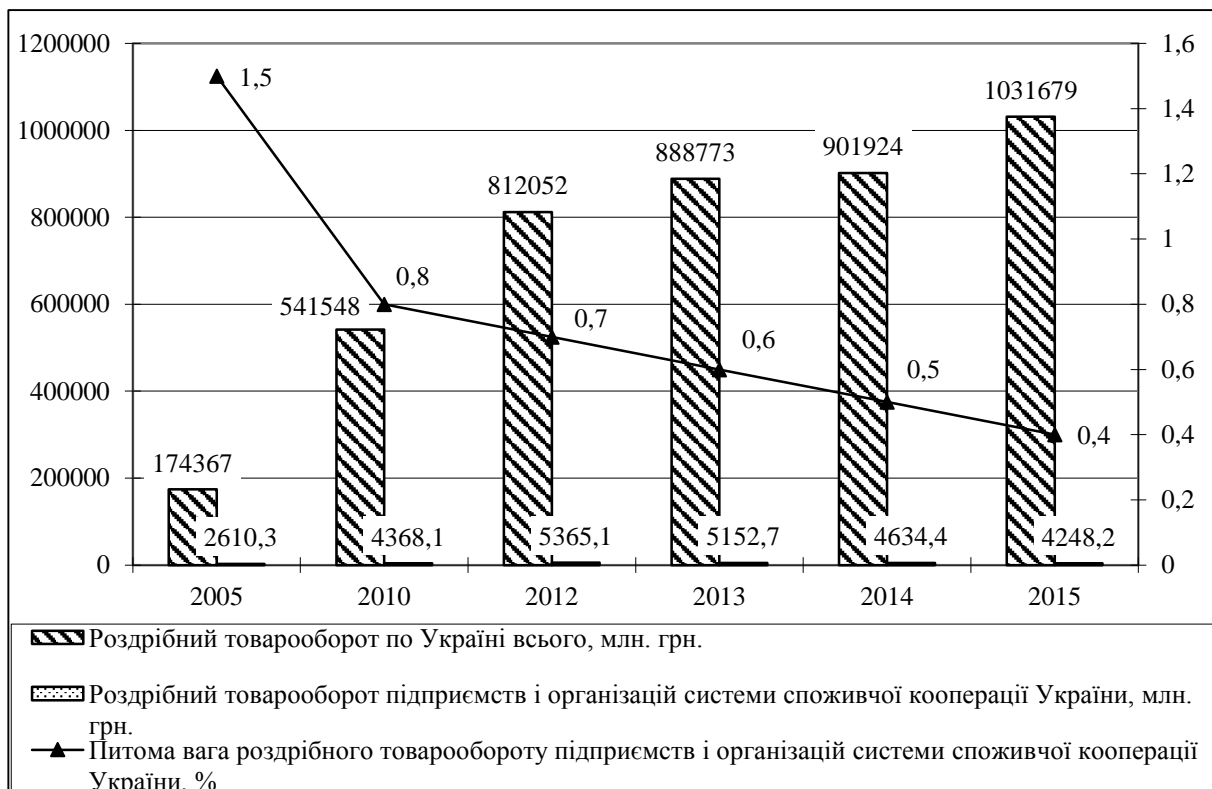


Рис. 1. Динаміка показників роздрібного товарообороту і частки споживчої кооперації у загальному обсязі роздрібного товарообороту України за 2005, 2010, 2012-2015 роки*

*Джерело: складено на основі [5-13]

Таблиця 1

Динаміка обсягу роздрібного товарообороту та його складових у системі споживчої кооперації України*

Рік	x_1^1 млрд грн	x_2^1 млрд грн	x_3^1 млрд грн	x_4^1 тис. один.	x_5^1 тис. один.	x_6^1 тис. один.
2005	2, 610	2,130	0,480	16,348	5,510	0,563
2006	2,948	2,431	0,517	14,653	4,873	0,533
2007	3,332	2,727	0,605	13,194	4,387	0,506
2008	3,887	3,215	0,672	12,057	3,905	0,482
2009	3,984	3,309	0,675	11,340	3,709	0,460
2010	4,368	3,674	0,694	10,092	3,255	0,423
2011	4,964	4,249	0,714	9,675	3,003	0,402
2012	5,365	4,629	0,736	9,100	2,686	0,412
2013	5, 153	4,505	0,647	8,204	2,162	0,388
2014	4,634	4,078	0,556	6,922	1,657	0,334
2015	4,248	3,696	0,552	6,337	1,417	0,326

*Джерело: складено на основі [5-12]

Тут: x_1^1 – загальний обсяг роздрібного товарообороту, в млрд грн;
 x_2^1 – роздрібний товарооборот торгової мережі, в млрд грн;
 x_3^1 – роздрібний товарооборот закладів ресторанного господарства, в млрд грн;
 x_4^1 – кількість діючих магазинів, в тис. один.;
 x_5^1 – кількість закладів ресторанного господарства, в тис. один.;
 x_6^1 – кількість ринків, в тис. один.

**Прогнозні значення та їх оцінки для досліджуваних показників роздрібногo
товарообороту системи споживчої кооперації України***

Показники	Прогноз показника			ME	MSE
	на 2016 рік	на 2017 рік	на 2018 рік		
млрд грн					
$\tilde{x}_1^{1,лн}$	5,463	5,684	5,905	0	0,2394
$\tilde{x}_1^{1,пр}$	4,255	3,873	3,397	0	0,0712
$\tilde{x}_1^{1,exp}$	5,734	6,078	6,443	0,0262	0,2983
млрд грн					
$\tilde{x}_2^{1,лн}$	4,796	5,010	5,223	0	0,1775
$\tilde{x}_2^{1,пр}$	3,808	3,527	3,171	0	0,0648
$\tilde{x}_2^{1,exp}$	5,088	5,438	5,812	0,0219	0,2320
млрд грн					
$\tilde{x}_3^{1,лн}$	0,667	0,674	0,681	0	0,0061
$\tilde{x}_3^{1,пр}$	0,448	0,346	0,227	0	0,0006
$\tilde{x}_3^{1,exp}$	0,667	0,676	0,684	0,0050	0,0062
тис. один.					
$\tilde{x}_4^{1,лн}$	5,073	4,132	3,191	0	0,1887
$\tilde{x}_4^{1,пр}$	6,022	5,556	5,163	0	0,0847
$\tilde{x}_4^{1,exp}$	6,006	5,490	5,018	0,0010	0,0740
тис. один.					
$\tilde{x}_5^{1,лн}$	0,970	0,578	0,186	0	0,0136
$\tilde{x}_5^{1,пр}$	1,093	0,761	0,440	0	0,0119
$\tilde{x}_5^{1,exp}$	1,415	1,244	1,094	-0,0065	0,0506
тис. один.					
$\tilde{x}_6^{1,лн}$	0,301	0,278	0,255	0	0,00013
$\tilde{x}_6^{1,пр}$	0,310	0,291	0,273	0	0,00012
$\tilde{x}_6^{1,exp}$	0,315	0,298	0,283	0,0001	0,00012

* Джерело: розраховано авторами

Тут: ME – середнє значення помилки;

MSE – середньоквадратичне значення помилки.

Аналіз парних лінійних рівнянь регресії (19) – (20) показує, що досить велику достовірність мають рівняння (19) ($R^2 = 0,99495$) і рівняння (21) ($R^2 = 0,73716$) і середню довіру має рівняння (20) ($R^2 = 0,51907$), де R^2 – коефіцієнт множинної детермінації. Це також підтверджують отримані значення F – критерію Фішера, які є більшими від відповідних табличних значень.

Найбільший вплив на загальний обсяг роздрібного товарообороту x_1^1 має обсяг роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства споживчої кооперації x_3^1 ($b_3=7,53387$), рівняння (20) і менший вплив на x_1^1 має обсяг роздрібного товарообороту торгової мережі x_2^1 ($b_2= 1,06884$), рівняння (19).

Зокрема, при збільшенні обсягу роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства x_3^1 на 1 млрд. грн. очікується збільшення загального обсягу роздрібного товарообороту споживчої кооперації України в середньому на 7,53387 млрд грн (20), а при збільшенні роздрібного товарообороту торгової мережі споживчої кооперації x_2^1 на 1 млрд грн очікується збільшення загального обсягу роздрібного товарообороту x_1^1 в середньому на 1,06884 млрд грн (19).

Аналіз парного лінійного рівняння регресії (21) дає підставу стверджувати, що збільшення кількості діючих магазинів споживчої кооперації x_4^1 приведе до зростання загального обсягу роздрібного товарообороту x_1^1 ($b_4= 0,22741$). Зокрема, при збільшенні кількості діючих магазинів споживчої кооперації x_4^1 на 1 тис. один. очікується зростання загального обсягу роздрібного товарообороту споживчої кооперації України x_1^1 в середньому на 0,22741 млрд грн.

Таким чином, будь-якій економічній моделі притаманний математичний опис реально діючої економічної системи, зокрема тих процесів, що відбуваються на підприємствах і в організаціях системи споживчої кооперації. Виконані нами з використанням фактичних даних за ряд років і методів економетричного аналізу розрахунки застосовані для прогнозного оцінювання функціонування суб'єктів господарювання системи споживчої кооперації, з метою узагальнення і надання системою внутрішнього контролю необхідної інформації керівництву для оперативного і стратегічного управління процесами, які відбуваються у них та планування їх стійкого і поступального розвитку.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Важливе значення має також аналіз інших сторін функціонування підприємств і організацій системи споживчої кооперації, зокрема джерел формування власних коштів, таких як пайовий, статутний капітал і кінцевий фінансовий результат їхньої діяльності (прибуток), що дасть змогу виявити чинники позитивного і негативного впливу на ці показники з метою здійснення коригувальних дій та прийняття ефективних управлінських рішень. Ці питання будуть нами розкриті у наступних наукових публікаціях.

Забезпечення належної ефективності та дієвості системи внутрішнього контролю пов'язане із здатністю виконувати покладені на нього завдання,

одним із яких є моделювання стратегії розвитку підприємства. Необхідність фахового управління розвитком підприємств і організацій споживчої кооперації України, аналітичні й прогностичні цілі економетричного дослідження зумовлюють потребу надання визначеним основним тенденціям розвитку економічних процесів у системі узагальненої кількісної оцінки, що є предметом наших подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Джонсон Дж. Эконометрические методы / Дж. Джонсон. – М. : Статистика, 1990. – 326 с.
2. Дрейпер Н. Прикладной регрессионный анализ / Н. Дрейпер, Г. Смит; [пер. с англ. Ю. П. Адлера, В. Г. Горского]. – М. : Финансы и статистика, 1987. – 351 с.
3. Слейко В. І. Економетричний аналіз діяльності підприємств : навчальний посібник / В. І. Слейко, Р. Д. Боднар, М. Я. Демчишин. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2011. – 368 с.
4. Економетричний аналіз інноваційної діяльності підприємств : навчальний посібник / В. І. Слейко, Ю. Б. Миронов, М. Я. Демчишин, Р. Д. Боднар. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2016. – 220 с.
5. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2010 рік. – К., 2011. – 107 с.
6. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств АР Крим, областей за 2013 рік / Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств України (Укркоопспілка). – К., 2014. – 54 с.
7. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2014 рік / Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств України (Укркоопспілка). – К., 2015. – 52 с.
8. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2015 рік / Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств України (Укркоопспілка). – К. : 2016. – 49 с.
9. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2012 рік. – К., 2013. – 53 с.
10. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2011 рік. – К., 2012. – 53 с.
11. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2009 рік. – К., 2010. – 104 с.
12. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2004-2008 роки. – К., 2009. – 146 с.
13. Статистичний збірник “Регіони України” (2 частини). 2015 рік. Ч. II. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ2_u.htm.

REFERENCES

1. Dzhonson, Dzh. (1990), *Ekonometrycheskie metody*, Statystyka, Moscow.
2. Drejper, N. and Smyt, H. (1987), *Prykladnoj rehressyonnyj analiz*, Fynansy y statystyka, Moscow.
3. Yelejko, V. I. Bodnar, R. D. and Demchyshyn, M. Ya. (2011), *Ekonometrychnyj analiz diial'nosti pidprijemstv*, Navchal'na knyha – Bohdan, Ternopil'.
4. Yelejko, V. I. Myronov, Yu. B. Demchyshyn, M. Ya. and Bodnar, R. D. (2016), *Ekonometrychnyj analiz innovatsijnoi diial'nosti pidprijemstv*, Vydavnytstvo L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu, L'viv.
5. Ukoopspilka (2011), *Osnovni pokaznyky hospodars'ko-finansovoi diial'nosti pidprijemstv i orhanizatsij Krymspozhyvspilky, oblspozhyvspilok za 2010 rik*, Kyiv.
6. Ukrkoopspilka (2014), *Pokaznyky hospodars'ko-finansovoi diial'nosti pidprijemstv i orhanizatsij spilok spozhyvchykh tovarystv AR Krym, oblastej za 2013 rik*, Vseukrainska tsentralna spilka spozhyvchykh tovarystv Ukrainy, Kyiv.
7. Ukrkoopspilka (2015), *Pokaznyky hospodars'ko-finansovoi diial'nosti pidprijemstv i orhanizatsii spilok spozhyvchykh tovarystv oblastei za 2014 rik*, Vseukrainska tsentralna spilka spozhyvchykh tovarystv Ukrainy, Kyiv.
8. Ukrkoopspilka (2016), *Pokaznyky hospodars'ko-finansovoi diial'nosti pidprijemstv i orhanizatsii spilok spozhyvchykh tovarystv oblastei za 2015 rik*, Vseukrainska tsentralna spilka spozhyvchykh tovarystv Ukrainy, Kyiv.
9. Ukoopspilka (2013), *Pokaznyky hospodars'ko-finansovoi diial'nosti pidprijemstv i orhanizatsij Krymspozhyvspilky, oblspozhyvspilok za 2012 rik*, Kyiv.
10. Ukoopspilka. (2012), *Pokaznyky hospodars'ko-finansovoi diial'nosti pidprijemstv i orhanizatsij Krymspozhyvspilky, oblspozhyvspilok za 2011 rik*, Kyiv.
11. Ukoopspilka (2010), *Pokaznyky hospodars'ko-finansovoi diial'nosti pidprijemstv i orhanizatsij systemy Ukoopspilky za 2009 rik*, Kyiv.
12. Ukoopspilka (2009), *Pokaznyky hospodars'ko-finansovoi diial'nosti pidprijemstv i orhanizatsij systemy Ukoopspilky za 2004-2008 roky*, Kyiv.
13. Statystychnyj zbirnyk “Rehiony Ukrainy” (2 chastyny) (2015), Ch. II. Derzhavna sluzhba statystyky, available at: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/-publ2_u.htm.

УДК 657.6:657.37.003.2

Грищенко І. В.,
викладач кафедри гуманітарних і фундаментальних дисциплін Вінницького навчально-наукового інституту 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

Циганчук В. А.,
викладач Вінницького коледжу економіки та підприємництва ТНЕУ, м. Вінниця

ВИЯВЛЕННЯ ПОРУШЕНЬ У ПРОЦЕСІ АУДИТУ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Стаття розглядає важливі завдання аудиту фінансової звітності, а саме: перевірка стану бухгалтерського обліку і звітності, їх вірогідності, цільового спрямування операцій, перевірка правильності нарахування амортизації та оподаткування прибутку. Основна мета аудиту - підготовка висновку про відповідність фінансової звітності чинному законодавству. Окреслено методику контролю складання та взаємоув'язки форм річної звітності, а також дії незалежних аудиторів при виявленні випадків шахрайства чи помилок. За підсумками проведеного досліджування та з метою усунення можливих негативних наслідків незалежного аудиторського контролю на заміну термінів "помилка", "відхилення", "викривлення" пропонується вживати загальний вираз "порушення економічних норм".

Ключові слова: фінансова звітність, аудит, помилка, шахрайство.

Grischenko I. V.,
Lecturer of Department of Humanitarian and Fundamental Disciplines of the Vinnytsya Educational-Scientific Institute of Economics of TNEU, 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

Ciganchuk V. A.,
Lecturer of the Vinnytsya College of Economics and Entrepreneurship of TNEU, Vinnytsya

DETECTION OF VIOLATIONS IN THE PROCESS OF AUDIT OF THE FINANCIAL REPORTING OF AN ENTERPRISE

Abstract. The article examines the important tasks of audit of financial reporting, in particular: checking the state of accounting and reporting, their probability, the target direction of transactions, checking the correctness of accrual of depreciation and taxation of profits. The main objective of the audit – preparing a conclusion on the compliance of financial reporting with current legislation. The methodology for controlling

the compilation and interconnection of forms of annual reporting, as well as the actions of independent auditors when detecting cases of fraud or error, are outlined. Based on the results of the research and in order to eliminate the possible negative effects of independent audit control for the replacement of the terms "error", "deviation", "distortion" it is suggested to use the general expression "violation of economic norms".

Keywords: financial reporting, audit, error, fraud.

Постановка проблеми. В економіці нашої країни, як і в світовій економіці, все більшого застосування набувають аудиторські перевірки, які стають законно визначеною, внутрішньогосподарською необхідністю і мають на меті знаходження помилок при веденні бухгалтерського обліку господарських та фінансових операцій та розробку шляхів їх усунення для підвищення ефективності облікового процесу і діяльності підприємства в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематикою обліку та аудиту загалом, в тому числі фінансової звітності підприємств, займається багато відомих українських вчених-науковців, таких як: Бутинець Ф. Ф., Кужельний В. М., Сопко В. В., Дерев'яно С. І. Особлива увага аудиту фінансової звітності у літературних джерелах була приділена Білик М. С., Кіндрацькою Г. І. Наукові підходи до формування фінансової звітності, обґрунтування сутності і взаємозв'язку елементів фінансової звітності, принципи її формування висвітлено в працях зарубіжних вчених: Л. Бернстайна, М. Ван-Бреда, Ч. Хорнгрена, М. Кутера та інших. Але кожен із науковців надає своє визначення термінів "помилка", "шахрайство", "викривлення", що здійснює значний вплив на зміст аудиторських висновків і на правильне прийняття рішень зацікавленими сторонами. Таким чином, в економічній літературі відсутній єдиний підхід серед науковців до визначення видів шахрайства та помилок, що актуалізує проблему відповідної класифікації виявлених відхилень.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження порядку формування і використання звітної інформації в системі управління діяльністю підприємства, методів, методик, способів розкриття помилок, обдурювання в аудиті. Визначення видів шахрайства: викривлення внаслідок протизаконного привласнення активів або викривлення, які є результатом неправдивої фінансової звітності. Сформулювати підходи до застосування в аудиті фінансової звітності термінології: "шахрайство", "обман", "помилка", "відхилення", "викривлення".

Викладення основного матеріалу дослідження. Економіка будь-якої країни передбачає створення глибоких економічних зв'язків між суб'єктами господарювання. Взаємозалежну діяльність підприємств різних форм власності ускладнюють процеси глобалізації, що створює в економічній діяльності держави ланцюг питань, що вимагають негайного вирішення. В цих умовах суб'єкти господарювання намагаються якимось чином "захиститися" та отримати гарантії своєї діяльності. У світовій практиці цим гарантом є аудит. Сьогодні діяльність аудиторських фірм є необхідною та

досить актуальною, адже може сприяти організації і впровадженню ефективних систем управління підприємством, фінансами, обліку та контролю, надавши відповідну кваліфіковану допомогу на високому професійному рівні. В ринкових умовах господарювання необхідність перевірки фінансової звітності значно зростає, що пояснюється специфікою організації економічних відносин. В Україні спостерігаються процеси перерозподілу прав власності, відбуваються кардинальні зміни у взаємовідносинах держави і власника, в рамках економічних реформ впроваджуються нові методи обліку витрат та розподілу прибутку. В таких умовах підтвердження достовірності фінансової звітності і надання неупередженого висновку щодо стану діяльності підприємства є важливим фактором розвитку економіки країни.

Важливими завданнями аудиту показників фінансової звітності є:

- перевірка стану обліку та звітності суб'єкта аудиту, їх достовірності і відповідності законам, доцільності здійснення операцій;
- використання аналітичних прийомів аудиту фінансової звітності з метою визначення шляхів оптимізації суб'єкта аудиту;
- перевірка правильності нарахування амортизації обраним за наказом про облікову політику підприємства методом;
- перевірка правильності визначення об'єкта оподаткування прибутку, відповідно до чинного Податкового кодексу тощо.

Ціль аудиту фінансової звітності – підготовка результату про відповідність даних фінансової звітності чинному законодавству, що регламентує порядок формування та подання фінансової звітності.

Метод перевірки поданої фінансової звітності вимогам нормативів передбачає відповідні етапи (рис. 1). Як правило, об'єктами аудиту показників Балансу (Звіту про фінансовий стан) є: необоротні активи, заборгованість дебіторів, відстрочені податкові активи, запаси, кошти, інші оборотні активи. Також аудиторській перевірці підлягають статті пасиву балансу – всі складові власного капіталу, в тому числі прибуток, та зобов'язання, як довгострокові, так і поточні. Аудит Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) передбачає перевірку правильності визначення і відображення доходів, витрат і фінансових результатів усіх видів діяльності суб'єкта аудиту. В ході аудиторського контролю проводиться перевірка раціональності та законності відображення витрат звітного періоду згідно з П(С)БО 16 "Витрати", хронологічність формування собівартості проданих ТМЦ – з П(С)БО 9 "Запаси".

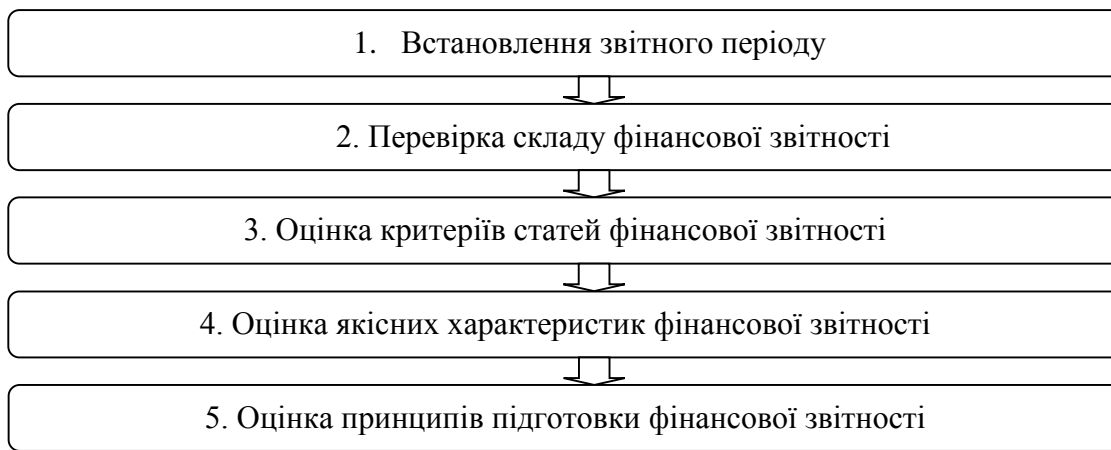


Рис. 1. Етапи перевірки правильності фінансової звітності

Не менш важливим завданням аудиту є розробка методики проведення аудиту Звіту про рух грошових коштів, оскільки цей звіт не тільки детально розкриває зміст основних статей звітів про фінансовий стан і сукупний дохід, а й містить дані Головної книги та окремих аналітичних рахунків бухгалтерського обліку. Особливої уваги потребує контроль правильності віднесення господарських операцій до відповідних видів діяльності (операційної, інвестиційної та фінансової, іншої діяльності) підприємства. Адже саме тому виникає ризик недостовірного відображення їх результатів і невідповідності реальному стану на підприємстві.

За підсумками перевірки Звіту про власний капітал аудитор повинен підтвердити достовірність інформації щодо складових власного капіталу підприємства та їх руху у поточному періоді на основі даних синтетичного та аналітичного обліку по відповідних рахунках. Сучасні тенденції розвитку бухгалтерської фінансової звітності передбачають посилення акценту на примітки і пояснення до фінансової звітності, основною метою яких є розкриття, внесення коректив, уточнення і доповнення інформації, що розкривається в основних звітних формах.

Проведене дослідження показало, що серед науковців спостерігається певна полеміка щодо економіко-правової оцінки результатів аудиту, про що свідчать праці відомих фахівців з питань аудиту, зокрема М. Т. Білухи, Ф. Ф. Бутиця, Н. І. Дорош, Б. Ф. Усача та інших.

Діям контролера при викриванні шахрайства або похибок присвячено цілі підрозділи і розділи окремих наукових праць, в яких наведені методи, методики, способи розкриття помилок, обдурювання в аудиті. Такий підхід до виявлення шахрайства та похибок в аудиті обґрунтований вимогою Міжнародного стандарту аудиту (МСА) 240 “Відповідальність аудитора за розгляд шахрайства під час перевірки фінансових звітів”, який розглядає два

види шахрайства: викривлення внаслідок протизаконного привласнення активів та викривлення, які є результатом неправдивої фінансової звітності. Так, професор Дорош Н. І. зазначає: “Визначення «шахрайства (обдурювання)», «помилка» навіть в ракурсі аудиторського контролю не є привілеєм Аудиторської палати тому, що відповідно до Цивільного Кодексу обдурювання є вид громадянських злочинів, тому класифікувати діяльність як обдурювання можуть лише судово-слідчі виконавці”. В процесі аудиту достовірності фінансової звітності, правильності ведення бухгалтерського обліку аудитор зобов’язаний виявляти факти перекручування показників та неправильного складання звітності. Причинами таких перекручень і порушень є свідомі або несвідомі дії працівників, які збирають і узагальнюють інформацію про результати діяльності підприємства. Зрозуміло, що свідомі дії приводять до обману держави і підприємців, а несвідомі - свідчать про недобросовісне ставлення працівників до виконання покладених на них обов’язків. Можна погодитися з науковцями, які виділяють два види неточності: похибки та відхилення від норм. При цьому похибкою вважається ненавмисне перекручування показників бухгалтерського обліку та звітності, а відхиленням від норм – навмисне викривлення показників обліку і звітності. За Кримінальним кодексом обдурювання розглядається як зловживання проти власності, фінансового характеру у сфері господарської діяльності, який відповідно має різні способи та цілі вчинення (рис. 2).

Згідно з даними рисунка під шахрайством розуміють або обман чи зловживання довірою, або надання свідомо неправдивої інформації. Розбіжністю є визначення обдурювання як викривлення результату незаконного привласнення активів, адже таке присвоєння є кримінальним злочином, факти якого відповідно можна довести лише за результатами слідства і підтвердження суду.

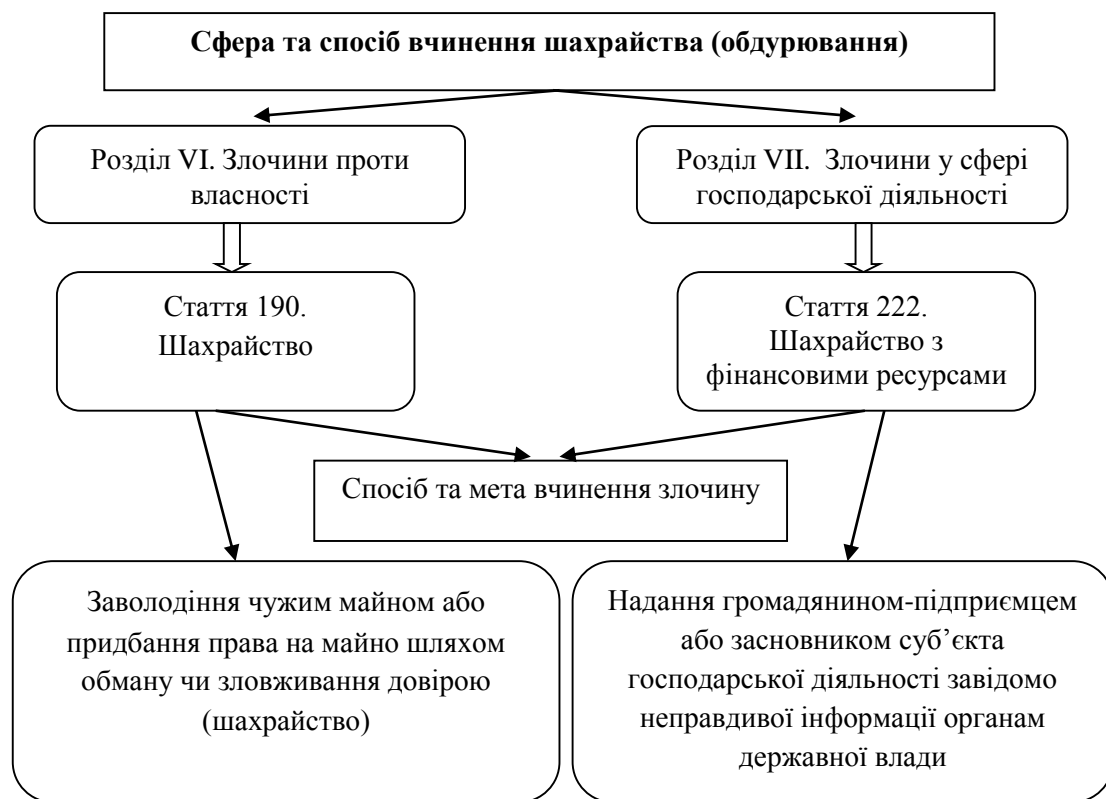


Рис. 2. Сфера та спосіб вчинення шахрайства

Складність ідентифікації реалії шахрайства спонукає одних авторів багатьох наукових праць пропонувати використання поняття «навмисна та ненавмисна похибка у фінансовій звітності», а інших - на заміну термінології “обман”, “шахрайство”, “помилка” використовувати “відхилення”. Приєднуємось до другої групи авторів, адже похибка - це відхилення при виконанні прямих обов’язків бухгалтера. Вважаємо, що причина появи відхилення або похибки полягає у порушенні методики виконання облікових процедур за обставин недостатньої повновладності та непрофесіоналізму виконавця.

І тільки за таких умов є підстави вести мову про відсутність навмисності дій бухгалтера. Відхилення або похибка є результатом впливу суб’єктивних та об’єктивних чинників. Джерелом їх появи є особисті дії бухгалтера, визнання яких шахрайством чи кримінальним злочином не є правомірним, адже результат обробки показників являє собою величину, що задається на рівні правових економічних норм.

За підсумками проведеного досліджування та з метою усунення можливих негативних наслідків незалежного аудиторського контролю на заміну термінів “помилка”, “відхилення”, “викривлення” пропонуємо вживати загальний вираз “порушення економічних норм”.

Застосування такого терміна розкриватиме значення виявленого факту, поява якого з огляду на компетенцію та прями обов’язки контролюючого органу не підлягатиме правомірному оцінюванню та буде атестуватися в обсязі, який узгоджується з повноваженнями аудитора.

Отже, можна стверджувати, що застосування в аудиті термінології “шахрайство” та “помилка” є доволі суперечливим (рис. 3).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Узагальнення результатів проведеного дослідження дає можливість сформулювати наступні підходи до застосування в аудиті термінології: “шахрайство”, “обман”, “помилка”, “відхилення”, “викривлення”, адже будь-який обман – це навмисна дія осіб управлінського персоналу чи просто виконавців або третіх сторін, а помилка – це ненавмисне неправильне здійснення облікових процедур, упущення, помилкова інтерпретація інформації та машинальні похибки. Відхилення або похибка є результатом впливу суб’єктивних та об’єктивних чинників. Джерелом їх появи є особисті дії бухгалтера, визнання яких шахрайством чи кримінальним злочином не є правомірним. Отже, на заміну термінів “помилка”, “відхилення”, “викривлення” пропонуємо вживати загальний вираз “порушення економічних норм”.

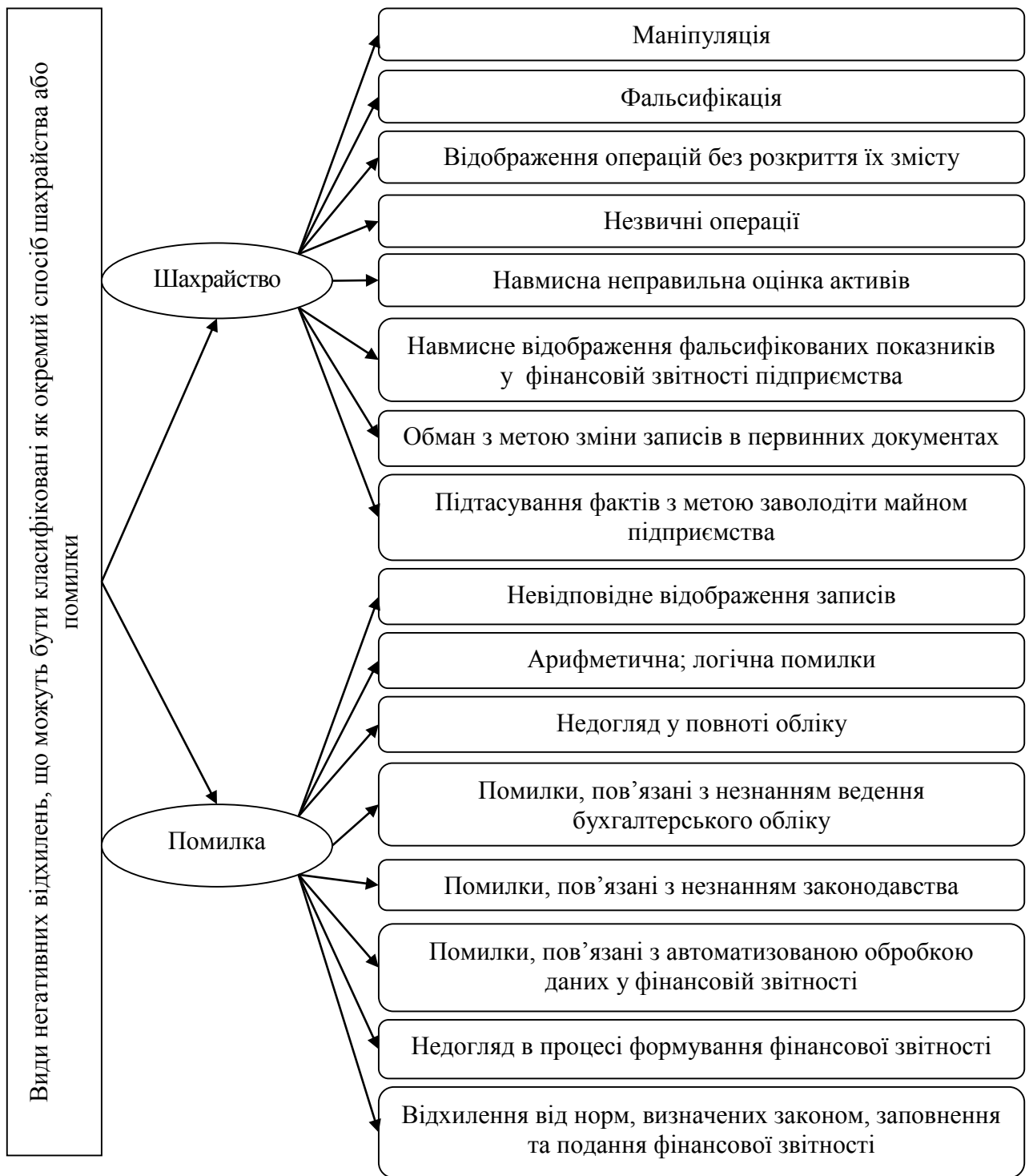


Рис. 3. Класифікація негативних відхилень, виявлених у результаті аудиту фінансової звітності

ЛІТЕРАТУРА

1. Бутинець Ф. Ф. Аудит: стан і тенденції розвитку в Україні та світі : монографія / Бутинець Ф. Ф., Малуґа Н. М., Петренко Н. І.; [за редакцією проф. Ф.Ф. Бутинця]. – Житомир : ЖДТУ, 2004. – 564 с.
2. Гріщенко І. В. Цілі та завдання кейс-методу при викладанні курсу “Державний фінансовий контроль” / І. В. Гріщенко // Дистанційне навчання як сучасна освітня технологія : матеріали міжвузівського вебінару (м. Вінниця, 31 березня 2017 р.) / Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2017. – С. 76-78.
3. Гріщенко І. В. Економічна сутність грошових коштів підприємства / І. В. Гріщенко, О. В. Балахонова // Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів : зб. наук. праць. 2017. – Вінниця. – Т. 1. – С. 25-27.
4. Гріщенко І. В. Особливості стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств / І. В. Гріщенко, Л. М. Клівіденко // Конкурентоспроможність національної економіки та освіти: пошук ефективних рішень : зб. наук. праць наук.-практ. конф. з міжнар. участю. 15 квітня 2015 р. – Вінниця : ВННІЕ ТНЕУ, 2015. – С. 209-211.
5. Гріщенко І. В. Забезпечення стійкого розвитку підприємств малого і середнього бізнесу в Україні / І. В. Гріщенко // Науковий вісник ВКІ “Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади”. – Вінниця : ТОВ “Меркьюрі-Поділля”, 2015. – С. 113-116.
6. Гріщенко І. В. Проблеми та перспективи розвитку державного фінансового аудиту діяльності бюджетних установ / І. В. Гріщенко // То публикува “Бял ГРАД-БГ” ООД, Република България, гр. София. 2012. – С. 39-43.
7. Гріщенко І. В. Організаційно-методологічні засади фінансового аналізу звітності підприємства / І. В. Гріщенко // Проблеми розвитку та регулювання обліку, контролю, аналізу на сучасному етапі : матер. міжнар. наук.-практ. інтерн.-конф. 29 лютого 2012 р. – Вінниця : Центр підготовки навчально-методичних видань ВТЕІ КНТЕУ, 2012. – С. 30-33.
8. Гріщенко І. В. Розвиток аудиту в Україні: проблеми та перспективи / І. В. Гріщенко // То публикува “Бял ГРАД-БГ” ООД, Република България, гр. София. 2011. – С. 65-67.

REFERENCES

1. Butynets F. F., Maliuha, N. M. and Petrenko, N. I. (2004), *Audit: stan i tendentsii rozvytku v Ukraini ta sviti*, ZhDTU, Zhytomyr, 564 s.
2. Hrishchenko, I. V. (2017), *Tsili ta zavdannia keis-metodu pry vykladanni kursu “Derzhavnyi finansovyi kontrol”*, Dystantsiine navchannia yak suchasna osvitnia tekhnolohiia: materialy mizhvuzivskoho vebinaru (m. Vinnytsia, 31 bereznia 2017 r.), VTEI KNTEU, Vinnytsia, s. 76-78.
3. Hrishchenko, I. V. and Balakhonova, O. V. (2017), *Ekonomichna sutnist hroshovykh koshtiv pidpriemstva, Rozvytok osvity, nauky, ekonomiky v umovakh intehratsiinykh protsesiv: zb. nauk. prats*, Vinnytsia, T. 1, s. 25-27.
4. Hrishchenko, I. V. and Klividenko, L. M. (2015), *Osoblyvosti stratehichnoho upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv, Konkurentospromozhnist natsionalnoi ekonomiky ta osvity: poshuk efektyvnykh rishen: zb. nauk. prats nauk.-prakt. konf. z mizhnar. uchastiu. 15 kvitnia 2015 r.*, VNNIE TNEU, Vinnytsia, s. 209-211.
5. Hrishchenko, I. V. (2015), *Zabezpechennia stiikoho rozvytku pidpriemstv maloho i serednoho biznesu v Ukraini*, Naukovyi visnyk VKI “Rehion: osoblyvosti rozvytku i upravlinnia v umovakh detsentralizatsii vlady”, TOV “Merkiuri-Podillia”, Vinnytsia, s. 113-116.
6. Hrishchenko, I. V. (2012), *Problemy ta perspektyvy rozvytku derzhavnoho finansovoho audytu diialnosti biudzhetsykh ustanov*, To публикува “Bial HRAD-BH” OOD, Republyka Bŭlhariya, hr. Sofya, s. 39-43.
7. Hrishchenko, I. V. (2012), *Orhanizatsiino-metodolohichni zasady finansovoho analizu zvitnosti pidpriemstva, Problemy rozvytku ta rehuliuвання obliku, kontroliu, analizu na suchasnomu etapi: mater. mizhnar. nauk.-prakt. intern. konf. 29 liutoho 2012 r.*, Tsentр pidhotovky navchalno-metodychnykh vydan VTEI KNTEU, Vinnytsia, s. 30-33.
8. Hrishchenko, I. V. (2011), *Rozvytok audytu v Ukraini: problemy ta perspektyvy*, To публикува “Bial HRAD-BH” OOD, Republyka Bŭlhariya, hr. Sofya, s. 65-67.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 54

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 26.06.2018 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
17,5 др. арк. 16,36 ум. др. арк. 11,8 облік. видавн. арк.
Тираж 300 прим. Зам. 104.

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.