

# **ВІСНИК**

## **ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Збірник наукових праць

**ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

ВИПУСК 56

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. 56. – 172 с. – (Економічні науки).

### Збірник наукових праць

#### Випуск 56

*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.*

*Зареєстровано Міністерством юстиції України як друкований засіб масової інформації. Свідоцтво КВ № 22161-12061 ПР від 07.06.2016 р.*

*Друкується за ухвалою Вченої ради Львівського торговельно-економічного університету. Протокол засідання Ради № 3 від 30 жовтня 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.;

**Воронко Роман Михайлович**, д.е.н., доц.;

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

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

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

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

**Лупак Руслан Любомирович**, д.е.н., доц.;

**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 Афанасьївна**, 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, Index Copernicus, Google Scholar, WorldCat**

ISSN 2522-1205 (Print)

ISSN 2522-1213 (Online)

DOI: 10.36477/2522-1205

DOI: 10.36477/2522-1205-2018-56

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

# ЗМІСТ

## СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

<i>Дайновський Ю. А., Семак Б. Б., Бойчук І. В.</i> ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ У МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	5
<i>Алексєєв І. В., Басій Н. Ф., Скоропад І. С., Скибінський С. В.</i> КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ В ПІДВИЩЕННІ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ Й АКТИВІЗУВАННІ ВНУТРІШНІХ ІНВЕСТИЦІЙ.....	12
<i>Мельник І. М.</i> ПРОСТОРОВО-ТЕРИТОРІАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ СФЕРИ ТОВАРНОГО ОБІГУ В УКРАЇНІ.....	18
<i>Оципюк І. М., Петришин Н. З., Бліщ Р. О., Попович М. П.</i> НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ.....	25
<i>Заярна Н. М., Лупак Р. Л., Голубка В. В.</i> РЕАЛІЇ ІНТЕГРАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР.....	33
<i>Свидрук І. І.</i> ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-КРЕАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІКИ ЯК ДЖЕРЕЛО НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОРИВУ УКРАЇНИ.....	39
<i>Ковтун О. І.</i> АКТУАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ БІЗНЕСУ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ.....	45
<i>Боднар І. Р.</i> ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СФЕРІ.....	50
<i>Миронов Ю. Б., Михальський Ю. В.</i> СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО В ТУРИЗМІ: ДЕТЕРМІНАНТИ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ.....	55
<i>Мацера С. М., Олійник Л. Г.</i> ОЦІНКА СТАНУ РОЗВИТКУ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ В УКРАЇНІ.....	60
<i>Тарасюк А. В., Олійник Н. М., Мамєдова А. С.</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕФЕКТИВНОГО РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ.....	67
<i>Семак Б. Б., Басій Н. Ф., Бойчук І. В.</i> РОЛЬ ПРЕС-СЛУЖБ В ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ.....	72
<b>ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ</b>	
<i>Башнянин Г. І., Паласевич М. Б., Лапчук Я. С., Городиський Т. І.</i> СОЦІАЛІЗАЦІЙНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: АНАЛІЗ З ПОЗИЦІЙ НЕГАТИВНОГО СОЦІАЛІЗАЦІЙНОГО ЕФЕКТУ.....	78
<i>Куцик В. І., Кліпкова О. І., Жихарцева О. О.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМ.....	85

<i>Monika Artman</i> ANALIZA METODY KAM (KNOWLEDGE ASSESSMENT METHODOLOGY) – WADY I ZALETY.....	91
<i>Іванченко Г. В., Міценко Н. Д., Широких В. Д.</i> РОЗРОБКА АЛГОРИТМУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ.....	98
<i>Шиндировський І. М., Міщук І. П., Шалева О. І.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА КОРИСТУВАЧІВ ВСЕСВІТНЬОЇ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....	105
<b>ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	
<i>Барна М. Ю., Білецька І. М.</i> МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ МУЛЬТИСИСТЕМНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	112
<i>Міценко Н. Г., Різник Д. В., Васильків Ю. В.</i> МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ.....	117
<i>Куцик В. І., Петрів І. В.</i> СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	123
<i>Кліпкова О. І.</i> ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	129
<b>УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ</b>	
<i>Васильців Т. Г., Гудзовата О. О.</i> ІНСТРУМЕНТИ ДЕТІНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ.....	134
<i>Власюк Н. І., Чуй І. Р.</i> НЕОБХІДНІСТЬ ЗМІЦНЕННЯ ФІСКАЛЬНО-РЕГУЛЮЮЧИХ ЗАСАД ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ.....	139
<i>Василевська Г. В.</i> СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ОПТИМАЛЬНОГО ФІСКАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ТА ЇХ ВЗАЄМОДІЯ.....	145
<i>Дмитрів В. І.</i> ФІСКАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ ДО МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ.....	150
<i>Журба О. Ю.</i> ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ, ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК КРАЇНИ.....	156
<b>БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ</b>	
<i>Воуко R. V.</i> XBRL – DIGITAL STANDARD FOR FINANCIAL REPORTING SUBMISSION.....	161
<i>Калайтан Т. В.</i> ГЕНЕЗИС ТА РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ КОНТРОЛІНГУ.....	166

## СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

УДК 339.138: 378

Дайновський Ю. А.,  
д.е.н., проф., завідувач кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Семак Б. Б.,  
д.е.н., проф., проректор з наукової роботи, професор кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

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

### ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ У МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ

*Анотація.* Показано, що важливим стратегічним напрямом вдосконалення діяльності закладів вищої освіти України є діджиталізація комунікацій з потенційними і реальними клієнтами і партнерами. Запропоновано групування: споживачів вихідної маркетингової інформації за сутністю комунікаційних зв'язків із закладом вищої освіти; існуючих засобів Інтернет-комунікацій за можливістю їх використання у вищій освіті. Наведено перелік основних напрямів комунікацій закладів вищої освіти з клієнтами і контактними аудиторіями. Показано, що обґрунтоване визначення напрямів застосування цифрових комунікацій у процесі надання послуг вищої освіти і способів посилення впливу цих комунікацій на споживачів освітніх послуг становитимуть вагомий підґрунтя для досягнення закладами вищої освіти стабільної конкурентної позиції на ринку.

**Ключові слова:** вища освіта, маркетинг послуг, цифрові комунікації, комунікаційні стратегії.

Daynovskyy Y. A.,  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Semak B. B.,  
Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector for Research, Professor of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

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

### DIGITAL COMMUNICATION STRATEGIES IN MARKETING OF HIGHER EDUCATION SERVICES

*Abstract.* It is shown that the important strategic direction of improving the activity of higher education institutions of Ukraine is the digitalization of communications with potential and real clients or partners. Grouping is proposed: consumers of initial marketing information on the essence of communication links with the higher education institution; existing means of Internet communications on the possibility of their use in higher education. The list of the main directions of communication of higher education institutions with clients and contact audiences is given. It is shown that the substantiated determination of the directions of the digital

*communications application in the process of providing higher education services and ways to increase the impact of these communications on the consumers of educational services will create a solid ground for achieving a stable competitive position of higher education institutions in the market.*

**Key words:** higher education, marketing of services, digital communications, communication strategies.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-01>

**Постановка проблеми.** Важливим стратегічним напрямом вдосконалення діяльності закладів вищої освіти (ЗВО) України є діджиталізація комунікацій як з потенційними, так і з реальними клієнтами і партнерами. Перехід в online стає все більш розповсюдженим трендом у діяльності підприємств різних галузей економіки, усе більше напрямів господарської діяльності зараз вже просто не можуть існувати без Інтернет-комунікацій. У цьому плані заклади вищої освіти зобов'язані шукати нові віртуальні форми своєї діяльності навіть не для того, щоб ставати лідерами у створенні нових бізнес-моделей, а для того, щоби принаймні не відставати від вимог часу і не розгубити споживачів створюваного ними особливого товару – знань, які формують фахівців у найрізноманітніших сферах діяльності. У сьогоднішніх реаліях не тільки підвищення, але просто збереження досягнутого рівня якості навчання примушує впроваджувати Інтернет-технології в освітній процес, важливим елементом яких стають Інтернет-комунікації, які прийнято ще називати цифровими комунікаціями. Приділення належної уваги Інтернетизації освіти дозволить створювати такі моделі і реальну практику підготовки фахівців з вищою освітою, які б найкращим чином гарантували випусникам професійне визнання в Україні і на європейському ринку праці, а також відповідний рівень соціального захисту. Отже, кожний заклад вищої освіти повинен шукати відповіді на актуальне питання про те, які види і стратегії Інтернет-спілкування обирати та які завдання при цьому вирішувати.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням сутності і ефективності використання різних видів цифрових комунікацій у маркетингу і, зокрема, у вищій освіті присвячена значна кількість праць науковців: монографій [6, 8, 12], наукових статей [2, 11, 14], матеріалів конференцій [1, 4, 5, 7, 13], ці питання висвітлені також у документах національного масштабу [9, 10], у навчальній літературі [3, 15].

Прикро, що не всі автори, які займаються проблемами вищої освіти, належним чином оцінюють стратегічне значення її Інтернетизації, діджиталізації впровадження інформаційно-комп'ютерних технологій (ІКТ), дистанційної освіти, е-освіти тощо. Так, у Національній доповіді про стан і перспективи розвитку освіти в Україні цим аспектам не знайшлося місця ні серед стратегічних напрямів сучасної модернізації вищої освіти України [9, с. 117-118], ні серед дев'яти пріоритетних невідкладних дій, націлених у майбутнє, стосовно освіти загалом і вищої освіти зокрема [9, с. 190-191]. Не вказується цифровізація серед

основних тенденцій розвитку ринку продуктів вищої освіти і в окремих наукових публікаціях [5, с. 20]. У Національній стратегії розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки зазначених аспектів розвитку немає ні серед 15 пріоритетних напрямів розвитку освіти загалом [10, с. 10-11], ні серед 9 напрямів розвитку вищої освіти [10, с. 14-15], ні серед 11 напрямів модернізації освіти [10, с. 20-21], ні серед 13 очікуваних результатів реалізації Національної стратегії розвитку освіти [10, с. 36-37].

Було б неправильно сказати, що у зазначених документах питання інформатизації освіти не розглянуті взагалі, вони просто винесені в окремі розділи (5 з 192 сторінок у Національній доповіді про стан і перспективи розвитку освіти в Україні і 1,5 з 37 сторінок у Національній стратегії розвитку освіти), проте це не змінює того факту, що серед переліку стратегічних, пріоритетних напрямів розвитку цифрових технологій просто немає. У той же час інші науковці, визначаючи П'ЯТЬ кроків для реалізації успішної маркетингової стратегії в освітній сфері, ТРИ з них безпосередньо пов'язують з цифровими комунікаціями і цифровим маркетингом. Перш за все це використання соціальних медіа, адже потенційні студенти віддають перевагу тим ЗВО, які мають сильну та динамічну представницьку складову у ключових каналах соціальних мереж: Facebook, Twitter і YouTube [4, с. 82]. Не можемо не погодитися з тим, що роль цифрових технологій у сучасному стані і перспективах розвитку освітньої сфери є значно вагомішою, ніж це представлено у Національній доповіді і перед-бачено Національною стратегією розвитку освіти.

Спеціалістами відзначається, що наразі питання запровадження сучасних ІКТ в освіті включено до стратегічних державних актів з освітньої політики не як пріоритетний напрям, а лише в якості окремих завдань. Експерти звертають увагу на уповільнення створення електронних освітніх ресурсів в Україні, вони обмежено використовуються в освітніх закладах, лише незначна їх частка впроваджена в електронному освітньому просторі [9, с. 160-161].

**Постановка завдання.** Метою статті є визначення стратегічних напрямів застосування цифрових комунікацій у процесі надання послуг вищої освіти і загальних методологічних підходів щодо посилення їх ролі у маркетингу ЗВО.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На початку ХХ сторіччя Україна вийшла у світові лідери за часткою дорослого (віком від 25 років) населення з вищою освітою, а також за випуском фахівців з вищою освітою в розрахунку на 100 тис. населення. Однак, згідно з проведеним Київським міжнародним інститутом соціології дослідженням

72 % представників роботодавців відзначають, що у нинішніх випускників завищені очікування щодо зарплати, 53 % вважають, що випускниками неадекватно оцінюються власні здібності, 51 % побачили у них завищені кар'єрні очікування [9, с. 106]. Таким чином, проблеми з якістю підготовки фахівців ще вимагають подальшого вирішення. Одним із шляхів підвищення якості вищої освіти є застосування у процесі навчання Інтернет-комунікацій ЗВО зі споживачами освітніх послуг.

На відміну від комунікацій традиційних, в умовах цифрових комунікацій переосмислюється просторовий контекст взаємозв'язків, які охоплюються цими комунікаціями, виникають нові освітні технології і стратегії, нові форми освіти і педагогічні підходи. Цифрові комунікації орієнтовані на глобальні потоки людей, інформації, знань, технологій, продуктів, на функціонування у режимі реального часу. Внаслідок надзвичайної мобільності інформації і знань сфера вищої освіти вважається більш глобалізованою, ніж економічна. Оскільки університети багатьох країн орієнтуються нині на глобальний ринок, основне зростання кількості їх студентів відбувається завдяки міжнародній мобільності [1, с. 7]. Глобальні наукові комунікації стають каталізаторами і наукового співробітництва, вони дають можливість працювати віртуальним дослідницьким, науковим і проектним групам, що скорочує не тільки тривалість процесів досліджень і розробок, але і пов'язані з ними витрати.

Можна говорити про існування певного макро- і мікросередовища діяльності конкретних закладів вищої освіти. Макросередовище представлено факторами, на які окремих ЗВО не має впливу або цей вплив дуже обмежений (економічна і демографічна ситуація у країні, стан існуючої нормативної бази тощо). У цьому плані маркетингова діяльність ЗВО має дуже обмежену сферу застосування, тут доцільніше говорити про "вихідний" комунікаційний потік і, відповідно, ЗВО не може регулювати, буде цей потік цифровим чи нецифровим. Мікросередовище формують усі ті аспекти освітньої діяльності, які повністю або принаймні суттєво залежать від конкретного ЗВО, зокрема від його маркетингових комунікацій і прийнятих стратегій. Ступінь оцифрованості цього "вихідного" комунікаційного потоку повністю залежить від ЗВО.

У мікросередовищі маркетингу ЗВО можна виділити три категорії споживачів вихідної інформації. Цифрові комунікаційні стратегії ЗВО повинні пристосовуватися до особливостей цих категорій.

По-перше, це студенти, які є клієнтами ЗВО. Їм цифрові комунікації необхідні для отримання знань шляхом ознайомлення з навчальним матеріалом з усіх предметів, передбачених навчальними планами, з відповідною основною і додатковою літературою, завданнями, які належить виконати. Крім того, цифрові комунікації є для них зручною формою зворотного зв'язку, за допомогою якого вони можуть не тільки прозвітуватися про виконанні завдання, але і отримати підтвердження ступеня успішності їх виконання і відповідні оцінки. Не менш важливою є можливість інтерактивного

спілкування з викладачем у процесі виконання завдань.

По-друге, це потенційні і реальні абітурієнти, більшості з яких саме в online-режимі зручніше отримувати дані про пропоновані спеціальності, освітні програми, навчальні плани, дані про організацію роботи ЗВО, освітні, наукові, культурні, спортивні та інші події, що у ньому відбуваються, а також безпосередньо під час вступної кампанії – дані про кількість поданих заяв, конкурс і, відповідно, про зарахування або незарахування конкретного абітурієнта.

По-третє, електронні комунікації дозволяють донести актуальну і своєчасну інформацію до такої частини маркетингового мікросередовища, як контактні аудиторії, якими можна вважати засоби масової інформації, роботодавців, батьків абітурієнтів і студентів, підприємства, що є базами практики, усіх, хто ознайомлюється з діяльністю ЗВО через соціальні мережі. Загалом слід зазначити, що саме Інтернет-комунікації принципово змінюють склад контактних аудиторій як елементу мікросередовища маркетингу, залучаючи до них усіх осіб, які цілеспрямовано чи випадково отримують з Інтернету певну інформацію про ЗВО і часто долучаються до подальшого поширення цієї інформації, мимоволі реалізуючи стратегію вірусного маркетингу.

Роль маркетингових комунікаційних стратегій, і особливо з застосуванням стратегій цифрових комунікацій у плані проведення профорієнтаційної роботи, суттєво зросла з впровадженням ступеневої освіти. Ще років десять-п'ятнадцять тому менталітет українських споживачів послуг вищої освіти переважно був зорієнтований на сприйняття освітньо-кваліфікаційного рівня "бакалавр" не як базової вищої освіти, а як неповноцінної, незакінченої вищої освіти. Внаслідок цього переважна більшість випускників-бакалаврів продовжувала навчання в магістратурі і освітні заклади не "втрачали клієнтів" на п'ятому-шостому роках навчання. Проте у подальшому зростала кількість випадків, коли студенти, виходячи з матеріальних міркувань, з сімейних обставин або у зв'язку з влаштуванням на роботу, завершивши бакалаврат, відмовлялися від подальшого навчання в магістратурі або відклали цю стадію свого навчання на майбутнє. Зараз у зв'язку з введенням ЗНО при вступі у магістратуру розрив між кількістю випускників бакалаврату і кількістю тих, хто буде навчатися у магістратурі, суттєво збільшиться, адже частина потенційних абітурієнтів, об'єктивно оцінюючи свої знання, відмовляться від ЗНО, а ще частина не зможуть його успішно здати. Відповідно, відбувається розгалуження маркетингових стратегій ЗВО стосовно забезпечення набору на 1 курс, продовження навчання після отримання диплому бакалавра і залучення на навчання бакалаврів, які перервали процес навчання після отримання базової вищої освіти. Якщо додати до цього необхідність проведення профорієнтаційної роботи серед молодших спеціалістів, які поступатимуть на бакалаврат за скороченою формою навчання, то виявляється, що

ЗВО повинні суттєво збільшувати масштаби свого комунікаційного впливу на абітурієнтів, що у сучасних умовах є неможливим без впровадження ефективних цифрових комунікаційних каналів.

У світі і в Європі далеко не всі бакалаври прагнуть до навчання у магістратурі. На нашу думку, зі званням українських споживачів до бакалаврських дипломів у перспективі частка студентів, які будуть припинити навчання після отримання диплому бакалавра, може збільшуватися. Отже, виявляється, що впровадження ступеневої освіти у певному сенсі може стати фактором зменшення загального контингенту студентів ЗВО і загострення суто економічних проблем ЗВО, підвищення ролі стратегічного планування і маркетингових комунікацій у забезпеченні життєдіяльності ЗВО і відповідного підвищення значимості цифрових складників даних комунікацій.

До цього слід додати, що багато ЗВО зараз прийняли стратегію активного розвитку підготовки іноземних студентів. Зокрема, формуються як підготовчі групи для вивчення іноземцями української мови з подальшим навчанням у складі звичайних україномовних студентських груп, так і групи викладачів, що викладатимуть дисципліни англійською мовою. Для роботи з іноземними студентами створюються спеціальні підрозділи, які серед своїх основних функцій повинні також реалізовувати функцію пошуку іноземних абітурієнтів і їх переконання щодо вступу у відповідний навчальний заклад. Якщо профорієнтаційна робота з українськими абітурієнтами у значній мірі відбувається через особисті зустрічі у школах, коледжах, на днях відкритих дверей, шляхом розсилки або роздачі рекламно-інформаційних матеріалів, то стосовно абітурієнтів іноземних такі форми комунікацій практично не є реальними. Комунікації з потенційними студентами за кордоном практично можливі тільки в online-режимі. Крім того, слід зважати на те, що, оскільки імовірність вступу у конкретний український ЗВО середньостатистичної іноземної молоді людини є набагато меншою у порівнянні з молоді людиною, яка проживає в Україні, слід прагнути до максимального здешевлення вартості одного рекламного контакту з потенційними закордонними студентами, що є можливим тільки за умови переведення усіх комунікаційних повідомлень у цифровий вигляд і їх розповсюдження засобами Інтернет.

Важливим аспектом удосконалення вищої освіти і приведення її до європейських стандартів є підвищення рівня науково-дослідної роботи викладачів ЗВО. У європейській вищій школі прийнято, що викладач іде в аудиторію з власним науковим доробком і навчає студентів не тільки змісту підручників, але і самому процесу творчого пошуку, вмінню оцінювати, коментувати, підтверджувати або спростовувати положення, висловлені окремими авторами. На жаль, маркетингова діяльність ЗВО в аспекті підкреслення високого наукового рівня викладання часто обмежується констатацією кількості працюючих професорів, доцентів, докторів і кандидатів наук. Слід відмітити, що у плані

комунікаційного впливу на цільову аудиторію такий підхід іноді не тільки не приносить ефекту, а, можливо, і шкодить. Справа у тому, що вже існує певний сегмент абітурієнтів, у світогляді яких наукові ступені можуть асоціюватися з переважанням теоретичної частини навчання. Більшості студентів навчання потрібне для подальшої не наукової, а практичної діяльності, тому можна висловити сумнів стосовно ефективності маркетингової аргументації, сформованої навколо частки викладачів з науковими ступенями і званнями без додаткових коментарів практичного значення цього параметра ЗВО. На наш погляд, ці аргументи наукового плану обов'язково повинні доповнюватися даними про те, що викладачі навчального закладу: стажувалися за кордоном, досконало знають сучасну практику галузі, застосовують нові методики, викладають те, що є останнім словом у напрямі підготовки студента тощо.

У цьому плані стратегія розвитку Інтернет-комунікацій, по-перше, надаватиме викладачам можливість оприлюднювати результати своєї науково-дослідної діяльності, у тому числі серед студентської молоді, що підвищуватиме як науково-практичну орієнтованість навчання, так і відповідальність авторів за презентовані у відкритому доступі матеріали власних наукових здобутків, по-друге, свідчитиме про рівень комп'ютерної кваліфікації викладачів, які володіють відповідними засобами і "йдуть у ногу з часом", і, по-третє, стимулюватиме викладачів або освоювати засоби цифрових комунікацій, або змінювати профіль своєї діяльності, переходити на іншу роботу, виходити на пенсію.

Ще один надзвичайно важливий аспект удосконалення української вищої освіти – це зміна підходів до дисциплін, які вивчаються за вільним вибором студентів. В ідеалі студент повинен мати можливість обирати курс, що пропонується у будь-якому ЗВО України або в іншій європейській країні, і переважно освоювати його в online-режимі. Це означатиме, що якщо „свій” ЗВО не пропонує бажаного курсу, студент може пройти певну частину навчання в іншому закладі з відповідною переадресацією частини оплати за навчання. Внаслідок цього конкуренція між ЗВО поглиблюватиметься до рівня окремих частин спеціальностей, вузькоспеціалізованих курсів, що може зумовити зменшення середньої кількості студентів у групі при вивченні певного конкретного вибіркового курсу і, відповідно, загострити проблему створення економічно доцільних груп. Вихід з цієї ситуації тільки один – стратегія створення повноцінних дистанційних курсів (з online-лекціями, практичними завданнями, можливістю контролю їх виконання, підсумковим контролем знань) і надання можливостей індивідуалізованого навчання з реальним вільним вибором студентом певної частини навчальних дисциплін.

Важливим трендом розвитку вищої освіти у ХХІ сторіччі є прагнення до укрупнення навчальних курсів, яке початково мало на меті зменшення загальної кількості дисциплін, що припадають на



одного викладача задля зосередження його уваги на їх підготовці, підвищення комплексності і поглиблення змістового рівня висвітлення дисциплін, точнішого формування стратегій своїх власних наукових досліджень, узгоджених із закріпленими дисциплінами. Зараз в умовах зменшення контингенту студентів і відповідного скорочення штатів викладачів вимога укрупнення дисциплін отримує додаткове суто прагматичне підкріплення, адже менша кількість викладачів просто не у змозі охопити ту саму кількість дисциплін (а іноді і більшу внаслідок диференціації навчання за спеціальностями, спеціалізаціями, освітніми програмами), вкладаючись у встановлену норму – не більше п'яти дисциплін для одного викладача. На це іноді накладаються і невинуваті передачі курсів від одного викладача до іншого, що дезорієнтує як першого, так і другого і не дає можливості якісно підготувати курси і виважено здійснювати власні стратегії своєї педагогічної і наукової діяльності. Цей організаційний аспект має велике комунікаційне значення – концентрація уваги викладача на основних для нього курсах сприяє підвищенню якості викладання і, відповідно, формуванню позитивної думки споживачів (студентів і їх оточення) про конкретного викладача, кафедру, спеціальність і навчальний заклад загалом.

З ускладненням економічної ситуації в Україні усе більше студентів, особливо старших курсів, попри те, що навчаються на денній формі навчання, влаштовуються на роботу на засадах повного або неповного робочого дня і практично не можуть систематично відвідувати усі заняття. Для таких студентів реальним вирішенням їх проблеми могло б стати дистанційне навчання. Проте ЗВО досить рідко погоджуються на ліцензування цієї форми навчання, хоча переважно широко впроваджують його елементи.

Інформація про те, що у певному ЗВО результати роботи студентів у дистанційних курсах реально стають важливим складником підсумкової семестрової оцінки або є підставою для виставлення такої оцінки без складання іспитів, без сумніву, є сильним аргументом, який може привабити у ЗВО саме тих абітурієнтів, що заздалегідь налаштовуються як на практичну роботу за спеціальністю або просто з метою заробітку, так і на активну і систематичну роботу в процесі навчання і хотіли б мати відповідні стимули. Розповсюдженою у світі і в Європі є система оцінювання, за якою підсумкову оцінку формують з суми балів поточного контролю знань і власне іспиту, проте, на наш погляд, саме з маркетингової точки зору доцільніше надавати кращим студентам можливість повністю “заробити” іспитову оцінку за результатами модульного контролю, частину якого можна було б виконати дистанційно. Фактично це була б певна маркетингова хитрість ЗВО, який фактично здійснює стратегію дистанційного навчання без його офіційного ліцензування.

Одна зі стратегій освітньої діяльності XXI сторіччя полягає в уніфікації вимог до вищої освіти на території усєї Європи. Відбувається

процес наближення рівнів освіти в різних державах (з позицій змісту, структури, вимог, якості, термінів та ін.), створення загальноєвропейської системи освіти з порівняльними національними переліками спеціальностей. Поширюється практика міжнародної мобільності студентів із зарахуванням у своєму навчальному закладі оцінок, отриманих з відповідного предмета за кордоном. У більшості країн визнаються іноземні дипломи, що дає випускнику можливість працевлаштування за кордоном за спеціальністю. Провідні світові та європейські університети пропонують окремі програми навчання повністю в online-режимі без виїзду зі своєї країни. Реалізація такої стратегії призведе до формування єдиного ринку праці вищої кваліфікації в Європі, розширення мобільності студентів, їх доступу до європейської освіти. ЗВО, які відповідатимуть європейським вимогам, зокрема впроваджатимуть стратегії дистанційного навчання, програми міжнародної мобільності, суттєво підвищать свою конкурентоспроможність на ринку освітянських послуг і покращать свої маркетингові можливості стосовно залучення цільових споживачів.

Важливим стратегічним напрямом розвитку ЗВО є впровадження цифрових комунікацій, спрямованих на полегшення працевлаштування випускників. У рамках цієї роботи може здійснюватися низка ефективних заходів щодо сприяння знаходженню контактів між випускниками і працедавцями, зокрема: нагромадження електронних банків підприємств – потенційних працедавців і посад, які є вакантними або потенційно можуть бути вакантними з можливістю ознайомлення студентів з цими вакансіями; доповнення переліків непрацевлаштованих випускників їх короткими характеристиками-резюме з метою надання права пошуку для підприємств-працедавців; організація віртуальних “ярмарків” випускників; навчання старшокурсників здійсненню Інтернет-пошуку можливостей працевлаштування тощо. Проведення такої комунікації “на виході”, якщо воно стає ефективним і відповідним чином висвітленим на сайтах ЗВО, у соціальних мережах, у свою чергу, підвищує ефективність маркетингових комунікацій із потенційними абітурієнтами “на вході” до ЗВО.

Стратегії цифрових маркетингових комунікацій необхідно формувати з врахуванням специфіки конкретних засобів цих комунікацій. Існуючі засоби Інтернет-комунікацій стосовно можливості їх використання ЗВО можна умовно розподілити на три групи.

Перша група – засоби, які традиційно використовуються більшістю навчальних закладів, забезпечують ефективність комунікацій за помірних витрат коштів, часу, інтелектуальних зусиль, це Інтернет-реклама і ПР, веб-презентації, розсилка текстової інформації, аудіо- та відеофайлів, посилань на Інтернет-ресурси, які вигідно висвітлюють діяльність ЗВО, поширення через соціальні мережі даних про поточні події з життя закладу (дні відкритих дверей, конференції, поїздки, відзначання державних і професійних свят, перемоги у

конкурсах, отримані нагороди, зустрічі з видатними людьми, виїзні заняття на підприємствах, участь у виставках, спортивні змагання тощо).

Друга група – це засоби, що використовуються рідше, вимагають багато зусиль, хоча потенційно могли б давати ефект. До цієї групи можна віднести створення спеціальних форумів, блогів, роботу з пошукової оптимізації сайтів. Складність роботи з цими засобами полягає у тому, що необхідно постійно оновлювати цікавою інформацією блоги, вишукувати цікаві теми для обговорення на форумах. Дискусійною є доцільність значних витрат на пошукову оптимізацію щодо сайтів навчальних закладів, адже на ці сайти переважно заходять, безпосередньо набираючи назву ЗВО, і значно рідше – через певні непрямі тематичні запити.

Третя група – це засоби, які ефективно працюють в інших сферах, але стосовно ЗВО рідко знаходять застосування. Так, Інтернет-стимулювання збуту (конкурси, ігри, вікторини, акції) можуть простимулювати людину зробити разову закупівлю товару, але навряд чи спрацюватимуть стосовно вибору освіти. Віртуальні ігри можуть затягнути у сам процес гри, але навряд чи переконують у перевагах певної реальної професії. Реклама в мобільних додатках, SMS і MMS-розсилка може стосуватися усіх власників мобільних гаджетів, проте реальною цільовою аудиторією для реклами конкретного ЗВО є лише мізерна їх частка.

Зараз вимагають вирішення низка проблем розвитку та впровадження ІКТ в освіті України. Серед них найбільш важливими є проблеми: впровадження єдиного освітнього інформаційного простору України; вдосконалення елементів інфраструктури регіональних інформаційних і телекомунікаційних мереж, взаємопов'язаних як між собою, так і з глобальною мережею Інтернет, що дозволить подолати “цифрову нерівність” у різних регіонах України, зокрема в сільській місцевості; підвищення рівня комп'ютерних компетентностей учасників навчального процесу (педагогічних, науково-педагогічних працівників, керівних кадрів освіти, працівників методичних служб), покращення їх мотивації щодо використання прогресивних ІКТ. Актуальним залишається питання запровадження процедури сертифікації педагогічних працівників щодо рівня володіння ІКТ [9, с. 159].

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Отже, роль цифрових технологій у розвитку освітньої сфери, яка є вагомим зараз, у подальшому буде тільки зростати, що вимагає належної уваги і сприяння з боку усіх учасників освітнього процесу.

Основними напрямками комунікацій ЗВО з клієнтами і контактними аудиторіями є:

- 1) рекламування ЗВО і його спеціальностей, освітніх програм, проведення PR-заходів;
- 2) формування і зміцнення бренду ЗВО через соціальні мережі;
- 3) спілкування з абітурієнтами та їх батьками протягом вступних кампаній;

4) забезпечення процесу навчання за денною і заочною формою шляхом надання Інтернет-доступу до навчальних планів, програм курсів, навчально-методичних матеріалів;

5) дистанційне навчання;

6) функціонування електронних інтерактивних інформаційних баз, електронних бібліотек;

7) підтримання й удосконалення сайту ЗВО і основних його підрозділів;

8) перевірка випускових і інших робіт здобувачів на плагіат;

9) допомога у працевлаштуванні;

10) забезпечення зворотного зв'язку за усіма зазначеними вище напрямками.

Проведення досліджень стосовно рівня впливу окремих заходів з реалізації зазначених напрямів, їх ретельне планування й організація становитимуть вагомим підґрунтям для досягнення ЗВО стабільної конкурентної позиції на ринку освітніх послуг.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Василькова Н. В. Трансформація вищої освіти в умовах мережевізації суспільства та економіки / Н. В. Василькова // Маркетингова освіта в Україні : тези IV міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 березня 2018 р. – К. : КНЕУ, 2018. – С. 6-8.

2. Грищенко І. М. Інструменти та форми маркетингової комунікації на ринку освітніх послуг / І. М. Грищенко, Н. А. Крахмальова // Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України. – К. : Вісник КНУТД. – 2012. – № 4. – С. 298-307.

3. Гуржій А. М. Створення електронних підручників: проблеми і завдання / А. М. Гуржій, О. М. Топузов, В. П. Волинський // Педагогіка і психологія. Вісн. НАПН України. – 2014. – № 2. – С. 52-57.

4. Драчук Ю. З. Шляхи актуалізації маркетингу освітніх послуг в умовах глобалізаційної економіки / Ю. З. Драчук, Л. О. Слав'юк // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доп. XII Міжнар. наук.-практ. конф. 25-27 жовтня 2018 р. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. – С. 80-83.

5. Жегус О. В. Розвиток ринку продуктів вищої освіти в Україні: стан і наслідки для закладів вищої освіти / О. В. Жегус // Маркетингова освіта в Україні : тези IV міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 березня 2018 р. – К. : КНЕУ, 2018. – С. 18-21.

6. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань : монографія / С. М. Ілляшенко. – Суми: ТОВ “Діса плюс”, 2016. – 192 с.

7. Крулевський А. В. Цифровий маркетинг як майбутня альтернатива традиційному маркетингу / А. В. Крулевський, Т. М. Борисова // Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доп. XII Міжнар. наук.-практ. конф. 25-27 жовтня 2018 р. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. – С. 141-142.

8. Матвіїв М. Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти : монографія /

М. Я. Матвіїв. – Тернопіль : Економічна думка, 2007. – 448 с.

9. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні / Нац. акад. пед. наук України; [за заг. ред. В. Г. Кременя]. – К. : Педагогічна думка, 2016. – 448 с.

10. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://meduniv.lviv.ua/files/info/nats\\_strategia.pdf](http://meduniv.lviv.ua/files/info/nats_strategia.pdf).

11. Окландер М. А. Напрямки модернізації маркетингової освіти в Україні / М. А. Окландер // Маркетинг в Україні. – 2015. – № 5 (92). – С. 59-65.

12. Рашкевич Ю. М. Болонський процес та нова парадигма вищої освіти : монографія / Ю. М. Рашкевич. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 168 с.

13. Савицька Н. Л. Маркетингова діяльність закладу вищої освіти: теоретичні засади та сценарії розвитку / Н. Л. Савицька // Маркетингова освіта в Україні : тези IV міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 березня 2018 р. – К. : КНЕУ, 2018. – С. 26-28.

14. Телетов О. С. Стан і проблеми в маркетинговій діяльності в науці і освіті України / О. С. Телетов // Економічний вісник НТТУ “КПІ”. – 2014. – № 11. – С. 435-439.

15. Чічановський А. А. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник / А. А. Чічановський, О. Г. Старіш. – К. : Грамота, 2010. – 568 с.

## REFERENCES

1. Vasyl'kova, N. V. (2018), Transformatsiia vyschoi osvity v umovakh merezhivizatsii suspil'stva ta ekonomiky, *Marketynhova osvita v Ukraini, tezy IV mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, 29-30 bereznia 2018 r., KNEU, K., s. 6-8.

2. Hryshenko, I. M. and Krakhmal'ova N. A. (2012), Instrumenty ta formy marketynhovoї komunikatsii na rynku osvity posluh, *Efektivnist' orhanizatsijno-ekonomichnoho mekhanizmu innovatsijnoho rozvytku vyschoi osvity Ukrainy, Visnyk KNUTD, K.*, № 4, s. 298-307.

3. Hurzhij, A. M., Topuzov, O. M. and Volyns'kyj, V. P. (2014), Stvorennia elektronnykh pidruchnykiv: problemy i zavdannia, *Pedahohika i psykhohohiia, Visn. NAPN Ukrainy*, № 2, s. 52-57.

4. Drachuk, Yu. Z. and Slav'iuk, L. O. (2018), Shliakhy aktualizatsii marketynhu osvity posluh v umovakh hlobalizatsijnoi ekonomiky, *Marketynh ta lohystyka v systemi menedzhmentu, tezy dop. XII Mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, 25-27 zhovtnia 2018 r., *Vydavnytstvo L'viv'skoi politekhniki, L'viv*, s. 80-83.

5. Zehus, O. V. (2018), Rozvytok rynku produktiv vyschoi osvity v Ukraini: stan i naslidky dlia zakladiv vyschoi osvity, *Marketynhova osvita v Ukraini, tezy IV mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, 29-30 bereznia 2018 r., KNEU, K., s. 18-21.

6. Illiashenko, S. M. (2016), *Innovatsijnyj rozvytok: marketynh i menedzhment znan', monohrafiia, TOV "Disa plus"*, Sumy, 192 s.

7. Krulevs'kyj, A. V. and Borysova, T. M. (2018), Tsyfrovyj marketynh iak majbutnia al'ternatyva tradytsijnomu marketynhu, *Marketynh ta lohystyka v systemi menedzhmentu, tezy dop. XII Mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, 25-27 zhovtnia 2018 r., *Vydavnytstvo L'viv'skoi politekhniki, L'viv*, s. 141-142.

8. Matviiv, M. Ya. (2007), *Marketynh znan': metodolohichnyj ta orhanizatsijnyj aspekty, monohrafiia, Ekonomichna dumka, Ternopil'*, 448 s.

9. *Natsional'na dopovid' pro stan i perspektyvy rozvytku osvity v Ukraini (2016)*, *Nats. akad. ped. nauk Ukrainy, za zah. red. V. H. Kremenia, Pedahohichna dumka, Kyiv*, 448 s.

10. *Natsional'na stratehiia rozvytku osvity v Ukraini na 2012–2021 roky*, [Online], available at: [http://meduniv.lviv.ua/files/info/nats\\_strategia.pdf](http://meduniv.lviv.ua/files/info/nats_strategia.pdf)

11. Oklander, M. A. (2015), Napriamky modernizatsii marketynhovoї osvity v Ukraini, *Marketynh v Ukraini*, № 5 (92), s. 59-65.

12. Rashkevych, Yu. M. (2014), *Bolon's'kyj protses ta nova paradyhma vyschoi osvity, monohrafiia, Vydavnytstvo L'viv'skoi politekhniki, L'viv*, 168 s.

13. Savyts'ka, N. L. (2018), *Marketynhova diial'nist' zakladu vyschoi osvity: teoretychni zasady ta stsenarii rozvytku, Marketynhova osvita v Ukraini, tezy IV mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, 29-30 bereznia 2018 r., KNEU, K., s. 26-28.

14. Tielietov, O. S. (2014), *Stan i problemy v marketynhovij diial'nosti v nauksi i osviti Ukrainy, Ekonomichnyj visnyk NTU "KPI"*, № 11, s. 435-439.

15. Chichanovs'kyj, A. A. and Starish, O. H. (2010), *Informatsijni protsesy v strukturі svitovykh komunikatsijnykh system, pidruchnyk, Hramota, K.*, 568 s.

УДК 339.138: 336.025

*Алексєєв І. В.,  
д.е.н., проф., завідувач кафедри фінансів, Національний університет “Львівська політехніка”, м. Львів*

*Басій Н. Ф.,  
к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет,  
м. Львів*

*Скоропад І. С.,  
к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, Національний університет “Львівська політехніка”,  
м. Львів*

*Скибінський С. В.,  
к.е.н., проф., професор кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний  
університет, м. Львів*

## **КОМУНІКАЦІЙНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ В ПІДВИЩЕННІ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ Й АКТИВІЗУВАННІ ВНУТРІШНІХ ІНВЕСТИЦІЙ**

***Анотація.** У статті розглянуто можливі заходи, інструменти маркетингових комунікацій, спрямованих на досягнення фінансової грамотності населення і активізування ним внутрішнього інвестування в економіку країни. Критикується диспропорція переважання зовнішніх інвестицій над внутрішніми, наводяться причини гальмування останніх. Серед них звужене трактування фінансової грамотності населення, основна причина якого - недовіра населення до держави і фінансових інституцій, спричинена застосованими в минулому способами і діями відносно залучення коштів населення. Пропонуються: маркетингові комунікації, засновані на демократичних, ринкових засадах; варіанти суб'єктів, комунікаторів на макро- та мікрорівні; потенційна структура адресатів, користувачів маркетингових комунікацій, а також фактів соціологічного виміру, характеристики адресатів для результативнішої співпраці з ними. Зроблено висновок про можливість активізування внутрішніх інвестицій з підвищенням фінансової грамотності населення, застосовуючи маркетингові комунікації.*

**Ключові слова:** маркетингові комунікації, фінансова грамотність населення, внутрішнє інвестування, адресати і суб'єкти маркетингових комунікацій, фактори соціологічного виміру, соціуми.

*Alekseev I. V.,  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Finance, Lviv Polytechnic National  
University, Lviv*

*Basiy N. F.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Lviv University of  
Trade and Economics, Lviv*

*Skoropad I. S.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Lviv Polytechnic  
National University, Lviv*

*Skibinsky S. V.,  
Ph.D., Professor, Professor of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and  
Economics, Lviv*

## COMMUNICATIVE MARKETING TOOLS FOR INCREASING FINANCIAL LITERACY OF POPULATION AND ACTIVATION OF DOMESTIC INVESTMENTS

**Abstract.** *The article deals with possible measures, tools of marketing communications, aimed for achieving financial literacy of the population and intensifying its domestic investment in the country's economy. The imbalance is criticized for the predominance of foreign investment over domestic, and the reasons for the inhibition of the latter are given. Among them is a narrowed interpretation of the financial literacy of the population, the main reason for which is the distrust of the population to the state and financial institutions, caused by the methods and actions used in the past regarding the attraction of public funds. Proposed: marketing communications are based on democratic, market-based principles; variants of subjects, communicators on the macro and micro levels; the potential structure of the addressees, users of marketing communications, as well as the facts of the sociological dimension, the characteristics of the recipients for more effective cooperation with them. The conclusion is made of the possibility of intensification of domestic investments with increasing financial literacy of the population, using marketing communications.*

**Key words:** marketing communications, financial literacy of the population, domestic investment, addressees and subjects of marketing communications, factors of sociological dimension, sociums.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-02>

**Постановка проблеми.** Дещо вищі й усталені темпи зростання світової економіки, властиві останньому періоду, зумовлені низкою чинників, передусім економічного й геополітичного спрямування. І чи не найголовніший із них – чинник інвестування. Ця діяльність однаково бажана і для країн, що свого часу перебували серед таких, які розвивалися (Сінгапур, Індія, Китай, Бразилія, Польща), а тепер з достатньо високорозвиненими економіками впродовж десятиліть (США, Німеччина, Великобританія, Франція). Не підлягає сумніву, що інвестування в цих країнах відіграло основну роль. У світі створено низку інституцій (МВФ, ЄБРР, Світовий банк), які на достатньо вигідних умовах кредитували країни, тобто інвестували їхні економіки, сприяли економічному зростанню.

Діяльність міжнародних інвестиційних інституцій повинна бути не тривалою. Вона має сприяти залученню інвестицій галузевих корпорацій, компаній, приватних банків та інших суб'єктів – інвесторів. Проте не менш важливо для країни залучати внутрішні інвестиції, фінансово потужніших господарюючих суб'єктів і особливо від населення, вільні кошти якого появляються вже на початкових стадіях економічного зростання. Залучення зовнішніх і внутрішніх інвестицій у країну залежить від її інвестиційного клімату, правового, економічного, морально-етичного середовища. Складнішим є інвестиційний клімат у тих країнах, в яких панували державна, а не приватна форма власності, чужа духу підприємництва ідеологія, а також розбіжності в деклараціях держави між обіцянним і діями у справі залучення інвестицій, нестійкі умови інвестування. Саме такі явища і спостерігалися впродовж майже століття в Україні. Вони і спричинили проблеми інвестиційного клімату, недовіру інвесторів, ускладнену недостатньою фінансовою грамотністю населення.

Проблеми інвестування завжди були предметом підвищеної уваги зарубіжних вчених. З набуттям

Україною незалежності, поширення приватної форми власності природно підвищується увага вчених економістів до внутрішніх інвестицій та фінансової грамотності населення як основної їх передумови. Для цього необхідні різні способи, найефективнішим серед яких є маркетингові комунікації. Проте означений напрям порівняно мало досліджений, не знайшов достатньої уваги науковців, неактуалізований.

Виходячи з таких міркувань, можна стверджувати: ця проблематика вимагає поглибленої уваги науковців університетів, практиків фінансової і маркетингової сфери.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням фінансової грамотності населення присвячені праці багатьох відомих вітчизняних науковців: Смовженко Т. С., Ломачинська І. А., Столярова А. А., Слав'янська Н., Незнамова А., Ковтун О. А., Слобода П. Я., Бонд Р., Куценко О., Лозицька Н. та ін. Найпоширенішими державними інститутами з підвищення фінансово-економічної культури, фінансової грамотності у світовій практиці є фінансові регулятори (США, Японія, Ірландія, Великобританія); центральні банки (Бельгія, Польща, Чехія, Угорщина) та ін. Вони проводять дослідження та виявляють поширеність фінансових послуг, ступінь довіри населення до інформаційного забезпечення, ризиків тощо. Зацікавленими в результатах таких досліджень є передусім: регулятори фінансового ринку (НБУ), уряд країни та особливо міністерства фінансів, економічного розвитку і торгівлі, фінансові установи, роботодавці та самі споживачі.

Проте ретроспективні дослідження причин недовіри населення до фінансових послуг, складових фінансової грамотності населення та особливо можливостей використання інструментів маркетингових комунікацій ще повною мірою не охоплені.

**Постановка завдання.** Метою даного дослідження є виявлення причин недостатньої фінансової грамотності населення, переведення негативного ставлення населення до фінансових послуг до нейтрального, а згодом і до позитивного, а також виявлення інформації за результатами соціологічного маркетингового дослідження як основи розробки дієвих програм подолання недостатньої фінансової грамотності населення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Загальновідомо, що розвиток економіки кожної країни значною мірою залежить від інвестування. Чим сприятливіший інвестиційний клімат, тим вища довіра інвесторів і тим активніше, без зайвих ризиків, вони інвестують. І, навпаки. Тому важливо застосувати відповідні комунікації, особливо поширення інформації про їх вигідність. В Україні, хоча і спостерігається пошкваллення інвестицій, але їх обсяги і структура не задовольняють. Акцентуючи на структурі інвестицій, маємо на увазі передусім внутрішні, від населення. Але їх розвиток можливий за умови ефективних комунікацій, передусім маркетингових. Вони мають бути спрямовані на підвищення фінансової грамотності населення. Остання сприяла б забезпеченню економіки країни фінансовими ресурсами. Проте підвищення фінансової грамотності за використання традиційних для минулого способів комунікацій недостатнє. А тих, що засновані на адміністративно-вольових засадах, навіть згубне.

Зусилля урядів країни були спрямовані в основному на позички МВФ, Світового банку, ЕБРР й інших міжнародних фінансових інституцій. Тому комунікації з населенням не відігравали великої ролі порівняно з тим, якби йшлося про внутрішні, від населення. Хоча перші, тобто позички у світових інституцій, мають низку переваг. Вони за певних умов надходять у найкоротші терміни і дозволяють оперативно поповнювати золотовалютні резерви, перекривати дефіцит державного бюджету та фінансувати державні програми. Але накопичуються борги з наслідками нових проблем, їх погашення. Крім того, “заробляють” на зовнішніх позичках зарубіжні позичальники, а не громадяни України, якби вони інвестували власні кошти. Для цього потрібні науково обґрунтовані комунікації, комунікатори, засоби передачі комунікацій та довіра до них населення.

Дослідженню проблем фінансової грамотності населення приділяли увагу вітчизняні і зарубіжні дослідники Кіосакі Р. Т., Бонд Р., Климчук А., Кізіма Т., Ломачинська І. А., Столярова А. А., Слав'янська Н., Незнамова А., Ковтун О. А., Слобода П. Я., Куценко О., Лозицька Н. та ін. Експерти з фінансових проблем називають потенційні внутрішні джерела поповнення фінансових ресурсів. Серед них – детінізація економіки, підвищення ефективності роботи фіскальних органів, державної митної служби. І випускають із аналітичних розрахунків внутрішні інвестиції від населення. Між тим, тільки від мігрантів, які працюють сезонно, за кордоном, за перші сім місяців 2018 року легітимно надійшло більше

7 млрд дол. США. А за деякими оцінками, вдвічі більше нелегітимно, які зберігаються в домашніх умовах, “мертвим капіталом”. Це наслідок, поряд з іншими причинами, відсутності належних комунікацій з населенням. Більше того, держава не комунікує “мовою” ринку, а й надалі свідомо замість стимулювання стримує заощадження, запроваджуючи податки на доходи з депозитів.

Привертаючи увагу до внутрішніх інвестицій населенням, ми, разом з тим, підкреслюємо необхідність активізування фінансового ринку в Україні за участі населення. Проте означеному напрямку оздоровлення державних фінансів властива іманентна низка проблем:

- недовіра населення до фінансових ринків за участі державних інституцій, яка класично викликана необізнаністю інвесторів – населення у цій сфері діяльності;

- недостатня фінансова грамотність населення, потенційних інвесторів;

- неповне і недосконале законодавство із захисту учасників фінансового ринку, користувачів фінансових послуг;

- породження у зв'язку з недостатньою фінансовою грамотністю населення багатьох інших проблем, дотичних або суміжних, різної ваги, значущості і походження.

Невпорядкованість, невисокий рівень фінансової грамотності населення розпочинається з елементарного. Досі не існує усталеного визначення поняття “фінансова грамотність населення”. За [5] останнє зводиться до обмеженого - вміти жити за коштами, щоб не залазити в борги; планувати свої майбутні доходи і витрати та вести їх щомісячний облік; володіти знаннями тих фінансових питань, які безпосередньо стосуються особистих фінансів (страхування, оподаткування, пенсійне забезпечення, комунальні платежі). Але ж назване – це лише одна, незначна і не головна частина фінансової грамотності, особливо в контексті інвестування населення. До того ж, запропоноване орієнтування фінансової грамотності зосереджене на раціональному використанні і зароблених коштів, а не на їх збільшенні за рахунок операцій на фінансовому ринку, скориставшись системою маркетингових комунікацій.

Разом з тим, у країнах з розвиненим фінансовим ринком, наданням фінансових послуг активного залучення населення прийшли до розуміння того, що освічені, впевнені в собі громадяни, які спроможні взяти на себе більшу відповідальність за особисті фінанси та відігравати активнішу роль на ринку фінансових послуг, формують міцну основу для успішного розвитку суспільства [7]. Ця ж думка висловлена всесвітньовідомим Кіосакі Р.: “Якщо ви бажаєте бути багатим, вам потрібно стати фінансово грамотним” [9].

Про напрями дій у галузі фінансової грамотності свідчать пропозиції окремих авторів [10]. Зокрема вони пропонують досягти грамотного підходу до коштів, обліку і ретельного їх планування, здійснювати співпрацю з фінансовими установами та інвестиції. Проте без відпрацьованої системи

комунікацій у цій сфері успіх важко уявити. Незважаючи на звужене розуміння методів покращення фінансової грамотності, автори все ж серед всього виокремлюють знання в області інвестицій, наголошуючи, що це найскладніша їх частина, пов'язана з великими ризиками. Щоб їх уникнути або зменшити вплив на кінцевий результат, важливі маркетингові комунікаційні заходи. Натомість рекомендують користуватися послугами особистого фінансового консультанта. Тим самим спрощується досягнення цілі – набуття населенням основ фінансової грамотності. Щоправда, подібний підхід впродовж великого періоду практикується у правовій сфері, коли населення користується послугами постійного особистого, сімейного адвоката або адвоката за виникнення правового прецеденту. В фінансовій же сфері, яка суттєво відрізняється від правової, ефективність послуг консультанта досить сумнівна. Консультації з приводу придбання або продажу акцій, “три” на курсових різницях валюти видаються недоречними. Тут необхідні, з одного боку, системні комунікації а, з іншого, – знання. І, найголовніше – довіра населення до згаданих комунікацій. Саме довіра до фінансового ринку, фінансових послуг впродовж кількох поколінь втрачалася. Основні причини цього наступні:

- у післявоєнні роки дискредитоване придбання населенням облігацій внутрішнього державного займу на сотні мільярдів рублів, зовсім обезцінених через декілька десятиліть на момент їх погашення;

- грошова реформа 1961 року та обмін банкнот номіналом сто рублів призвели до чергових втрат заощаджень населення в державних банках та особливо тих, які зберігалися в домашніх умовах;

- втрата населенням України більше 131,96 млрд. руб. в Ощадбанку СРСР (за тодішнім курсом 1 дол. США дорівнював 64 копійки, поза уявну суму) у зв'язку з розпадом СРСР [2];

- втрати населення в новітній період, з набуттям Україною незалежності (економічних криз 1998 р., 2008 р. і 2014 р. та у зв'язку з так званім “банкопадом”);

- втрата населенням коштів внаслідок фінансових пірамід та коштів, інвестованих будівельним компаніям у будівництво власного житла.

Проте ситуація на фінансовому ринку новітнього, останнього періоду, суттєво змінюється, простежуються позитивні тенденції, передусім на макrorівні. Цьому сприяли:

- безвізовий режим для громадян України, який спонукав до розвитку туризму, масової трудової міграції населення, котре все більше переконувалося в можливості функціонування цивілізованого фінансового ринку, за участі населення, надання фінансових послуг і значної вигоди;

- реальні кроки країни в європейському напрямі (ЕС, НАТО) та очевидні ознаки безповоротності цього процесу, а отже уникнення фінансового безправ'я громадян України;

- формування в країні фінансового ринку, невизначеність на якому, властива минулому періоду, змінюється цілковитою його прогнозованістю навіть

у складних внутрішньополітичних, економічних і соціальних умовах;

- стійка тенденція збільшення заощаджень населення в банках, стабілізація курсу національної валюти тощо.

Стосовно ж мікрорівня, то позитивні зрушення на фінансовому ринку не так помітні.

Позитивні зміни на макро- та мікрорівні в контексті участі населення на фінансовому ринку країни повинні супроводжуватися ефективними методами підвищення фінансової грамотності населення. Один із них цілком демократичний, ринковий за змістом – маркетинговий. Цей метод вже апробований українськими компаніями на світових ринках споживчих і виробничих товарів, а також некомерційними суб'єктами, у політичній і багатьох інших сферах функціонування суспільства. Саме завдяки інструментам маркетингових комунікацій на ринки західних країн у короткий термін вийшли провідні українські компанії, виробники продуктів харчування, а також високотехнологічних виробів – літаків, двигунів, турбін, військової і космічної техніки та ін.

Потенційними суб'єктами маркетингових комунікацій у справі підвищення фінансової грамотності населення з нашого погляду на макrorівні можуть виступити НБУ з певними функціями модератора, а також міністерства і відомства країни. Зокрема, фінансів, економічного розвитку і торгівлі, освіти і науки, юстиції й ін. А на мікрорівні – органи місцевого самоврядування, клуби, об'єднання фінансового спрямування, регіональні служби зайнятості, навчальні заклади, а також підприємства бізнесу. Функції і завдання кожного суб'єкта слід передбачити відповідними положеннями в державних програмах. Головне завдання на початковій стадії – повернути ставлення населення від “вкрай негативного”, яке все ще властиве для значної частини населення, хоча б до “нейтрального” та у перспективі до “позитивного”, тобто готових до участі на фінансовому ринку, використовувати фінансові послуги, та інвестування. Тоді у громадян виникнуть запити на знання специфічної сфери фінансів і реагування на маркетингові комунікації. Навпаки, всілякі маркетингові комунікації без належних знань в цій галузі не дадуть бажаного результату.

Слід врахувати, що адресат маркетингової комунікації може виступати в різних іпостасях: вкладника коштів (у нерухомість, дорогоцінні метали, облігації державного займу, акції підприємств, а також на депозитах банків); позичальника коштів (у державних і приватних банках та інших кредитних установах); платника (податків, комунальних послуг, штрафів тощо); застрахованого (майна, бізнесу, здоров'я); учасника (торгів на біржах, фондового ринку цінних паперів і ін.).

Різноваріантність адресатів маркетингових комунікацій схиляє до висновку, що будь-яким заходам у сфері маркетингових комунікацій повинні передувати дослідження. У зв'язку з цим необхідно окреслити коло фактів соціологічного виміру потенційного споживача фінансових послуг, якщо

дослідження стосуються соціуму, людини. Ці дослідження як основа прийняття рішень щодо маркетингових комунікацій дадуть інформацію про:

- соціально-демографічний статус учасника ринку відповідного напрямку, з якого необхідна фінансова грамотність, його вік, освіту, професію, рід занять, доходи, стиль, спосіб життя й ін.;

- факти свідомості, тобто наміри щодо участі в цих комунікаціях, факторів стримувального і заохочувального характеру, побажання щодо різних аспектів цієї справи;

- поведінку соціуму в пропонуваніх маркетингових комунікаціях, участь або відмови від них та причини, що зумовили таке рішення, в оцінці діяльності модераторів і організаторів комунікацій, власні пропозиції тощо;

- сприйняття маркетингових комунікацій і їх застосування, пропозицій, враження (вигідно або не вигідно, задоволення або розчарування, вигреш або програв), впливи участі в комунікаціях на власне здоров'я, на виконання функцій за основним місцем роботи, регульованих дій урядових і неурядових структур і організацій, а також громадськості.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Узагальнюючи наведені аргументи, можна зробити висновок: застосування ефективних маркетингових комунікацій, спрямованих на попередньо визначену цільову аудиторію, адресатів, сприятиме розробці відповідних комплексних заходів, обґрунтованих програм щодо фінансової грамотності населення, активізування внутрішніх інвестицій населення; варто вносити коригувальні дії в уже діючі програми і досягати успіху.

Подальші дослідження повинні проводитися у напрямі вивчення цільової аудиторії споживачів фінансових послуг, змін, що відбуваються в їх поведінці, а також умов різних інституцій, на яких ці послуги надаються.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Ломачинська І. А. Фінансова грамотність як основа оптимізації фінансової поведінки в умовах глобальної трансформації / Ломачинська І. А. // Вісник ОНУ ім. І.І. Мечникова. – 2011. Т. 16 (Вип. 20). – С. 116-124.

2. В Уряду вимагають відновити компенсації заощаджень Ощадбанку СРСР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://zik.ua/news/2017/03/07/v\\_uryadu\\_vymagayut\\_vidnovyty\\_kompensatsii\\_zaoshchadzhen\\_oshchadbanku\\_srsr\\_1056587](https://zik.ua/news/2017/03/07/v_uryadu_vymagayut_vidnovyty_kompensatsii_zaoshchadzhen_oshchadbanku_srsr_1056587).

3. Слав'янська Н. Підвищення фінансової грамотності: комерційний проєкт чи державна необхідність? / Слав'янська Н., Незнамова А. // Вісник НБУ. – 2013. – Квітень. – С. 31-35.

4. Ковтун О. А. Інформаційна культура як фактор довіри населення до фінансових установ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>.

5. Підвищення фінансової грамотності населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

[https://stud.com.ua/21410/finans/pidvischennya\\_finance\\_gramotnosti\\_naselennya](https://stud.com.ua/21410/finans/pidvischennya_finance_gramotnosti_naselennya).

6. Слобода Л. Я. Фінансова грамотність як чинник забезпечення ефективності використання банківського капіталу / Слобода Л. Я. // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – №2. – С. 297-302.

7. Кізима Т. Фінансова грамотність населення. Фінансова поведінка домогосподарств: аспекти взаємовпливу / Кізима Т., Шаманська О. // Світ фінансів. – 2014. – №1.

8. Птащенко Л. О. Підвищення рівня фінансової грамотності населення: міжнародний досвід / Птащенко Л. О., Шабардіна А. М. // Економіка і регіон / Полтавський національний технічний університет ім. Ю. Кондратюка. – 2014. – №1.

9. Кличук А. Фінансова грамотність населення України залишає бажати кращого [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://iqholding.com.ua/articles/finansova-gramotnist-naselennya-ukraini-zalishae-bazhati-krashchogo>.

10. Фінансова грамотність. Які інструменти допоможуть нею оволодіти? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vseprogroshi.com.ua/finansova-gramotnist-yaki-instrumenti-dopomozhute-yu-ovoloditi.html>.

11. Біденко С. Фінансова грамотність українців: було б чим керувати [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/columns/2017/10/24/630390/>.

12. Черній І. Фінансова грамотність як спосіб відновлення довіри до банківської системи України : Всеукраїнська студентська науково-технічна конференція “Природничі та гуманітарні науки актуальні питання” / Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/12514/2/Conf\\_2015v2\\_Chernii\\_I-Financial\\_literacy\\_as\\_a\\_104-105.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/12514/2/Conf_2015v2_Chernii_I-Financial_literacy_as_a_104-105.pdf).

13. Оцініть фінансову грамотність українців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vseprogroshi.com.ua/ocinit-finansovu-gramotnist-ukrayinciv.html>.

#### REFERENCES

1. Lomachyn'ska, I. A. (2011), Finansova hramotnist' iak osnova optyimizatsii finansovoi povedinky v umovakh hlobal'noi transformatsii, Visnyk ONU im. I. I. Mechnykova. T. 16 (Vyp. 20). - S. 116-124.

2. V Uriadu vymahaiut' vidnovyty kompensatsii zaoschadzhen' Oschadbanku SRSR, available at : [https://zik.ua/news/2017/03/07/v\\_uryadu\\_vymagayut\\_vidnovyty\\_kompensatsii\\_zaoshchadzhen\\_oshchadbanku\\_srsr\\_1056587](https://zik.ua/news/2017/03/07/v_uryadu_vymagayut_vidnovyty_kompensatsii_zaoshchadzhen_oshchadbanku_srsr_1056587).

3. Slav'ians'ka N. and Neznamova A. (2013), Pidvyschennia finansovoi hramotnosti: komertsijnyj proekt chy derzhavna neobkhdnist'?, Visnyk NBU, Kvitent'. S. 31-35.

4. Kovtun, O. A. Informatsijna kul'tura iak faktor doviry naselennia do finansovykh ustanov, available at : <http://www.nbu.gov.ua>.



5. Pidvyschennia finansovoi hramotnosti naselelnia, available at : [https://stud.com.ua/21410/finans/pidvischennya\\_finansovoyi\\_gramotnosti\\_naselelnya](https://stud.com.ua/21410/finans/pidvischennya_finansovoyi_gramotnosti_naselelnya).

6. Sloboda, L. Ya. (2011), Finansova hramotnist' iak chynnyk zabezpechennia efektyvnosti vykorystannia bankivs'koho kapitalu, Visnyk Universytetu bankivs'koi spravy Natsional'noho banku Ukrainy, №2, s. 297-302.

7. Kizyma T. and Shamans'ka O. (2014), Finansova hramotnist' naselelnia. Finansova povedinka domohospodarstv: aspekty vzaiemovplyvu, Svit finansiv, №1.

8. Ptaschenko, L. O. and Shabardina, A. M. (2014), Pidvyschennia rivnia finansovoi hramotnosti naselelnia: mizhnarodnyj dosvid, Ekonomika i rehion, Poltav's'kyj natsional'nyj tekhnichnyj universytet im. Yu. Kondratiuka, №1.

9. Klychuk A. Finansova hramotnist' naselelnia Ukrainy zalyshaie bazhaty kraschoho, available at : <http://iqholding.com.ua/articles/finansova-gramotnist-naselelnya-ukraini-zalishaie-bazhati-krashchogo>.

10. Finansova hramotnist'. Yaki instrumenty dopomozhut' neiu ovolodity?, available at : <http://vseprogroshi.com.ua/finansova-gramotnist-yaki-instrumenti-dopomozhut-neyu-ovoloditi.html>.

11. Bidenko S. Finansova hramotnist' ukrainsiv: bulo b chym keruvaty, available at : <http://www.epravda.com.ua/columns/2017/10/24/630390/>.

12. Chernij I. Finansova hramotnist' iak sposib vidnovlennia doviry do bankivs'koi systemy Ukrainy : Vseukrains'ka students'ka naukovo-tekhnichna konferentsiia "Pryrodnychi ta humanitarni nauky aktual'ni pytannia" / Ternopil's'kyj natsional'nyj tekhnichnyj universytet im. Ivana Puliuia, available at : [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/12514/2/Conf\\_2015v2\\_Chernii\\_I-Financial\\_literacy\\_as\\_a\\_104-105.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/12514/2/Conf_2015v2_Chernii_I-Financial_literacy_as_a_104-105.pdf).

13. Otsinit' finansovu hramotnist' ukrainsiv, available at : <http://vseprogroshi.com.ua/ocinit-finansovu-gramotnist-ukrayinciv.html>.

УДК 339.3

Мельник І. М.,

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

## ПРОСТОРОВО-ТЕРИТОРІАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ СФЕРИ ТОВАРНОГО ОБІГУ В УКРАЇНІ

*Анотація.* У статті аналізуються регіональні аспекти соціально-економічної модернізації сфери товарного обігу України. Виявлено істотні диференціації з-поміж областей держави як за її обсягами, так і ефективністю функціонування, що призводить до нераціонального розміщення та експлуатації базових об'єктів і елементів інфраструктури сфери товарного обігу, послаблення покриття територій держави відповідною товарною пропозицією, зниження швидкості та якості товароруху, підвищення рівня його витратомісткості, погіршення якості задоволення потреб підприємств та населення у товарах і послугах. Визначено, що в соціальному аспекті спостерігаються міжрегіональні диспропорції за обсягами роздрібного товарообороту на душу населення, забезпеченістю населення об'єктами торгівлі та торговими площами, робочими місцями в галузі торгівлі; в економічному – за обсягами товарообороту в розрахунку на одного зайнятого та один м<sup>2</sup> торгової площі, кількістю торгових місць на ринках та оборотністю товарів.

**Ключові слова:** сфера товарного обігу, соціально-економічна модернізація, Україна, регіон, диференціація, товарооборот.

Melnyk I. M.,

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

## SPATIALLY-TERRITORIAL FEATURES OF SOCIO-ECONOMIC MODERNIZATION OF THE COMMODITY CIRCULATION SPHERE IN UKRAINE

*Abstract.* The article analyzes the regional aspects of the socio-economic modernization of the commodity circulation sphere in Ukraine. Significant differentiations among the regions of the state, both by volumes and the efficiency of functioning, are revealed, which leads to the inappropriate allocation and operation of the basic infrastructure objects and elements of the commodity circulation sphere, the reduction of the state territories coverage by the relevant commodity offer, the decrease of the quickness and quality of the commodity circulation, increase in the costs level, deterioration of the quality of the needs satisfaction of enterprises and the population in goods and services. It has been determined that in the social aspect the interregional disproportions are observed in terms of retail turnover per capita, the provision of the population by objects of trade and trading areas as well as by jobs in the field of trade; in economic terms - turnover per one employed and one m<sup>2</sup> of trading area, the number of trading places in the markets and the commodity circulation.

**Key words:** commodity circulation sphere, socio-economic modernization, Ukraine, region, differentiation, commodity turnover.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-03>

**Постановка проблеми.** Для вітчизняної сфери товарного обігу характерні позитивні аспекти та тенденції функціонування й розвитку. Проте перешкодами і недоліками як подальшого поступу, так і більш якісної реалізації функцій сфери

товарного обігу залишаються висока імпортозалежність, нестабільність пропозиції на внутрішньому ринку конкурентоспроможного вітчизняного продукту, сповільнення швидкості товароруху, низька ланковість торгівлі тощо.

Разом з тим, висновки, зроблені в підсумку аналізу стану, тенденцій розвитку, характеристик та структурних аспектів функціонування і проявів модернізації сфери товарного обігу, об'єктивно неповні без урахування їх просторово-територіальних особливостей, передусім в регіональному аспекті. У цілому позитивні передумови та параметри розвитку можуть виявитися навіть деструктивними для збалансованого поступу внутрішнього ринку, сфери обігу товарів (послуг), системи національного господарства в цілому. Мова йде про надмірні регіональні диференціації й диспропорції соціально-економічного розвитку, критичні розриви у ключових показниках між найбільш та найменш розвиненими й інвестиційно привабливими територіями держави, недосконале розміщення продуктивних сил та виробничих відносин і занепад унаслідок цього значної частини територій країни. З огляду на це актуальним є дослідження регіональних аспектів соціально-економічної модернізації сфери товарного обігу в Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам функціонування та розвитку сфери товарного обігу присвячено дослідження багатьох науковців. Серед них можна виділити наукові праці: А. Мазаракі [1; 2], що висвітлюють соціально-економічний зміст торговельної діяльності, тенденції розвитку внутрішньої торгівлі в Україні, наслідки низького платоспроможного попиту; В. Апопія [3], де досліджено вплив економічної глобалізації на сферу внутрішньої торгівлі; М. Барни [4], в яких обґрунтовано принципи, методи і способи регулювання процесів трансформації системи внутрішньої торгівлі; В. Лагутіна [5], які пов'язані зі структурно-інституціональною трансформацією внутрішньої торгівлі.

У той же час, незважаючи на корисність здобутків цих та інших учених для вирішення проблем розвитку сфери товарного обігу в Україні на сучасному етапі, їх недостатньо для адаптації цього сектора економіки до трансформаційних змін.

**Постановка завдання.** Відповідно до обраного напрямку дослідження поставлено завдання здійснити комплексну оцінку просторово-територіальних особливостей соціально-економічної модернізації сфери товарного обігу в Україні на основі даних Державної служби статистики [6-10].

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Спостереження за обсягами роздрібного та оптового товарообороту дають підстави до попереднього висновку про наявність регіональних диспропорцій і диференціацій, що в підсумку можуть позначатися і навіть призвести до неефективного функціонування сфери товарного обігу України. Так, спостерігається істотне переважання в масштабах сфери товарного обігу м. Києва відносно решти регіонів держави. Така концентрація внутрішньої торгівлі об'єктивно негативна для збалансованого функціонування і розвитку економіки, адже призводить до надмірної ділової активності на незначній території, тоді як інші території держави стають "економічною периферією" та менш інвестиційно привабливими.

З інформації Державної служби статистики [10] чітко простежуються істотні диференціації в місткості сфери товарного обігу за областями України. Зокрема, в сегменті роздрібного товарообороту у 2017 р. переважали такі регіони, як Дніпропетровська, Харківська, Одеська, Київська, Львівська та Запорізька області. Істотні нерівномірності характерні й в динаміці, коли за 2005-2017 рр. роздрібний товарооборот у Київській області збільшився у 10,4 рази, але за цей же час в Донецькій області – лише на 39,9 %, а в Луганській області зменшився на 18,1%. У сегменті оптового товарообороту з істотним відривом переважали Дніпропетровська, Київська, Одеська, Харківська, Волинська та Донецька області. При цьому, якщо в середньому в Україні за 2005-2017 рр. обсяги оптового товарообороту збільшилися у 3,7 рази, то в низці регіонів темпи зростання були істотно вищими, до прикладу, у Волинській області – 7,0 рази, у Тернопільській області – 7,9 рази.

Наголосимо, що саме заготівельна, складська, транспортно-логістична та торговельна інфраструктура слугує як передумовою, так і наслідком регіонального та місцевого розвитку сфери товарного обігу. Зазначене підтверджується тісною кореляцією між регіонами з найбільшими обсягами і місткістю внутрішнього ринку та регіонами з найкращою забезпеченістю торговою площею магазинів [6, с.84].

У 2017 р. до регіонів з найбільшими обсягами торгової площі магазинів підприємств роздрібно торгівлі відносилися Дніпропетровська, Одеська, Харківська, Кіровоградська, Львівська та Запорізька області. Здебільшого саме для цих регіонів були характерними й позитивні темпи нарощування торговельних площ магазинів у 2005-2017 рр. У інших регіонах держави загальнообласні обсяги торгових площ магазинів не перевищували 300 тис. м<sup>2</sup>. Водночас у межах цієї інформації дещо аналогічним виглядає виокремлення Кіровоградської області, для якої характерні великі обсяги торгових площ магазинів, але водночас істотно менші обсяги товарного обігу. Очевидно, що це свідчення певного недовикористання матеріально-технічного та ресурсного потенціалу, на що слід також звернути увагу в процесі модернізації вітчизняної сфери товарного обігу.

У процесі аналізу модернізації стану сфери товарного обігу значно більшою мірою важливо констатувати не стільки конкретні значення, а також масштаби динаміки тих чи інших ключових показників, скільки ідентифікувати, виявити та оцінити її наслідки. Адже саме оцінювання наслідків модернізації дозволяє вести мову про міру її успіху, а також рівень впливу результатів на важливі соціальні та економічні параметри функціонування торговельно-посередницької сфери, внутрішнього ринку і національної економіки в цілому. Відповідні висновки та ще й з урахуванням регіональних особливостей надають більшої системності і практичної потенційності відповідному інформаційно-аналітичному забезпеченню державної політики в аналізованій сфері.

У табл. 1 наведено результати аналізу ключових соціальних аспектів модернізації сфери товарного обігу України. Так, загалом станом на 2017 р. обсяги роздрібного товарообороту в розрахунку на одну особу населення становили 13,8 тис. грн, що в середньому на місяць складає 1,2 тис. грн (а в еквіваленті актуального курсу дол. США – близько 40 дол. США) і не може вважатися високим значенням як в порівнянні з аналогічним показником в економічно розвинених державах, так і з реальним рівнем прожиткового мінімуму громадян.

Абсолютно нестабільною слід вважати ситуацію з тенденціями зміни показника роздрібного товарообороту за регіонами України, зокрема низка областей, для яких станом на 2005 р. характерними

були високі позиції, до 2017 р. опустилися до посереднього чи низького рівня і навпаки. Фактично перевищення середньодержавного значення роздрібного товарообороту в розрахунку на одну особу наявного населення у 2017 р. було характерним лише для таких регіонів, як м. Київ, Дніпропетровська, Запорізька, Київська, Львівська, Одеська та Харківська області. Це, на думку автора, є свідченням певного недоліку соціального аспекту модернізації сфери товарного обігу держави, адже у переважній більшості регіонів не вдалося забезпечити достатню частину мешканців прийнятним обсягом товарів, які вони можуть придбати в роздрібній торговельній мережі.

Таблиця 1

**Показники соціальної модернізації сфери товарного обігу за регіонами України у 2017 р.**

(складено за [6, с. 11, 78, 84; 8, с. 429-431; 9, с. 23, 147-150])

Регіони	Показники				
	Роздрібний товарооборот на одну особу населення, тис. грн	Забезпеченість населення об'єктами роздрібно торгівлі, од. на 10 тис. осіб	Забезпеченість населення торгового площею магазинів підприємств роздрібно торгівлі, м <sup>2</sup> на 10 тис. осіб	Середньомісячна заробітна плата штатних працівників, грн	Кількість зайнятих, осіб в розрахунку на 10 м <sup>2</sup> торгової площі
Україна	13,8	9	1659	7631	5
Вінницька	8,0	10	1299	5712	6
Волинська	11,6	9	1387	4657	6
Дніпропетровська	15,8	10	1969	6182	5
Донецька	3,7	3	468	10142	8
Житомирська	9,7	10	1239	5529	8
Закарпатська	10,8	7	1360	5269	5
Запорізька	14,8	9	1658	5383	5
Івано-Франківська	8,3	7	1121	4897	7
Київська	22,0	14	2647	9112	3
Кіровоградська	10,2	12	1344	5161	5
Луганська	1,4	2	268	3956	12
Львівська	14,0	12	1670	5611	5
Миколаївська	11,6	10	1574	6598	5
Одеська	18,8	10	2607	5088	4
Полтавська	10,5	11	1399	5535	6
Рівненська	5,4	10	1382	4479	7
Сумська	8,5	8	1396	4728	6
Тернопільська	7,5	8	926	5916	8
Харківська	15,9	12	2002	4749	6
Херсонська	11,8	10	1724	6396	5
Хмельницька	9,5	10	1500	6185	6
Черкаська	10,0	9	1127	4987	7
Чернівецька	9,1	7	1119	5040	7
Чернігівська	9,7	11	1434	4767	6
м. Київ	44,2	14	4452	11982	3

Дещо кращим є стан справ із забезпеченням населення об'єктами роздрібною торгівлі. Середній по державі показник становив у 2017 р. 9 таких об'єктів на 10 тис. осіб наявного населення, що з огляду на стійку тенденцію до укрупнення підприємств, створення нових сучасних великих супер- і гіпермаркетів може вважатися порівняно високим значенням. При цьому позитивно, що забезпеченість населення об'єктами роздрібною торгівлі була вищою за середньодержавне значення одразу в 15 регіонах, але водночас і негативно, що за 2005-2017 рр. відбулося зниження цього показника в усіх без виключення регіонах нашої держави [10].

Потрібно звернути увагу на те, що в посередницькому секторі вітчизняної економіки порівняно високим є рівень оплати праці, що позитивно в контексті соціальної відповідальності його суб'єктів. Зокрема, середньомісячна заробітна плата штатних працівників тут склала у 2017 р. 7,6 тис. грн і, за виключенням промисловості, це було найвище значення серед сфер реального сектора економіки держави. Для вітчизняної торгівлі характерне й збалансоване нарощування рівня середньої заробітної плати за регіонами держави та за періодами 2005-2017 рр.

Хоча, якщо порівнювати з іншими видами економічної діяльності, то актуалізується висновок про необхідність активізації матеріального стимулювання праці персоналу, адже рівень оплати праці значно вищий у галузях інформатизації та телекомунікацій (13,8 тис. грн), фінансової та страхової діяльності (14,9 тис. грн), професійної, наукової та технічної діяльності (12,7 тис. грн), державного управління й оборони, обов'язкового соціального страхування (14,4 тис. грн), мистецтва, спорту, розваг та відпочинку (9,1 тис. грн). Більше того, рівень оплати праці у торгівлі в превалюючій кількості областей України був нижчим за середньодержавне значення цього показника, яке фактично утворилося за рахунок високих заробітних плат в секторі у Донецькій та Київській областях, м. Києві.

Відомо, що попри формування доходів громадян (у вигляді заробітної плати та інших форм винагороди за працю) важливим аспектом соціальної ролі галузі чи сектора економіки слугують масштаби створених робочих місць і забезпечення зайнятості. Слід визнати, що роль вітчизняної посередницької сфери у забезпеченні зайнятості населення висока, хоча, на погляд автора, має і потенціал до подальшого зростання. Підтвердженням високого рівня зайнятості є значення часткових показників зайнятості на підприємствах сфери товарного обігу в регіонах нашої держави. Так, у середньому на 10 м<sup>2</sup> торгової площі у 2017 р. припадало 5 осіб штатних працівників, що є високим значенням. Більше того, значення цього показника було вищим у 15 регіонах держави, а в таких областях, як Луганська, Донецька, Житомирська та Тернопільська області, – сягало близько 1 зайнятого в розрахунку на 1 м<sup>2</sup>.

Але необхідно вказати й на суттєвий недолік у зазначеному аспекті. Мова йде про зменшення загальної чисельності зайнятого в торгівлі населення, як у цілому в державі, так і за більшістю регіонів. Так, за 2005-2017 рр. чисельність зайнятих у середньому по державі тут зменшилася на 0,65 млн

осіб. Серед регіонів найбільшим був спад у Донецькій – 0,3 млн осіб, у Луганській – 0,17 млн осіб, у Харківській – 22,9 тис. осіб, у Миколаївській та у Черкаській областях – по 13,6 тис. осіб.

Позитивним наслідком соціальної модернізації вітчизняної сфери товарного обігу потрібно вважати наявність тенденцій до покращення окремих важливих параметрів, характеристик і відповідних показників. Так, у більшості регіонів України за період 2005-2017 рр. спостерігалися високі темпи зростання роздрібного товарообороту в розрахунку на одну особу наявного населення, забезпеченості населення торговою площею магазинів роздрібною торгівлі та середньомісячної заробітної плати штатних працівників. Але при цьому спостерігалися й негативні зміни, як-от – зниження рівня забезпеченості населення об'єктами роздрібною торгівлі та зменшення чисельності штатних працівників у розрахунку на 1 м<sup>2</sup> торгової площі підприємств торгівлі. Особливо негативним аспектом соціальної модернізації вітчизняної сфери товарного обігу в динамічному аспекті, на думку автора, потрібно вважати скорочення часткових показників зайнятості у регіонах України. До прикладу, за 2005-2017 рр. в середньому за областями нашої держави цей показник знизився на 29,0 %. У 2015-2017 рр. ситуація стабілізувалася, але у 2010-2017 рр. були характерними відносно високі темпи зниження – 16,7%.

Результати економічного аналізу стану і тенденцій розвитку вітчизняної сфери товарного обігу не дають достатніх підстав для оптимізму в аналізованій сфері. Так, попри те, що у 2017 р. роздрібний товарообіг у розрахунку на 1 м<sup>2</sup> торгової площі в середньому за регіонами України становив 83,4 тис. грн, у більшості областей цей показник був значно нижчим (до прикладу, у Луганській області – 55,2 тис. грн (на 33,8 % менше), у Вінницькій області – 60,0 тис. грн (на 28,1 % менше), у Сумській області – 63,4 тис. грн (на 23,9 %)), а коефіцієнт диференціації значень у регіонах з найвищим (м. Київ) та найнижчими (Луганська область) рівнями – 1,9 (табл. 2); диференціації посилюються й з огляду на нерівномірні темпи зростання аналізованого показника за регіонами.

У більшості областей України зберігається високий рівень імпортозалежності сфери товарного обігу, що негативно, адже це призводить до узалежнення що споживання, що розвитку виробничого комплексу, що функціонування суб'єктів посередницької ланки від обсягів та структури імпортного постачання. Звернімо увагу, що якщо в середньому в Україні частка товарів, виготовлених на території нашої держави, у структурі роздрібного товарообороту торгової мережі становила у 2017 р. 52,3 %, то у таких областях, як Вінницька (47,3 % та на 5,0 в. п. менше), Одеська (49,8 % та на 2,5 в. п. менше), Тернопільська (51,5 % та на 0,8 в. п. менше), м. Київ (43,3 % та на 9,0 в. п. менше), цей показник був істотно нижчим, а відтак імпортозалежність – вищою. За період 2005-2017 рр. для всіх без виключення областей України характерним стало зростання частки імпортних товарів у структурі роздрібного товарообороту. Причому такий приріст був суттєвим та коливався від 6,5% до 35,2%.

**Показники економічної модернізації сфери товарного обігу  
за регіонами України у 2017 р. (складено за [6, с. 11, 25, 60, 78, 84; 8, с. 429-431; 10])**

Регіони	Показники				
	Роздрібний товарооборот на один м <sup>2</sup> торгової площі магазинів, тис. грн	Частки товарів, виготовлених на території України, у структурі роздрібного товарообороту торгової мережі підприємств, %	Коефіцієнти оборотності товарних запасів підприємств роздрібною торгівлю	Товарооборот підприємств торгівлі у розрахунку на одного зайнятого працівника, тис. грн	Кількість торгових місць в середньому на одному ринку з продажу сложивчих товарів, од.
Україна	83,4	52,3	8,5	965,7	328
Вінницька	60,0	47,3	8,2	412,2	282
Волинська	66,7	56,4	8,7	1268,8	411
Дніпропетровська	88,2	56,4	7,3	815,4	287
Донецька	80,2	57,6	11,3	649,7	288
Житомирська	81,0	59,1	12,4	383,8	361
Закарпатська	71,3	52,0	8,1	364,8	207
Запорізька	89,2	59,6	9,8	627,9	608
Івано-Франківська	74,0	60,0	8,8	371,8	203
Київська	90,1	53,3	8,7	1381,1	293
Кіровоградська	80,6	66,3	13,0	729,5	328
Луганська	55,2	58,9	10,7	191,9	385
Львівська	87,9	53,3	7,4	615,3	247
Миколаївська	73,3	57,8	11,0	762,8	472
Одеська	75,7	49,8	8,1	824,2	304
Полтавська	84,3	55,1	11,1	550,5	349
Рівненська	58,8	53,3	6,7	254,3	283
Сумська	63,4	62,0	10,8	430,5	383
Тернопільська	67,0	51,5	8,1	395,4	206
Харківська	85,5	52,0	7,7	601,0	409
Херсонська	70,6	53,8	9,1	419,3	431
Хмельницька	59,2	57,0	8,1	394,7	313
Черкаська	81,9	57,3	9,4	635,2	395
Чернівецька	71,3	56,8	8,0	332,5	417
Чернігівська	70,5	62,8	9,4	384,9	306
м. Київ	105,0	43,3	8,2	3866,5	426

Не надто високим рівнем характеризуються й регіональні значення показника оборотності товарних запасів. У середньому за підсумками 2017 р. відповідний коефіцієнт становив 8,5 рази, за якого один оборот середнього залишку товарних запасів у роздрібній торгівлі становив близько 42 дні. Очевидно, що для роздрібною торгівлі рівень оборотності залишається доволі низьким. При цьому значення цього показника ще нижче у Вінницькій, Дніпропетровській, Закарпатській, Львівській, Одеській, Рівненській, Тернопільській, Харківській, Хмельницькій, Чернівецькій областях та у м. Києві. Оборотність товарів у межах регіональних сегментів сфери товарного обігу сповільнюється ще й з причин зростання обсягів середньої величини товарних запасів, часто з темпами зростання вищими за темпи зростання роздрібною товарообороту.

Підтвердженням цього стало зниження швидкості обороту товарів у більшості регіонів України у 2017 р. до відповідних показників 2005 р.

Вказане є свідченням недостатності використання сучасних методів управління товарними потоками на основі передових логістично-збутових підходів і методів, потенціалу електронної комерції у сфері товарного обігу в регіонах нашої держави, що одночасно слугує й чинником стримування питомого обсягу товарообороту підприємств торгівлі, наприклад в розрахунку на одного зайнятого працівника. Середнє значення цієї характеристики продуктивності праці торговельної сфери в Україні у 2017 р. становило 965,7 тис. грн. Загалом це доволі високе значення показника, але в низці областей ефективність праці в торгівлі не настільки висока. У Вінницькій області обсяги товарообороту на одного зайнятого склали 412,2 тис. грн (лише 42,7 % від

середньодержавного показника), в Житомирській області – 383,8 тис. грн (39,7 %), у Закарпатській області – 364,8 тис. грн (37,8 %), у Івано-Франківській області – 371,8 тис. грн (38,5 %), у Луганській області – 191,9 тис. грн (19,9 %), у Рівненській області – 254,3 тис. грн (26,3 %), у Тернопільській області – 395,4 тис. грн (40,9 %), у Хмельницькій області – 394,7 тис. грн (40,9 %), у Чернівецькій області – 332,5 тис. грн (34,4 %), у Чернігівській області – 384,9 тис. грн (39,9 %).

Нестабільними є й регіональні динаміки обсягів товарообороту в розрахунку на одного зайнятого в сфері торгівлі. До прикладу, якщо за 2005-2017 рр. показник у Кіровоградській області збільшився у 7,3 рази, то в Житомирській області знизився на 40,6 %. Вказане є свідченням існування потреби та доцільності в реалізації комплексу заходів на регіональному і місцевому рівнях, орієнтованих на пришвидшення оборотності товарів і на зростання продуктивності праці персоналу підприємств торгівлі.

Відмітимо, що процеси заміщення продовольчо-речових ринків сучасними супер- та гіпермаркетами, характерні для сучасного періоду поступу України та її внутрішнього ринку, мають і позитивні, і негативні наслідки. До перших відноситься зростання якості обслуговування покупців, посилення рівня контролю торговельних операцій і т. ін.; до других – посилення монополізації сфери, ускладнення доступу товарів, у т.ч. власного виробництва, до торговельних мереж тощо.

Зауважимо, що за 2005-2017 рр. в найбільших обсягах зросла кількість торгових місць в середньому на споживчих ринках у таких регіонах держави, як Запорізька (на 186 од.), Миколаївська (на 106 од.), Волинська (на 92 од.), Луганська (на 73 од.) та Чернівецька (на 55 од.) області; при цьому вираженим був характерний спад цього показника у Дніпропетровській (на 82 од.), Чернігівській (на 66 од.), Харківській (на 47 од.), Тернопільській (на 32 од.) та Черкаській (на 28 од.).

Позитивно, що низка важливих економічних індикаторів модернізації сфери товарного обігу України в динаміці покращуються. Можна відмітити підвищення рівня у більшості регіонів держави за 2005-2017 рр. таких показників, як роздрібний товарооборот в розрахунку на один м<sup>2</sup> торгової площі магазинів та роздрібний товарооборот в розрахунку на одного зайнятого в торгівлі, а також чисельність зайнятих в розрахунку на одиницю площі магазинів.

Визнаємо, що значною мірою ці позитивні зміни були забезпечені нарощуванням обсягу товарообороту за рахунок зростання рівня споживчих цін, а також нестабільністю зі зайнятістю на вітчизняних підприємствах сфери товарного обігу. Підтвердженням цього є яскраво виражені негативні тенденції в регіонах нашої держави, пов'язані зі зростанням імпортозалежності та зниженням швидкості оборотності товарних запасів, що в значній мірі призвели до погіршення фінансово-економічної ефективності функціонування вітчизняної сфери товарного обігу як в цілому, так і за регіонами України.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** У підсумку аналізу регіональних аспектів модернізації сфери товарного обігу України виявлено істотні диференціації з-поміж областей держави як за її обсягами, так і ефективністю функціонування. Це призводить до нераціонального розміщення та експлуатації базових об'єктів і елементів інфраструктури сфери товарного обігу, послаблення покриття територій держави відповідною товарною пропозицією, зниження швидкості та якості товароруху, підвищення рівня його витратомісткості, погіршення якості задоволення потреб підприємств та населення у товарах і послугах. У соціальному аспекті спостерігаються міжрегіональні диспропорції за обсягами роздрібного товарообороту на одиницю населення, забезпеченістю населення об'єктами торгівлі та торговими площами, робочими місцями в галузі торгівлі; в економічному – за обсягами товарообороту в розрахунку на одного зайнятого та один м<sup>2</sup> торгової площі, кількістю торгових місць на ринках та оборотністю товарів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Внутрішня торгівля України : монографія / [Мазаракі А., Лагутін В., Герасименко А. та ін.]. – К. : КНТЕУ, 2016. – 864 с.
2. Мазаракі А. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням / Мазаракі А., Лагутін В. // Економіка України. – 2016. – № 4. – С. 4-18.
3. Апопій В. Глобалізаційні процеси і нові тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України / Апопій В., Криган Р., Процишин О. // Торгівля, комерція, підприємництво. – 2014. – Вип. 16. – С. 7-13.
4. Барна М. Ю. Трансформація системи внутрішньої торгівлі в Україні : монографія / М. Ю. Барна. – Львів : Растр-7, 2015. – 524 с.
5. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація : монографія / [В. Д. Лагутін, Ю. М. Уманців, А. Г. Герасименко та ін.; за ред. В. Д. Лагутіна]. – К. : КНТЕУ, 2015. – 432 с.
6. Роздрібна торгівля України у 2017 році : статистичний збірник. – К. : ДССУ, 2018. – 98 с.
7. Діяльність підприємств оптової торгівлі у 2017 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/dop/05/dop\\_dpot17.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/dop/05/dop_dpot17.pdf).
8. Статистичний щорічник України за 2017 рік. – К. : ДССУ, 2018. – 611 с.
9. Праця України у 2017 році : статистичний збірник. – К. : Август Трейд, 2018. – 282 с.
10. Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## REFERENCES

1. Mazaraki, A., Lahutin, V., Herasymenko, A. ta in. (2016), Vnutrishnia torhivlia Ukrainy, KNTEU, Kyiv, 864 s.

2. Mazaraki, A., Lahutin, V. (2016), Vnutrishnii rynek Ukrainy v umovakh dysbalansiv mizh vyrobnytstvom i spozhyvanniam, Ekonomika Ukrainy, № 4, s. 4-18.

3. Apopii, V., Kryhan, R., Protsyshyn, O. (2014), Hlobalizatsiini protsesy i novi tendentsii rozvytku vnutrishnoi torhivli Ukrainy, Torhivlia, komertsiiia, pidpriemnytstvo, vyp. 16, s. 7-13.

4. Barna, M. (2015), Transformatsiia systemy vnutrishnoi torhivli v Ukraini, Rastr-7, Lviv, 524 s.

5. Lahutin, V. D., Umantsiv, Yu. M., Herasymenko, A. H. ta in. (2015), Vnutrishnii rynek i torhivlia Ukrainy: strukturno-instytutsionalna transformatsiia, KNTEU, Kyiv, 432 s.

6. Rozdribna torhivlia Ukrainy u 2017 rotsi : statystychnyi zbirnyk (2018), DSSU, Kyiv, 98 s.

7. Diialnist pidpriemstv optovoi torhivli u 2017 rotsi [Online], available at : [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/dop/05/dop\\_dpot17.-pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/dop/05/dop_dpot17.-pdf).

8. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy (2018), DSSU, Kyiv, 611 s.

9. Pratsia Ukrainy u 2017 rotsi : statystychnyi zbirnyk (2018), Avhust Treid, Kyiv, 282 s.

10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy : ofitsiyni veb-sait [Online], available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.



**УДК 340.341.1**

*Ощипок І. М.,*

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

*Петришин Н. З.,*

*к.т.н., доц. кафедри харчових технологій, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Бліщ Р. О.,*

*к.т.н., доц. кафедри харчових технологій, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Попович М. П.,*

*провідний фахівець кафедри харчових технологій, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

## **НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ**

***Анотація.** В статті розглянуто регіон як квазікорпорацію, яка полягає в застосуванні ряду підходів, притаманних, перш за все, комерційним компаніям, зокрема і підприємствам готельно-ресторанної індустрії. Концепція квазікорпорації містить ідею глобальної конкуренції і використання внутрішніх ресурсів для розвитку регіону. Для успішної конкурентної боротьби в даному випадку розглянуті зміна виробничого і фінансового стану регіону (корпоративне виробництво і фінанси, фінанси мешканців) та мережа готельно-ресторанної індустрії. Концепція регіону як ринку фокусує увагу на формуванні в межах певної території сприятливих умов для здійснення прибуткової діяльності. Даний підхід дозволяє, з одного боку, єдиним документом задовольняти потреби регіону шляхом інтеграції влади, науки, бізнесу і громадської думки, а з іншого, - розподілити навантаження з фінансування проектів між бюджетом регіону, бізнесом і населенням, що збільшує ефект від реалізації програм. Як підхід до визначення перспективи освоєння регіоном потенціалу науки і інновацій пропонується методика виявлення порогів, що відображають ступінь його інноваційного розвитку, а також налагодження зв'язків між групами регіону в сфері науково-інноваційного процесу. Розглянуто програмно-проектний підхід у стратегічному управлінні просторовим розвитком. Таким чином, щоб перейти до задачі розвитку інноваційного господарства регіону, нами раціонально розглянуто поняття інформаційної інфраструктури регіону.*

**Ключові слова:** регіон, інфраструктура, готель, ресторан, розвиток.

*Oshchypok I. M.,*

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

*Petryshyn N. Z.,*

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

*Blishch R. O.,*

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

*Popovych M. P.,*

*Senior Specialist, Department of Food Technologies, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

## SCIENTIFIC AND INNOVATIVE INFRASTRUCTURE OF THE REGION IN THE CONTEXT OF HOTEL & RESTAURANT INDUSTRY DEVELOPMENT

**Abstract.** *The article considers the region as a quasi-corporation, which involves the application of a number of approaches, primarily, to commercial companies, in particular, enterprises of the hotel and restaurant industry. The concept of quasi-corporations contains the idea of global competition and the use of internal resources for the development of the region. In order to successfully compete in this case, the change in the production and financial situation of the region (corporate production and finance, residents' finances) and a network of hotel and restaurant industry are considered. The concept of the region as a market focuses on the formation of favorable conditions for the pursuit of profitable activities within a certain territory. This approach allows, on the one hand, with the only document to meet the needs of the region through the integration of power, science, business and public opinion, and on the other hand, to distribute the burden of financing projects among the budget of the region, business and the population, which increases the effect of the implementation of programs. As an approach to defining the prospect of developing the potential of science and innovations in the region, a methodology for detecting thresholds that reflect the degree of its innovative development, as well as establishing links among regional groups in the field of scientific and innovative process is proposed. The program-project approach in strategic management of spatial development is considered. Thus, in order to proceed to the task of developing the innovative economy of the region, we rationally considered the concept of informational infrastructure of the region.*

**Keywords:** region, infrastructure, hotel, restaurant, development.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-04>

**Постановка проблеми.** Вивчення питання виробничого простору привело до розуміння, що регіональні виробничі відносини в сфері господарювання є інструментом управління територіально-виробничим комплексом в рамках національного виробництва, а також "галуззю науки, яка вивчає територіально-функціональні аспекти виробничих відносин" [3].

Регіон характеризується наступними особливостями:

- лімітуванням території з виробничою інфраструктурою, природними, трудовими ресурсами;
- фокусом на конкретному виді діяльності з урахуванням індустрії гостинності;
- унікальними зовнішніми і внутрішніми зв'язками.

Відзначимо, що в регіональному господарстві як науці немає єдності щодо низки питань, перш за все, в ототожненні понять "регіон" і "район". Деякі вчені вважають їх синонімами, інші вважають, що поняття "район" повинно використовуватися для позначення деяких типів регіону.

Зокрема, відомий фахівець у галузі регіональної економіки М.М. Некрасов вважав, що "під регіоном розуміється велика територія країни з більш-менш однорідними природними умовами, а головним чином характерною спрямованістю розвитку продуктивних сил на основі поєднання комплексу природних ресурсів з відповідно складеною і перспективною соціальною інфраструктурою [6]". А. С. Маршалова і А. С. Новосьолов вважають, що "регіон є не тільки підсистемою соціально-економічного комплексу країни, а й самостійною його частиною із закінченим циклом відтворення і специфічними особливостями протікання соціальних і виробничих процесів" [4].

На сьогоднішній день існують наступні основні парадигми поняття "регіон" [9]:

- регіон як квазідержави;
- регіон як квазікорпорації;
- регіон як ринок;
- регіон як виробнича система;
- регіон як соціум.

Опис регіону як квазідержави передбачає його розгляд у вигляді відносно відокремленої підсистеми держави.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Просторовий аспект у західній науці ХХ століття розглядався насамперед з точки зору теорії розміщення (І. Тюнен, А. Вебер, А. Леш). У 1920-ті рр. ряд німецьких учених, таких як О. Енглендер, Х. Вайгман, Х. Рітчл, доповнили аналіз часткової рівноваги А. Вебера (робота "Теорія розміщення виробництва: чиста теорія штандорта") аналізом загальної рівноваги просторових проблем. Основоположником теорії розміщення виробництва вважається І. Тюнен. У праці "Ізольована держава" вчений створив абстрактну географічну модель, що має в своїй основі такі характеристики, як віддаленість від центру і площа. У відповідності з цією концепцією ціна товару і послуг в будь-якій точці простору відрізняється від його ціни в місті на величину транспортних витрат, які прямо пропорційні вазі вантажу і дальності перевезень.

Таким чином, виникає об'єктивна необхідність поділу території на частини - регіони. Регіоном називається "частина території країни, що відрізняється від інших частин сукупністю природно й історично сформованих, відносно стійких географічних, виробничих, соціальних та інституційних особливостей і має певну ступінь цілісності і внутрішньої єдності" [11].

**Постановка завдання.** Змодельовано регіон як квазікорпорацію, яка полягає в застосуванні ряду підходів, притаманних, перш за все, комерційним компаніям, зокрема і підприємствам готельно-ресторанної індустрії. Концепція квазікорпорації містить ідею глобальної конкуренції і використання внутрішніх ресурсів для розвитку регіону. Для успішної конкурентної боротьби в даному випадку розглянемо зміну виробничого і фінансового стану регіону (корпоративне виробництво і фінанси, фінанси мешканців) та мережу готельно-ресторанної індустрії. Концепція регіону як ринку фокусує увагу на формуванні в межах певної території сприятливих умов для здійснення прибуткової діяльності. Територіальні межі регіональних ринків у ряді випадків можуть збігатися з адміністративними кордонами регіону – суб'єктів України, в інших випадках можуть об'єднувати кілька регіонів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Підхід до регіону як до відтворювальної системи свідчить про те, що регіон повинен розглядатися як відкрита підсистема соціально-економічного комплексу країни із закінченим циклом відтворення, особливими формами прояву стадій відтворення.

Концепція регіону як соціуму акцентує увагу на відтворенні суспільних благ (охорона здоров'я, освіта, культура, індустрія гостинності).

Також регіон розглядається як науково-інноваційний простір. Згідно з М. А. Гусаковим науково-інноваційний простір “є територія як арена дій з розподіленими на ній суб'єктами господарювання науково-інноваційної сфери, взаємодіючими в рамках сформованих зв'язків в організаційному та інституційному середовищі для проведення науково-інноваційного процесу”. Отже, однією з головних можливостей підвищення ступеня інноваційного розвитку регіону в умовах нового вигідного укладу є поширення наукових результатів, їх трансферу, адаптації до них і залучення максимального числа підприємств регіону в інноваційну діяльність, розширення простору інноваційного розвитку як форми його трансформації.

Ефективність розширення простору виражається в становленні регіону на шлях інноваційного розвитку, в більш активній трансформації інституціонального середовища, в соціально-економічному розвитку, у вирівнюванні диспропорцій рівня розвитку регіону. Як підхід до визначення перспективи освоєння регіоном потенціалу науки і інновацій пропонується методика виявлення порогів, що відображають ступінь його інноваційного розвитку, а також налагодження зв'язків між групами регіону в сфері науково-інноваційного процесу. Сукупність даних порогів відображається по-різному, все більше підвищується ступінь інноваційного розвитку (рис. 1).

Викривлення науково-інноваційного простору відбувається також через спотворення його структури - неповноти регіональних інноваційних систем та відсутності взаємозв'язків між ними. Звідси випливає необхідність формування такого напрямку

трансформації, як комплексування діяльності регіону щодо підвищення ступеня інноваційного розвитку шляхом, по-перше, інтеграції науково-інноваційної діяльності регіону, а по-друге, розвитку структури національної інноваційної системи в країні і регіонах по всіх фазах науково-інноваційного процесу [8, 9].

Таким чином, серйозний вплив на розвиток інноваційного потенціалу може і повинен забезпечувати просторовий фактор формування науково-інноваційного простору. У зв'язку з цим серйозною проблемою розвитку інноваційного потенціалу є необхідність організації взаємодії регіонів різного рівня розвитку. Академік П. А. Мінакір, зокрема, вважає, що “національні виробничі простори принципово неоднорідні, але складаються з однорідних в інституціональному та прибутковому відношенні множин виробничих агентів”.

Академік А. І. Татаркін, у свою чергу, звертає увагу на потенційну можливість інноваційного розвитку не тільки міст, але і цілих агломерацій, включаючи окраїнні території, малі міста як учасників кластерних проєктів, сільські території. На думку вченого, основою реалізації регіональної політики має стати програмно-проєктний підхід як інститут територіального розвитку.

Даний підхід дозволяє, з одного боку, єдиним документом задовольняти потреби регіону шляхом інтеграції влади, науки, бізнесу і громадської думки, а з іншого, - розподілити навантаження з фінансування проєктів між бюджетом регіону, бізнесом і населенням, що збільшує ефект від реалізації програм (рис. 2).

Варто відзначити, що в процесі визначення територіальної виробничої спеціалізації застосовується метод районування. При цьому необхідно враховувати багатозначність терміна “районування”. З одного боку, це процедура фіксації диференційованості території, виявлення і делімітації об'єктів дослідження географії - різного роду територіальних систем, що визнані такими (а не випадковим набором елементів), тобто об'єктивно володіють властивістю системності. З іншого боку, це закріплення у той чи інший спосіб (юридично, в науковому трактаті) результатів дискретизації в принципі континуального простору, здійснюване в тій чи іншій мірі суб'єктивно. У третьому випадку районування - це набір заходів, що забезпечують формування районних систем.

У всіх трьох випадках район розглядається як форма існування суспільства і його продуктивних сил - інтегральна або за окремими компонентами, при цьому в другому і третьому випадках районування переслідує управлінські цілі, тобто визнані забезпечити оптимізацію рішень у галузі регіональної політики розвитку готельно-ресторанного бізнесу з урахуванням різноманітності типологічних властивостей виділених районів. Таким чином, щоб перейти до задачі розвитку інноваційного господарства регіону, раціонально розглянути поняття інформаційної інфраструктури регіону.

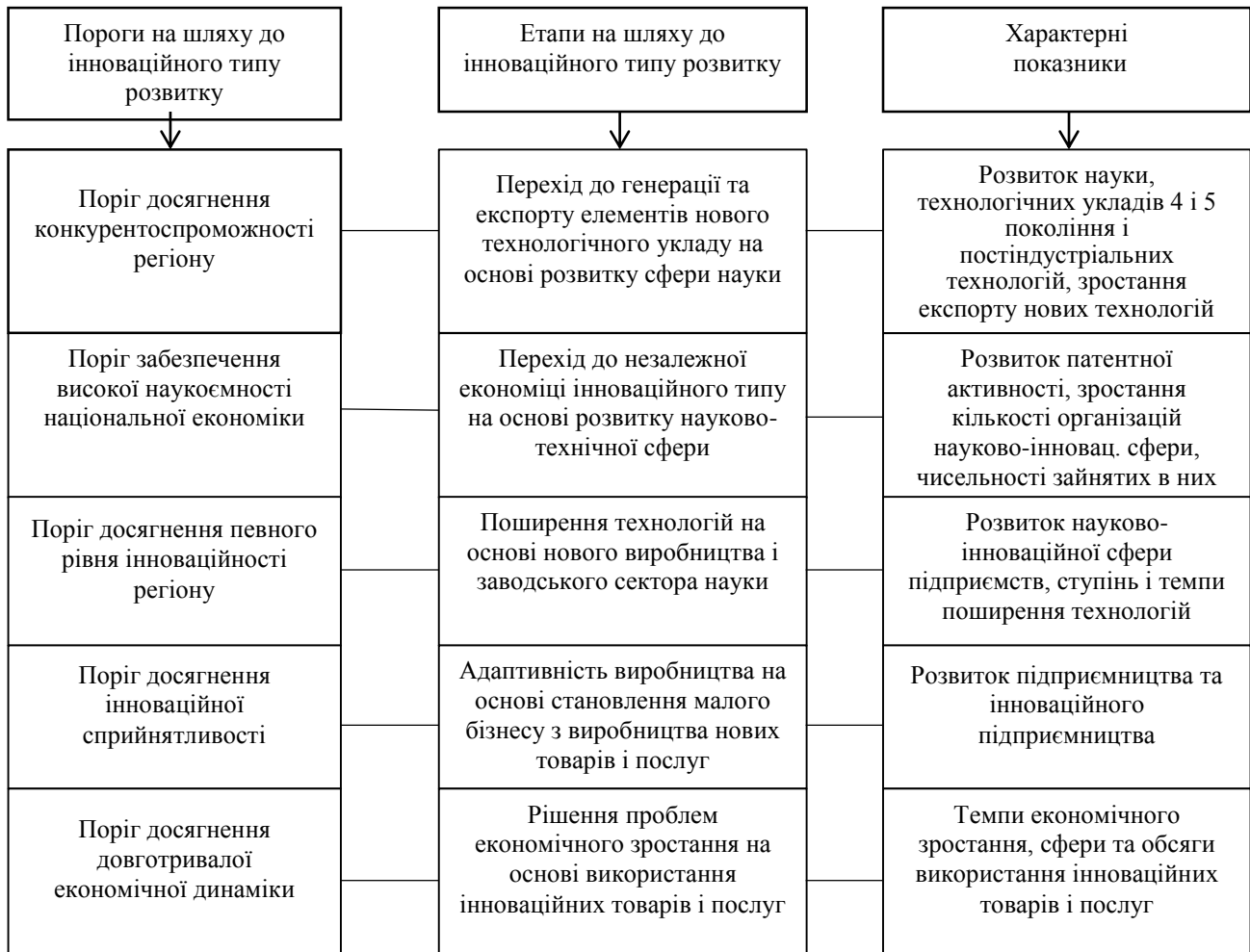


Рис. 1. Пороги на шляху регіону до інноваційного типу розвитку, етапи та характерні показники

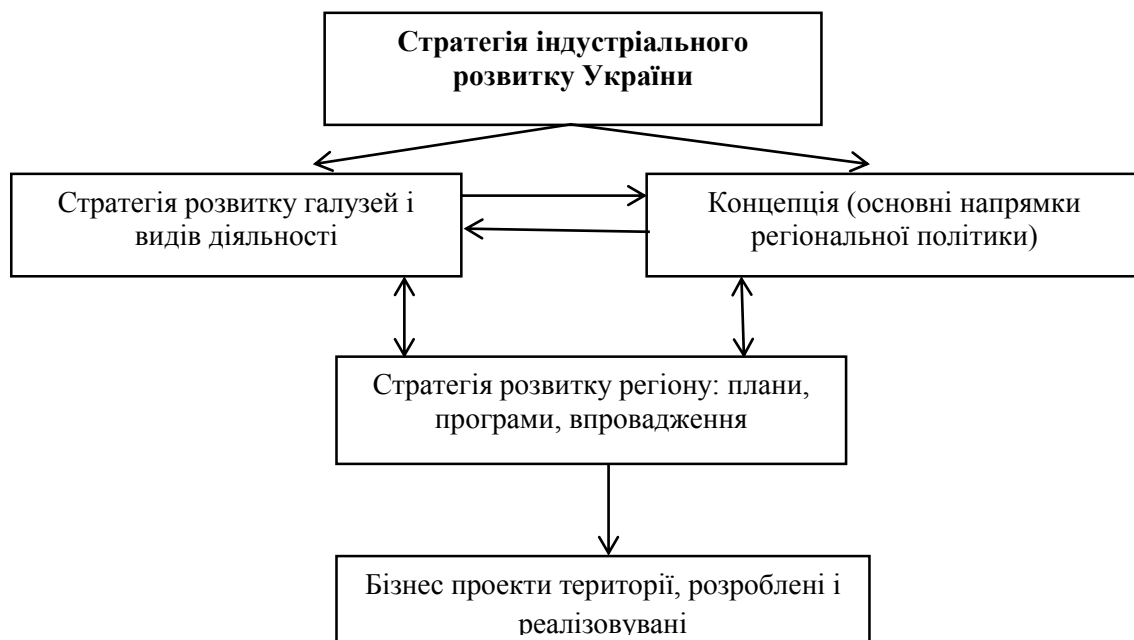


Рис. 2. Реалізація програмно-проектного підходу в стратегічному управлінні просторовим розвитком регіону

Теорія розвитку інфраструктури безпосередньо пов'язана із загальносвітовими тенденціями розвитку цивілізації і конкретним технологічним укладом.

Аналіз знань про розвиток виробництва став передумовою для осмислення процесу трансформації інфраструктури і зв'язку її в конкретній історичній перспективі зі структурними перетвореннями в масштабах країни. У найзагальнішому вигляді інфраструктура являє собою конструкцію, яка постійно трансформується. На будь-якому етапі історичного розвитку основним призначенням інфраструктури було і є створення умов життєдіяльності. З плином часу життєдіяльність змінювалася - змінювалися потреби, інтереси. Дані положення містять у собі таке визначення інфраструктури як арени суспільних відносин, потужного технологічного циклу, потужного інженерного господарства системи життєзабезпечення людей, сукупності інженерно-технічних споруд, матеріально-речових елементів, без яких неможливі всі види людської діяльності. Варто відзначити, що існує поняття "інфраструктурні галузі", наприклад, такі як зв'язок, транспорт, охорона здоров'я, наука, готельно-ресторанна справа. Однак правомірним є поняття інфраструктури і в інших аспектах, наприклад інфраструктура країни, регіону, населеного пункту, а також галузі. При такому підході під цим терміном слід розуміти всі інженерно-технічні споруди, що забезпечують умови для нормального функціонування даного об'єкта. Тому видається логічним цей тип інфраструктури називати, виходячи з об'єкта дії і масштабу виробничої системи: міжнародна, національна, регіональна, локальна, галузева. Отже, доречно наступне визначення інфраструктури, запропоноване Ж. Т. Тощенко: "Інфраструктура взагалі - це частина матеріально-технічної бази, виділення якої в структурі народного господарства дозволяє більш точно судити про такі елементи, які забезпечують загальні умови для розвитку виробничих і соціальних процесів з точки зору створення об'єктивних матеріальних можливостей для ефективного функціонування і суспільної праці". Схожу по суті дефініцію можна побачити у Великому енциклопедичному словнику: "Інфраструктура (від лат. *Infra* - нижче, під і *structura* - будова, розташування) - це сукупність споруд, будівель, систем і служб, необхідних для функціонування галузей матеріального виробництва та забезпечення умов життєдіяльності суспільства. Розрізняють інфраструктуру: виробничу (дороги, канали, порти, склади, системи, зв'язок і ін.) і соціальну (школи, лікарні, театри, стадіони та ін.) ...".

Аналізуючи визначення, можна зробити висновок, що інфраструктура як така не виробляє продукт у матеріально-речовій формі, а лише створює необхідні умови для його виробництва. Вважаємо, ця теза є ключовою характеристикою більшості елементів інфраструктури. В інноваційному господарстві ключовим фактором виробництва стають знання і творчий потенціал. Логічно припустити, що такий уклад вкрай вимогливий до системи

інститутів регіону, відповідальних за виробництво, трансфер і використання інформації.

У зв'язку з цим представляється доцільним докладніше розглянути інформаційну інфраструктуру як основу і найважливішу компоненту інноваційного виробництва регіону з точки зору інституційного підходу. Важливо відзначити в цьому контексті її роль у забезпеченні готельно-ресторанних і туристичних комплексів. Ми вважаємо, що в контексті формування елементів інноваційного господарства інформаційне забезпечення виступає ключовим фактором, що визначає потенціал розвитку наукомісткого господарства регіону. В умовах глобалізації активно формується єдиний світовий інформаційний простір, переорієнтація провідних виробництв на модель інноваційного типу розвитку як найбільш перспективного, формування методології та оцінки інформаційної інфраструктури стають визначальними для регіонального господарства в контексті перспективи розвитку та підвищення конкурентоспроможності регіону.

Говорячи про генезис поняття інформаційної інфраструктури, варто відзначити, що з розвитком науки, технологій, транспортної системи з'являлася необхідність вдосконалення способів зберігання, обробки і передачі знань. Дані зміни, як правило, називають "інформаційними революціями". Академік А. І. Ракитов, наприклад, виділяє шість таких революцій, базуючи свою класифікацію на принципі якісної зміни процесу кодування, зберігання та передачі інформації. Дійсно, виникнення мови, поява писемності і винахід книгодрукування дали можливість фіксувати і передавати інформацію. Потім, разом зі становленням промислового виробництва, були винайдені такі засоби комунікації, як телеграф, телефон, радіо, що дозволяють передавати інформацію на досить великі відстані. Наступна інформаційна революція відбулася з появою електронно-обчислювальних машин, що мають продуктивність і швидкість обробки інформації, недоступні для людини. Шоста революція, на думку А. І. Ракітова, почалася завдяки створенню глобальних інформаційно-комунікаційних мереж, що дозволяють мати доступ до інформації широкому загалу населення практично з будь-якої точки планети. Варто відзначити, що, на нашу думку, сьогоденний рівень розвитку інформаційних технологій вже не обмежується визначенням "глобальний", адже комунікації вже відносно давно дозволяють обмінюватися інформацією і з об'єктами, що знаходяться на значній відстані від Землі. А за матеріалами компанії "Mars One", учасники першої в історії експедиції на планету Марс в 2025 році будуть мати доступ в Інтернет [14]. До речі, аналіз вектора розвитку інформаційних технологій дає нам підстави сформулювати зміст сьомої інформаційної революції. Суть її полягатиме в розвитку не кількісних показників, таких як швидкість обробки і передачі інформації, обчислювальна продуктивність комп'ютерів (хоча безперечним є факт, що дані показники будуть постійно збільшуватися), а якісних - в інтелектуалізації

інформаційного простору і, як наслідок цього, повної технологічної сингулярності.

Ми вважаємо, що типологія інформаційних революцій, запропонована А. І. Ракитовим, може бути покладена в основу дослідження етапів формування інформаційної інфраструктури, з огляду на те, що перехід на новий рівень розвитку відбувся через об'єктивні, постійно зростаючі потреби в більш досконалих засобах зберігання і передачі інформації, іншими словами, в елементах інфраструктури. Як вже було зазначено раніше, розвиток продуктивних сил на основі науково-технічних революцій став історично об'єктивною передумовою виникнення інформаційної інфраструктури. Як система вона почала розвиватися разом із розвитком ринку. Учасники господарської діяльності, які здійснювали рух товарів і послуг, забезпечували разом з тим і рух інформації про товар чи послугу. Це супроводжувало процеси обміну товарів і послуг, і чим складніше ставала система відносин між суб'єктами ринку, тим більшу кількість інформації доводилося обробляти посередниками. І разом із галузями інфраструктури, до яких традиційно відносили транспорт, складську логістику, зв'язок та інші, в якості відокремлених структур стали виділятися галузі, які забезпечували рух інформаційних потоків, звані інформаційною інфраструктурою [10].

Варто відзначити і теорію технологічних укладів, базовану на концепціях Д. Кондратьєва та Й. Шумпетера. Професор С. Глаз'єв визначає технологічний уклад як "макроекономічний відтворювальний контур, що охоплює всі стадії переробки ресурсів і відповідний тип невиробничого споживання" [1]. Комплекс базисних сукупностей технологічно пов'язаних виробництв складає основу технологічного укладу. Сума технологічних нововведень, які формують основу технологічного укладу, є ключовим фактором, а галузі, які активно використовують ключовий фактор і відіграють провідну роль у розвитку нового технологічного укладу, є несучими галузями.

Вкрай цікава і концепція Т. Хагерстранда, що відображає хвилеподібний характер дифузії інновацій. Згідно з Т. Хагерстрандом дифузія інновацій може бути трьох типів: дифузія розширення (рівномірне поширення інновацій від точки виникнення), дифузія переміщення (поширення в певному напрямку) і змішаний тип. Кожне покоління інновацій, на думку вченого, має чотири стадії: виникнення, дифузія, накопичення і насичення [13].

Зміна технологічного укладу, завдяки впровадженню інновацій, супроводжується якісними змінами в поділі праці і, як наслідок, безпосередньо впливає на конкурентоспроможність. З огляду на цю тезу важко переоцінити роль інформаційної інфраструктури з точки зору перспективи трансформації і розвитку готельно-ресторанної індустрії.

В господарстві прийнято виділяти п'ять технологічних укладів. Перший (1770-1830) сформувався на основі розвитку текстильної промисловості і характеризувався механізацією праці та створенням поточного виробництва; ключовим

фактором другого технологічного укладу стала парова машина, третього - розвиток важкого машинобудування, четвертого - двигун внутрішнього згоряння. П'ятий технологічний уклад (з 1980-х рр.) спирається на досягнення інформаційних і комунікаційних технологій, інформатики, нових видів енергії, роботобудування. У розвинених країнах цей уклад вступив в фазу зрілості, що зумовлює перехід до шостого, що почав формуватися з 2010 року. Основою його стануть нанотехнології, глобальна інформатизація. Звертаємо увагу, що шостий технологічний уклад вимогливий до рівня розвитку інформаційної інфраструктури. Більше того, без вкрай високого рівня розвитку останньої перебирання на себе неможливе в принципі. Мобільний зв'язок п'ятого покоління, "Інтернет речей", квантові комп'ютери, безпілотні авто та авіатехніка, програмована матерія та інші концепти, що знаходяться на сьогоднішній день на різній стадії розробленості, мають одну інтегративну якість - всі вони в тій чи іншій мірі ґрунтуються на можливостях інформаційно-комунікаційних технологій загалом і використання інформації зокрема.

Зростання потреби господарства в інформаційній інфраструктурі можна пояснити тим, що використанням інформації супроводжуються абсолютно всі виробничі процеси. Особливо відзначимо, що даний тип інфраструктури забезпечує діяльність як споживачів і виробників товарів, так і їх посередників, тобто галузей інфраструктури. Інтегруючим фактором для різних інститутів самої інформаційної інфраструктури стали новітні інформаційні технології. Інтеграція здійснювалася в процесі еволюції вільного обміну інформацією між даними інститутами та їх взаємодії [7]. В результаті цієї взаємодії інформаційна інфраструктура набула нових якостей, завдяки яким вона стала ключовою, що швидко розвивалася, компонентою виробництва.

Як значущий чинник слід виділити територію, що є соціально-економічним простором, в якому розвивається готельно-ресторанний бізнес. Вплив економічних і фінансових факторів на сферу готельно-ресторанних послуг (таких, як зміна економічної і фінансової ситуації, рівня доходів населення) обумовлений тим, що між тенденціями розвитку готельно-ресторанного бізнесу й економіки регіону спостерігається тісний взаємозв'язок. Як правило, від економічного положення регіону залежить рівень розвитку матеріально-технічної бази й інфраструктури сфери готельно-ресторанних послуг.

Одним із важливих чинників, що впливають на розвиток готельного і ресторанный бізнесу, є екологічний, такий, що визначає, наскільки споживач задоволений обслуговуванням, відпочинком, виконанням бажань, через відчуття комфортності, атмосфери готельно-ресторанних послуг, безпеки і благотворної оздоровляючої дії.

Чинниками, що впливають на сферу готельно-ресторанного бізнесу, є:

- матеріально-технічні, попит і пропозиція готельно-ресторанних послуг; поглиблення сегментації ринку;

- засоби і методи масової інформації і зв'язків з громадськістю в просуванні реклами і реалізації послуг підприємств індустрії гостинності;
- підвищення професійного рівня кадрів підприємств гостинності;
- розвиток приватного бізнесу в сфері готельно-ресторанних послуг.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Готельний і ресторанный бізнес є невід'ємною частиною сервісного сектора в регіональній ринковій економіці, роль, значення, а також об'єм послуг якого безперервно зростає у міру загального соціально-економічного розвитку регіону. На розвиток підприємств індустрії готельно-ресторанного бізнесу істотно впливають техніко-технологічні чинники, пов'язані з науково-технічним прогресом. Відкриваються можливості для вдосконалення і виробництва нового виду послуг, використання інформаційних технологій. Підприємства індустрії готельно-ресторанних послуг інтенсивніше розвиваються там, де стабільна економічна і політична ситуація, а також різноманітна соціально-культурна інфраструктура. Чинники, стримуючі розвиток готельного і ресторанный бізнесу в регіоні, – це його економічна, політична і фінансова нестабільність, доходи споживачів, інфляція, безробіття.

Сформульовані визначення і поняття інформаційної інфраструктури у порівнянні з безліччю визначень, часом тих, які містять лише простий перелік складових частин або функцій розглянутого виду інфраструктури, наданий підхід містить у собі характеристику інформаційної інфраструктури як потенціалу розвитку доступності інформації, її трансферу між учасниками господарської діяльності, а також використання цієї інформації у виробничому процесі. Підкреслено роль інфраструктури, обґрунтовано необхідність активного стимулювання її розвитку для ефективного функціонування економіки.

Завданнями як державного сектора, так і приватного є забезпечення впливу елементів інформаційної інфраструктури на рівень розвитку виробництва в цілому: інформаційна інфраструктура через свої елементи або через свій склад забезпечить умови (матеріальні, технічні, програмні і т.п.) в організації виробничої діяльності підприємств регіону.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Глазьев С. Ю. Эволюция технико-экономических систем: возможности и границы централизованного регулирования / Глазьев С. Ю., Львов Д. С., Фетисов Г. Г. – М. : Наука, 1992.
2. Гутнов А. Э. Мир архитектуры: Лицо города. / Гутнов А. Э., Глазычев В. Л. – М. : Молодая гвардия, 1990. – 350 с.
3. Кетова Н. П. Региональная экономика: универсальный учебный экономический словарь / Кетова Н. П., Овчинников В. Н. – Ростов н/Д : Феникс, 1996. – С. 316-317.

4. Маршалова А. С. Основы теории регионального воспроизводства / Маршалова А. С., Новоселов А. С. – М., 1998. – С. 14.

5. Мойнов М. Информационно осигуряване и информационна инфраструктура / Мойнов М. – Свищов : Изд. На ВФСИ “Д.А. Ценов”, 1994. – С. 51.

6. Некрасов Н. Н. Региональная экономика / Некрасов Н. Н. – М. : Наука, 1998. – С. 29-52.

7. Нижегородцев Р. М. Теоретические основы информационной экономики / Р. М. Нижегородцев. – Владикавказ : Проект-пресс, 1998. – С. 115-145.

8. Ощипок І. М. Розвиток закладів ресторанного господарства на концептуальних засадах інновацій / Ощипок І. М. // Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. – Вип. 21. – ЛТЕУ, 2017. – С. 101-105.

9. Ощипок І. М. Досвід формування інноваційних технологій деяких зарубіжних країн / Ощипок І. М. // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. – № 55. Економічні науки – Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2018. - С. 106-113.

10. Русскова Е. Г. Становление рыночной инфраструктуры: методологический аспект / Русскова Е. Г. // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Вип. 2. – Волгоград, 1997.

11. Селищева Т. А. Региональная экономика : учебник / Т. А. Селищева – СПбГИЭУ, 2012. – С. 27.

12. Atherton P. Handbook for Information Systems and Services. – Paris: UNESCO, 1977, p. 1.

13. Hagerstrand 1967 — Hagerstrand T. Innovation diffusion as a spatial process (A. Pred, Trans.) Chicago: University of Chicago press, 1967

14. Human Settlement on Mars. - Mode of access: <http://www.mars-one.com>

## REFERENCES

1. Glaz'yev, S. YU. L'vov, D. S. and Fetisov G. G. (1992), Evolyutsiya tekhniko-ekonomicheskikh sistem: vozmozhnosti i granitsy tsentralizovannogo regulirovaniya, Nauka, M.

2. Gutnov, A. E. and Glazychev, V. L. (1990), Mir arkhitektury: Litso goroda, Molodaya gvardiya, M., 350 s.

3. Ketova, N. P. and Ovchinnikov, V. N. (1996), Regional'naya ekonomika: universal'nyy uchebnyy ekonomicheskii slovar', Feniks, Rostov n/D, s. 316-317.

4. Marshalova, A. S. and Novoselov, A. S. (1998), Osnovy teorii regional'nogo vosproizvodstva, M., s. 14.

5. Moynov M. (1994), Informatsionno osiguravane i informatsionna infrastruktura, Izd. Na VFSI “D.A. Tsenov”, Svishchov, s. 51.

6. Nekrasov, N. N. (1998), Regional'naya ekonomika, Nauka, M., s. 29.

7. Nizhegorodtsev, R. M. (1998), Teoreticheskiye osnovy informatsionnoy ekonomiki, Proyekt-press, Vladikavkaz, s. 115-145.

8. Oshchypok, I. M. (2017), Rozvytok zakladiv restorannoho hospodarstva na kontseptual'nykh

zasadakh innovatsiy, Pidpryyemnytstvo i torhivlya. Zbirnyk naukovykh prats'. Vyp. 21. LTEU, S. 101-105.

9. Oshchypok, I. M. (2018), Dosvid formuvannya innovatsiynykh tekhnolohiy deyakykh zarubiznykh krayin, Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu. № 55. Ekonomichni nauky, Vydavnytstvo LTEU, L'viv, s. 106-113.

10. Russkova, Ye. G. (1997), Stanovleniye rynochnoy infrastruktury: metodologicheskyy aspekt, Vestnik VolGU. Seriya 3: Ekonomika. Vyp. 2. Volgograd.

11. Selishcheva, T. A. (2012), Regional'naya ekonomika: uchebnik, SPbGIEU, s. 27.

12. Atherton P. (1977), Handbook for Information Systems and Services, Paris: UNESCO, p. 1.

13. Hagerstrand 1967 — Hagerstrand T. Innovation diffusion as a spatial process (A. Pred, Trans.) Chicago: University of Chicago press, 1967.

14. Human Settlement on Mars, available at : <http://www.mars-one.com>.



УДК 330 (477) : 339.924

Заярна Н. М.,

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

Лупак Р. Л.,

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

Голубка В. В.,

магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

## РЕАЛІЇ ІНТЕГРАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

**Анотація.** У статті окреслено місце і роль України в євроінтеграційному процесі. З метою визначення рівня конкурентоспроможності національної економіки здійснено порівняння коефіцієнта якості експорту згідно з РЕК між високорозвиненими країнами світу та сусідніми з Україною країнами; представлено їх структуру експорту (співвідношення інвестиційних товарів, споживчих товарів та товарів проміжного споживання). Проведено оцінку динаміки експорту, імпорту та сальдо зовнішньоторговельної діяльності України загалом і в межах взаємодії з ЄС за 2012-2017 роки. Виявлено чинники формування зовнішньоторговельних відносин України та країн-членів ЄС. В контексті поглиблення міжнародної інтеграції України окреслено перспективні напрями поглиблення співробітництва з країнами ЄС.

**Ключові слова:** інтеграція, конкурентоспроможність, зовнішньоторговельна діяльність, експорт, імпорт.

Zaiarna N. M.,

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

Lupak R. L.,

Doctor of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Golubka V.V.,

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

## REALITIES OF UKRAINE'S ECONOMIC INTEGRATION IN THE EUROPEAN ECONOMIC SPACE

**Abstract.** The article outlines the place and role of Ukraine in the European integration process. In order to determine the level of competitiveness of the national economy, a comparison of the export quality according to the REC between the highly developed countries of the world and the countries neighboring Ukraine; their export structure (correlation of investment goods, consumer goods and intermediate consumption goods) is presented. The estimation of exports, imports and the balance of foreign trade in general and Ukraine in the framework of cooperation with the EU for 2012-2017 years is conducted. The factors forming trade relations between Ukraine and EU countries are revealed. In the context of deepening international integration of Ukraine promising areas of deeper cooperation with the EU are outlined.

**Keywords:** integration, competitiveness, foreign trade activity, export, import.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-05>

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах розвитку глобалізації та інтеграції світової економіки Україна як велика європейська держава з високим економічним потенціалом не може залишитися осторонь світових процесів. Відповідно, входження України до світової (зокрема – європейської) економічної спільноти є досить вагомим пріоритетом розбудови нашої держави. Відносини з Європейським Союзом набувають для України особливого значення при визначенні власних перспектив і резервів для підвищення рівня міжнародних торговельних контактів та рівня конкурентноздатності вітчизняної економіки на світовому ринку. Співпраця з Європейським Союзом дає неоціненний результат, який є очевидним. Це і доступ до світових ринків, інформаційних технологій, і розширення участі у міжнародних інвестиційних процесах, і освітні програми допомоги, вдосконалення транспортних та телекомунікаційних систем [1, с. 8].

На сьогодні ЄС – найважливіше джерело інвестицій, що приносять в економіку не лише фінансові ресурси, а й міжнародний досвід корпоративного управління, спонукають компанії до впровадження міжнародних стандартів якості, обліку тощо. Нині ЄС є найбільшим торговельним партнером України, на який припадає майже третина загального національного зовнішньоекономічного товарообороту.

Розширення доступу до зовнішніх ринків ЄС компенсує для товаровиробників негативні наслідки різкого спаду купівельної спроможності всередині країни, а в майбутньому розширення експорту українських товарів на західноєвропейський ринок може стати одним із головних факторів прискореного зростання валового внутрішнього продукту в нашій державі. Прискорення історичних змін, які відбуваються останніми роками на європейському просторі, **актуалізувало** необхідність переосмислення реалій та уявлень, в межах яких розвивалися відносини України з країнами ЄС.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми та перспективи економічної інтеграції України до ЄС, вивчення та оцінка зовнішньоторговельних відносин України, проблематика взаємовідносин з країнами ЄС досліджуються в роботах вітчизняних вчених: В. Андрійчука, О. Білоруса, С. Боринця, В. Будкіна, І. Бураковського, О. Власюка, П. Єщенко, А. Гальчинського, Л. Кістерського, Г. Климка, Н. Кузнецової, В. Литвицького, П. Леоненка, Д. Лук'яненка, І. Луніної, З. Луцишин, І. Лютого, В. Міщенко, В. Новицького, О. Плотнікова, І. Пузанова, О. Рогача, А. Румянцева, В. Сіденка, О. Сльозко, В. Степаненка, В. Федосова, А. Філіпенка, С. Циганова, О. Шарова, О. Шниркова, І. Якушика та ін.

Відзначаючи досить значний доробок вітчизняних науковців у контексті дослідження зовнішньоторговельних відносин України з країнами ЄС, бачимо високу динаміку змін, яка викликана початковим етапом активної інтеграції вітчизняної економіки в європейський економічний простір. Наведена ситуація висуває нові вимоги до наукових розробок у напрямі збільшення глибини

дослідження тенденцій зовнішньоторговельної діяльності країни загалом та окремих галузей її економіки в межах взаємодії з ЄС.

**Постановка завдання.** Базуючись на дослідженні тенденцій розвитку зовнішньоторговельних відносин України та Євросоюзу, мета статті полягає у здійсненні об'єктивної оцінки стану і розвитку зовнішньоторговельного співробітництва України та ЄС, з подальшим виявленням проблем та перспективи розвитку євроінтеграції України.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Сьогодні Україна, яка постачає на світовий ринок в основному продукцію незначного рівня переробки, інтегрується у світове господарство за схемою напівсировинного приладу [1, с. 39]. З точки зору країн ЄС Україна, конкурентоспроможна за бажаною для них ресурсною складовою, опиниться на периферії світового господарства, що сформує нестійкий стан, оскільки будь-яка криза в центрі світової економіки (розвинені країни) буде згладжуватися за рахунок його периферії. Крім цього, сировинна спеціалізація не забезпечить значного розширення робочих місць і закріпить технологічну залежність від розвинених країн. Поглибитися економічна та політична дезінтеграція України з усіма можливими наслідками. Конкурентним буде лише набір секторів, що включені у світове господарство.

У структурно-галузевому аспекті конкурентоспроможності національної економіки одним із важливих питань є співвідношення традиційних і нових галузей промисловості. До традиційних відносять галузі господарства, що сформувались у період розвитку індустріальних країн (XVIII – перша половина XX ст.). Зазвичай темпи зростання в цих галузях значно випереджають середні у промисловості, їх частка швидко збільшується в структурі виробництв промислової продукції та зайнятості, тому посилюється їх вплив на загальну динаміку промислового зростання в сучасних умовах. Вважаємо за доцільне виокремлювати нові галузі (відповідно, традиційні) за критеріями історичного виникнення, ступеня переробки вихідної сировини, рівня затрат на НДДКР. Рівень інтеграції економіки України як розвиненої країни у світову економіку можна кількісно визначити за індексом якості експорту, який розраховується на основі співвідношення продукції нових і традиційних галузей у товарній структурі експорту.

Відомо, що рівень конкурентоспроможності у сировинних і традиційних галузях вважається нижчим, ніж конкурентоспроможність у високотехнологічних галузях, оскільки в першому випадку існує значна залежність від коливань попиту, а в другому – від внутрішніх можливостей і досягнень з боку пропозиції (самого виробника). Підприємства (країни)-піонери отримують більші переваги на початкових стадіях продуктового циклу за рахунок створення тимчасових монопольних ситуацій. Тому постійний процес НДДКР, виробництво досконалішої та нової продукції підвищує конкурентоспроможність підприємства, динамізм експорту країни в цілому.

У цьому сенсі є ймовірним, що зростання частки високотехнологічних галузей підвищує конкурентоспроможність національної економіки, тому таке припущення актуалізує значення вивчення характеру динаміки структурно-інституційних змін в українській економіці. Виходимо з історичного пріоритету матеріального виробництва і традиційних галузей, без яких розвиток сфери послуг і “нової економіки” був би неможливий. Однак у сучасних умовах динаміка ВВП в розвинених країнах більшою мірою залежить від розвитку нових галузей, які володіють більшими можливостями економічного зростання.

Україні необхідно інтегруватись у світову економіку і зайняти в ній достойне місце. Цей процес можна кількісно виміряти в первинному наближенні на основі динаміки запропонованого коефіцієнта якості експорту (КЯЕ), який дорівнює відношенню обсягу експорту готової продукції кінцевого попиту виробничого та споживчого призначення й високотехнологічних компонент до обсягу експорту сировини, напівфабрикатів, продуктів проміжного споживання та необроблених сільгосппродуктів. Йдеться про те, що чисельник дробу пов'язаний із технологічною складовою конкурентоспроможності, а знаменник – переважно з ресурсною [1, с. 41].

Коефіцієнт якості експорту визначаємо за формулою:

$$\text{КЯЕ} = E_t / E_p, \quad (1)$$

де  $E_t$  – обсяги експорту готової продукції кінцевого попиту як виробничого і споживчого призначення, так і високотехнологічних компонентів (вартість товарів високого ступеня переробки – технологічна компонента);

$E_p$  – обсяги експорту сировини, напівфабрикатів, продуктів проміжного споживання та необроблених сільгосппродуктів (вартість сировини та напівфабрикатів – ресурсна компонента).

У цьому контексті, якщо запропонований коефіцієнт більший за одиницю, то у світовій торгівлі країна спирається переважно на свій технологічний потенціал, якщо КЯЕ менший за одиницю, то, навпаки, цього не відбувається (запропонований коефіцієнт прямо пов'язаний із галузевою структурою промисловості та співвідношенням нових і традиційних галузей).

Для розрахунків використано базу даних Комтрейд ООН, яка містить офіційну статистику міжнародної торгівлі, а також розширений економічний класифікатор (РЕК). Технологічна компонента (чисельник формули складатиметься з інвестиційних товарів (ІТ) (засоби виробництва; транспортні засоби) та споживчих товарів (СТ) тривалого, середньострокового та короткострокового користування; ресурсна компонента (знаменник формули) складається з товарів проміжного споживання (ТПС) (добувна промисловість, паливні та мастильні матеріали) і споживчих продовольчих товарів – оброблених і необроблених [1, с. 42].

Аналізуючи динаміку коефіцієнта якості експорту за 2015 р., можна зробити висновок про те, що в країнах Європейського Союзу, а також у Японії, КНР, США він значно перевищує одиницю (Японія – 2,4; Китай – 2,64; Угорщина – 2,42; Німеччина – 2,01; Словачія – 2,54) (рис. 1). В Україні, Білорусі, РФ цей коефіцієнт менший за одиницю (Білорусь – 0,26, Україна – 0,21, РФ – 0,8).

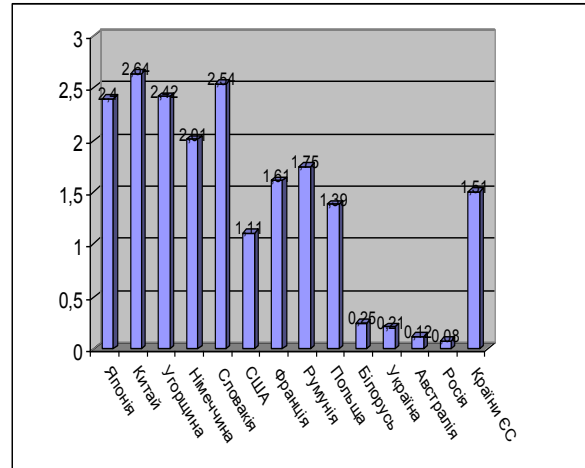


Рис. 1. Коефіцієнт якості експорту деяких високорозвинених країн світу та сусідніх з Україною країн у 2015 р. згідно з РЕК [3]

Структурні зміни складових експорту згідно з РЕК свідчать про те, що в країнах із високим коефіцієнтом якості експорту домінують інвестиційні товари (від 40 до 60 %), товари проміжного споживання складають 20-30 %, споживчі товари – від 15 до 30 %, за винятком Японії (4–5 %). В Україні, Білорусі, РФ ситуація діаметрально протилежна: інвестиційні товари складають 6-13 %, споживчі товари – 5-30%, а товари проміжного споживання – 50-85 % (рис. 2).

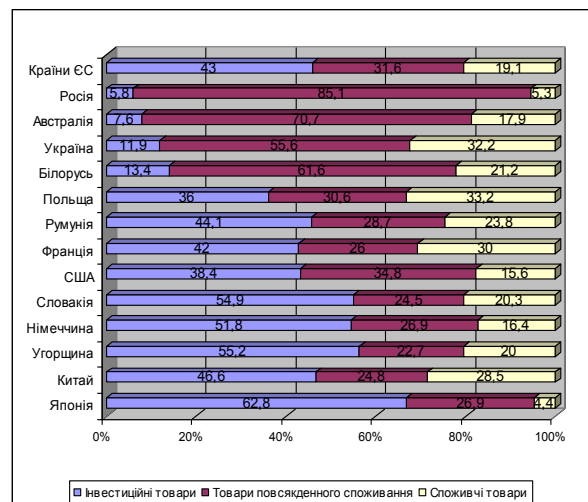


Рис. 2. Структура експорту деяких високорозвинених країн світу та сусідніх з Україною країн у 2015 р. згідно з РЕК [3]

Результати проведеного аналізу вказують на те, що Україна у зовнішній торгівлі спирається на ресурсну складову свого господарства, оскільки коефіцієнт якості експорту значно менший за одиницю. Враховуючи зазначені вище тенденції, зокрема зменшення питомої частки інвестиційних товарів, можна спрогнозувати подальше зменшення коефіцієнта якості українського експорту, що буде знижувати ефективність функціонування економіки України загалом.

Для виявлення тенденцій, проблем, перспектив зовнішньоекономічного співробітництва України та Євросоюзу доцільно доповнити дослідження аналізом експортно-імпортних операцій за 2012-2017 роки (рис. 3).

Кризові явища в економіці держави, різка зміна вектору зовнішньоекономічного розвитку призвели до зменшення експорту за період дослідження на 25545 млн дол. США, або на 37,1%. Необхідно відзначити наявність негативного тренду всього періоду дослідження з різким зменшенням обсягів експорту в 2014-2015 роках (активна фаза економічної кризи в Україні) і сповільненням спаду в 2016 році (на 1 765 млн дол. США, або 4,63% до попереднього року).

Імпорт до України за період дослідження зменшився на 35051 млн дол. США, або на 41,4%. Головними причинами зменшення імпорту у країну в 2012-2016 роках були кризові явища в економіці та різка девальвація гривні у 2014-2016 роках. Негативний тренд стосовно імпорту товарів простежувався у 2012-2015 роках із різким зменшенням обсягів у 2014-2015 роках. Відзначаємо відновлення обсягів імпорту в 2016 році (збільшення на 1716 млн дол. США, або 4,62% до попереднього року), незважаючи на кризові прояви в економіці держави та продовження девальвації національної валюти.

Сальдо зовнішньої торгівлі товарами за весь період дослідження, окрім 2015 року (+611 млн дол. США), було від'ємним із позитивною динамікою у 2012-2015 роках. Відзначаємо тенденцію появи від'ємного сальдо у 2016, 2017 рр. та його значні розміри (-2888 млн. дол. США, -6342 млн. дол. США відповідно).

Експорт товарів у ЄС за 2012-2016 рр. зменшився на 3 585 млн дол. США (11% загального розміру зменшення експорту країни за п'ять років), або на 20,99%, тоді як у 2017 р. порівняно з попереднім роком його обсяг збільшився на 4037 млн дол. США, тобто на 30,0%, що пояснюється вступом України до зони вільної торгівлі. При цьому можемо виділити такі тенденції:

– експорт у країни Євросоюзу в 2012-2016 роках зменшувався меншими темпами, ніж експорт України загалом, що привело до зростання його частки з 24,82% у 2012 році до 37,12% у 2016 році, що робить ЄС провідним споживачем експортної продукції України;

– чітко простежується тенденція впливу зміни зовнішньоторговельних відносин між Україною та Євросоюзом на розмір експортних поставок країни; так, початок дії автономних торговельних преференцій для України з боку ЄС у 2014 році привів до короткострокового зростання експортних поставок (на 244 млн дол. США, або 1,46% до попереднього року), а початок функціонування зони вільної торгівлі змінив негативний тренд зменшення експорту товарів до Європейського Союзу на позитивний у наступних 2016 та 2017 рр. (на 481 млн дол. США, або 3,70% до попереднього 2015 року; на 4037 млн дол. США, тобто на 30,0% до 2016 р.).

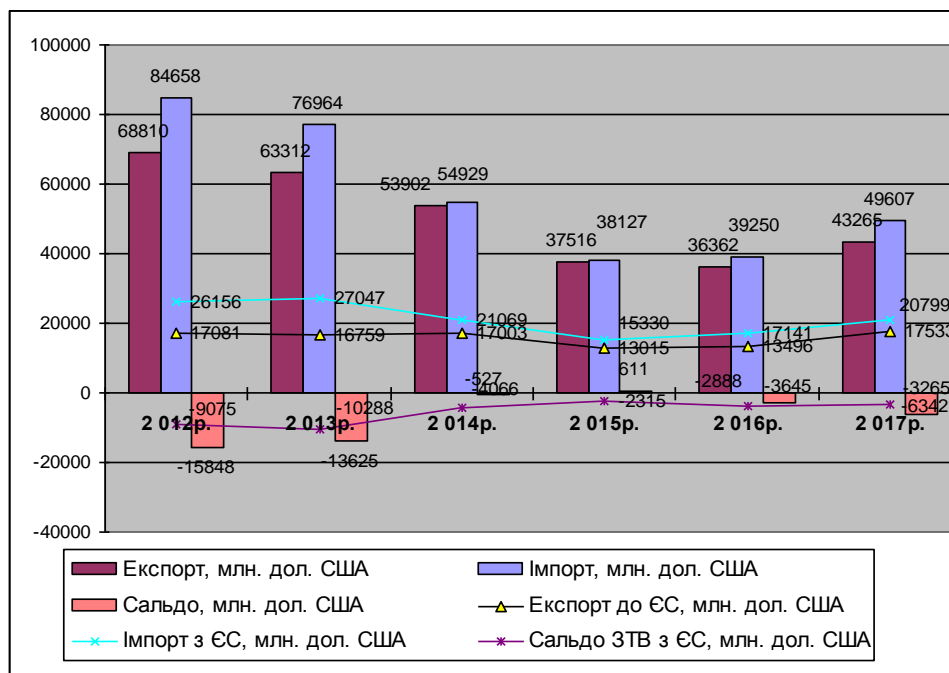


Рис. 3. Динаміка експорту, імпорту та сальдо зовнішньоторговельної діяльності України загалом і в межах взаємодії з ЄС за 2012-2017 роки (складено за [4])

Імпорт товарів із Євросоюзу за 2012-2016 роки зменшився на 9 015 млн дол. США (20% загального розміру зменшення імпорту до країни за п'ять років), або на 34,47%, тоді як у 2017 р. відносно минулого 2016 р. його обсяг різко збільшився на 3658 млн дол. США, або 21,3%. При цьому можемо виділити такі тенденції:

– імпорт з країн ЄС у 2012-2016 роках зменшувався меншими темпами, ніж імпорт товарів в Україну загалом, що привело до зростання його частки з 30,90% у 2012 році до 43,67% у 2016 році, а це робить Європейський Союз провідним постачальником імпортової продукції в Україну;

– після негативного тренду в 2012-2015 роках у 2016 році відбувається збільшення розмірів імпорту на 1811 млн дол. США, або на 11,81%, що свідчить про те, що імпорт з країн ЄС відновлюється більш швидкими темпами, ніж експорт до Євросоюзу. Разом з тим, у 2017 р. спостерігається зворотна тенденція.

Сальдо зовнішньої торгівлі товарами між Україною та Європейським Союзом за весь період

дослідження було від'ємним із позитивним трендом у 2013-2015 роках. Особливої уваги потребує вплив сальдо зовнішньої торгівлі товарами між Україною та ЄС на сальдо зовнішньої торгівлі України загалом. Якщо у 2012 та 2013 роках негативне сальдо зовнішньої торгівлі товарами між Україною та Євросоюзом складало 57,26% та 75,36% негативного сальдо зовнішньої торгівлі України загалом, то з 2014 року саме сальдо зовнішньої торгівлі товарами між Україною та ЄС має виключний негативний вплив на формування негативного сальдо зовнішньої торгівлі товарами України загалом. Наведена ситуація є критичною для економіки України та ставить під сумнів ефективність функціонування зони вільної торгівлі між країною й Європейським Союзом. Підсумовуючи результати оцінювання зовнішньоторгівельної діяльності України, можна виділити переваги та детермінанти для економічного розвитку країни в контексті її міжнародної інтеграції (рис. 4).



Рис. 4. Чинники формування зовнішньоторгівельних відносин України та країн-членів ЄС (Джерело: складено за [2])

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Умови глобального ринкового середовища диктують необхідність активізації міжнародного співробітництва України, зокрема з Європейським Союзом, як одного з ефективних способів підвищення конкурентоспроможності країни і подальшого її розвитку на інтенсивній основі.

Разом з тим, у торговельно-економічних відносинах із країнами ЄС Україні доцільно зробити ставку на поміркований розумний протекціонізм. У середньостроковій перспективі це дасть змогу посилити конкурентні позиції національного товаровиробника на внутрішньому та зовнішніх ринках. Також з'являться додатковий час та ресурси, необхідні для підвищення конкурентоздатності та адаптації до високих європейських стандартів.

З огляду на те, що сучасними тенденціями світового розвитку є широке впровадження досягнень передових науково-технологічних розробок, адже це надає імпульс структурним зрушенням в економіці, стимулюючи виробництво нової наукоємної високотехнологічної продукції, важливо активізувати міжнародний діалог щодо ефективного використання європейського досвіду і технічних програм допомоги у розбудові вітчизняних наукоємних і високотехнологічних виробництв, а також залучення інвестицій у перспективні в сенсі поглиблення співробітництва з ЄС галузі промисловості.

У подальшому в контексті поглиблення міжнародної інтеграції України особливої актуальності набувають питання підвищення конкурентоспроможності національної економіки шляхом залучення інвестицій у перспективні галузі промисловості.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Безпека та конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації : монографія [О. С. Власюк, А. І. Мокій, О. І. Іляш та ін.; за заг. ред. О. С. Власюка]. – К. : НІСД, 2017. – 384 с.

2. Власюк Т. О. Особливості зовнішньоторговельних відносин України з ЄС: ризики та потенційні стимули / Т. О. Власюк // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – № 10 (1). – С. 86-90.

3. UN Comtrade Database – International Trade Statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://comtrade.un.org>.

4. Зовнішня торгівля України товарами з країнами ЄС / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## REFERENCES

1. Bezpeka ta konkurentospromozhnist' ekonomiky Ukrainy v umovakh hlobalizatsii, O. S. Vlasiuk, A. I. Mokij, O. I. Iliash ta in. ; za zah. red. O.S. Vlasiuka (2017), NISD, K., 384 s.

2. Vlasiuk, T. O. (2016), Osoblyvosti zovnishn'otorhoveln'nykh vidnosyn Ukrainy z YeS: ryzyky ta potentsijni stymuly, Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Ser. : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo, vyp. 10 (1), s. 86-90.

3. UN Comtrade Database – International Trade Statistics, available at : <http://comtrade.un.org>.

4. Zovnishnia torhivlia Ukrainy tovaramy z krai-namy YeS / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 33.021:330.341.1-026.15(477)

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

## ІНТЕЛЕКТУАЛЬНО-КРЕАТИВНА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІКИ ЯК ДЖЕРЕЛО НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОРИВУ УКРАЇНИ

**Анотація.** Статтю присвячено аналізу впливу креативізації економіки на можливість технологічного прориву національної економіки. Виявлено, що притаманні високотехнологічним галузям гнучкість та адаптивність надають можливість нівелювати ризики впровадження креативних проєктів, ухвалювати управлінські рішення щодо перепрофілювання дослідницьких програм і диверсифікації сфер їх використання. Показано, що креативне планування стратегічних напрямків розвитку економічних систем дозволяє створювати сценарії технологічного оновлення та передбачати можливі переешкоди на шляху креативізації економіки. Аналіз динаміки креативної активності вітчизняного бізнесу проведено за видами економічної діяльності та у регіональному розрізі. Доведено, що креативний потенціал економічної системи визначається здатністю створювати конкурентоспроможну високотехнологічну продукцію, що ґрунтується на інтегративній співпраці академічної та прикладної науки і господарських комплексів.

**Ключові слова:** креативний менеджмент, креативізація економіки, креативна активність, високотехнологічне виробництво, науково-дослідницькі розробки.

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

## INTELLECTUAL-CREATIVE ACTIVITIES OF ECONOMIC SUBJECTS AS A SOURCE OF SCIENTIFIC-TECHNOLOGICAL BREAKTHROUGH OF UKRAINE

**Abstract.** The article is devoted to the analysis of the influence of economic creativeness on the possibility of technological breakthrough of the national economy. It has been revealed that the flexibility and adaptability inherent in high-tech branches make it possible to minimize the risks of introducing creative projects, to make managerial decisions on the re-engineering of research programs and the diversification of their fields of application. It is shown that creative planning of strategic directions of economic systems development allows to create scenarios of technological update and to predict possible obstacles on the way of economic creation. Analysis of dynamics of creative activity of domestic business was conducted by types of economic activities and in the regional context. It is proved that the creative potential of the economic system is determined by the ability to create competitive high-tech products based on the integrative cooperation between academic and applied science and economic complexes.

**Key words:** creative management, economic creativeness, creative activity, high-tech production, research and development.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-06>

**Постановка проблеми.** Сучасний розвиток вітчизняного економічного господарства неухильно спрямований у напрямку креативних розробок і впровадження високотехнологічних конкурентоздатних продуктів з високою доданою вартістю. У швидкоплинному середовищі технологічних перетворень економічних процесів підвищується

значення наукоємності конкурентоздатного виробництва, що ґрунтується на наукових дослідженнях, зв'язках між науковими знаннями і виробничими процесами, самовдосконаленні креативного персоналу. На сьогоdnішньому етапі постіндустріального розвитку суспільства саме ступінь відповідності застосовуваних технологій та устаткування вимогам

високотехнологічного середовища визначають витрато-, ресурсо- та енергомісткість виробничих процесів. У 2013-2017 рр. частка вітчизняних підприємств, що провадили у своїй діяльності науково-технічні інновації, становила 18,4%, з них технологічне оновлення задекларувало 11,8% підприємств, у т.ч. 5,7% підприємств створювали продуктивні інновації, 10,3% – запроваджували процесні нововведення. Серед 13,4% підприємств, що здійснювали нетехнологічні креативні розробки, 8,7% стосувалось організаційних інновацій та 10,2% – маркетингових зрушень. У сфері послуг креативно-інноваційне підприємництво в Україні найчастіше представлене інтернет-підприємцями, web-фахівцями та креативними студіями з творчими авторськими послугами. Цим сферам найбільшою мірою притаманна висока гнучкість та адаптивність, що дає можливість нівелювати високі ризики впровадження креативних проектів та за необхідності ухвалювати управлінські рішення, стрімке перепрофілювання дослідницьких програм і диверсифікації сфер їх використання. Отож, вивчення питань наукоємності економічних систем спонукало до проведення нашого дослідження і обумовлює його значущість.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання пошуку можливостей для науково-технологічного прориву економічних систем на етапі постіндустріалізаційних трансформацій знаходиться в центрі уваги багатьох дослідників. Слід відмітити праці М. П. Бутко, О. В. Попело [2], присвячені ролі інтелектуального капіталу в модернізації економічного простору, дослідження С. А. Давимуки та Л. І. Федулової [4], в яких простежується досвід розбудови креативних секторів національної економіки. Цінними для нашого дослідження виявилися наукові доробки О. Є. Кузьміна, С. В. Князя, В. Й. Жежухи, Н. В. Савіцької [6], Д. Г. Лук'яненка і Т. О. Галахової [7], О. П. Пашенко [8], в яких креативний потенціал підприємства розглядався в якості чинника креативізації технологічних процесів. Водночас слід визнати, що наукові дослідження здебільшого висвітлюють лише окремі аспекти обраної проблематики, а питання системного вивчення впливу креативізації суб'єктів економічної діяльності на можливість креативного прориву національної економіки управління суб'єктами національної економіки на різних рівнях ієрархії до сьогодні залишаються відкритими.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз тенденцій креативізації економіки як фактора технологічного прориву.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Глобальні економічні перетворення у постіндустріальному суспільстві, розвиток і становлення високотехнологічних галузей забезпечуються переважно за рахунок конвергенції техно-логій на перетині звичних секторів економіки, розширюючи підґрунтя для креативних розробок “проривних” технологій.

Загальні мегатренди глобалізованого суспільства, що включають демографічні зміни, урбанізацію на засадах абсолютної автоматизації, компонують елементи невизначеності та зумовлюють непевність щодо розвитку господарських структур, переборні лише завдяки наполегливим креативним пошукам та відповідним інфраструктурним перетворенням [1]. Креативне планування стратегічних напрямків майбутнього розвитку економічних систем дозволяє створювати потенційні сценарії технологічного оновлення та своєчасно передбачати можливі перешкоди на шляху креативізації економіки. Зростання креативної активності підприємств вимагає використання нових організаційних важелів для стимулювання підвищення продуктивності праці, розробки креативного продукту з високою доданою вартістю, розвитку високотехнологічних та наукоємних виробництв [8]. У 2016-2017 рр. вітчизняному креативному підприємництву була властива структурна перебудова інвестиційних потоків, яка проявилась у зменшенні витрат на інтелектуальні компоненти науково-дослідних розробок (НДР) та переорієнтація фінансових потоків у бік придбання сучасного виробничого обладнання (табл. 1).

Інноваційно-креативний розвиток суспільства, інтеграція національної економічної системи у глобальний світовий науково-економічний простір, застосування високотехнологічних технологій у виробництві вимагають якнайшвидшого посилення наукової складової у діяльності суб'єктів економіки. Проведений нами аналіз динаміки інвестиційної компоненти креативної активності вітчизняного промислового сектора у регіональному розрізі свідчить, що найбільшу активність у період 2013-2017 рр. стабільно виявляли промислові підприємства Запорізької, Дніпропетровської, Харківської областей. Однак динамічний аналіз засвідчує негативні тенденції щодо можливостей вкладення інвестицій у технологічне чи продуктове оновлення, що підтверджує наші спостереження про вплив загальноекономічної нестабільності у державі на готовність підприємств вкладати додаткові кошти в системне технологічне оновлення виробництва.

Таблиця 1

**Кількість інноваційно-активних промислових підприємств за напрямами та за видами економічної діяльності у 2016-2017 рр. (од) [5]**

Підприємства за галузями	Усього		У тому числі займалися інноваційною діяльністю		З них здійснювали внутрішні НДР	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
<b>Промисловість України</b>	4767	4421	824	834	151	232
Добувна промисловість	233	215	21	20	1	5
Переробна промисловість	3857	3525	751	745	145	222



Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	984	901	178	170	13	19
текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	304	310	40	48	2	11
виготовлення виробів з деревини, паперу та поліграфічна діяльність	297	289	36	41	2	5
виробництво коксу та продуктів нафтоперероблення	21	22	6	7	–	–
виробництво хімічної продукції	163	156	44	37	9	17
виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	61	57	29	29	13	16
виробництво гумових і пластмасових виробів, іншої мінеральної продукції	530	461	68	81	7	18
металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів, крім виробництва машин і устаткування	371	336	65	73	13	21
виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	104	90	39	36	18	28
виробництво електричного устаткування	170	147	48	36	14	11
виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	332	293	87	77	25	35
виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	165	154	61	64	25	31
виробництво меблів, іншої продукції, ремонт і монтаж машин і устаткування	355	309	50	46	4	10
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	294	308	31	35	3	4
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	383	373	21	34	2	1

Для практичної реалізації власних креативно-інноваційних програм у 2017 р. 170 промислових підприємств придбали 832 нові технології (з них 129 – імпорт), у т.ч. 386 технологій (з них 81 – імпорт) було придбано у комплекті з відповідним устаткуванням. Крім того, 305 нових технологій були результатом НДР, понад 100 отримано в якості об'єкта права на інтелектуальну власність, 10 – за національними та міжнародними угодами на придбання технологій та ноу-хау. У 2017 р. промисловими підприємствами України було також створено та передано іншим суб'єктам господарювання 59 креативних технологічних розробок, з яких дві експортовано.

Найбільші темпи падіння фінансування НДР у промислових підприємствах зафіксовані у Луганській (на 94,6% менше, ніж у 2013 р.), Житомирській (на 85,8%) та Вінницькій (на 85,6%) областях. Водночас окремі регіони демонструють певний інвестиційний “прорив”, збільшивши капіталовкладення в креативні розробки у понад 4 рази. Беззаперечними лідерами темпів зростання є Запорізька (у 4,7 рази більше порівняно з 2013 р.), Тернопільська (у 4,5 рази), Кіровоградська та Черкаська (кожна у понад 4,4 рази) області.

Порівняно із 2016 р. регіональна динаміка виглядає дещо збалансованішою, відсутні значні коливання, однак помітною є загальна тенденція до скорочення інвестування у НДР та високотехнологічне устаткування. Найгірші показники темпів змін спостерігаються у Тернопільській (на 76,5% менше, ніж у 2016 р.), Дніпропетровській (на 74,1%) та Вінницькій (на 70,3%) областях. Лідерами

зростання є Запорізька (на 62,6% більше, ніж у 2016 р.), Кіровоградська (на 59,6%) та Сумська (на 57,3%) області.

Загальні обсяги інвестування в продуктове, технологічне та організаційне оновлення вітчизняних промислових підприємств становили у 2017 р. понад 9,1 млрд грн, з них 2,2 млрд грн (24,2%) витрачено на розробку власних та придбання зовнішніх НДР та технологій, 5,9 млрд грн (64,8%) було спрямовано на закупівлю обладнання та програмного забезпечення, 1,1 млрд грн (11,3%) – на інші роботи, пов'язані з генерацією та трансфером знань (зокрема, навчання, проектування, маркетинг). За видами економічної діяльності лідерами інвестування у науково-технічне оновлення промислових підприємств у 2017 р. були галузь виробництва машин і устаткування (1,23 млрд грн або 13,5%) та харчова промисловість (1,14 млрд грн або 12,6%).

Реалізація політики креативізації бізнесу вимагає від підприємств всебічно розвивати багатовекторні зв'язки між наукою та промисловістю і найбільш повною мірою використовувати можливості як наукової інфраструктури, так і такого сучасного інструментарію, як кластери та промислово-виробничі зони. Найбільші обсяги інтелектуальної креативної діяльності та НДР в Україні традиційно припадають на заклади вищої освіти та науково-дослідні заклади. У 2018 р. очільниця МОН України Л. Гриневич заявила про практичну відсутність умов для комерціалізації результатів креативних розробок вітчизняних підприємств і репрезентувала, відповідно, низку інституційних

ініціатив, зокрема Закон “Про трансфер технологій”, створення координаційного органу – Національної ради з питань розвитку науки та технологій, а також прийняття Стратегії інноваційного розвитку, в межах якої визначено пріоритетні напрями у сфері розвитку R&D до 2020 року: ядерні дослідження, нові матеріали, IT-технології, агропромисловий комплекс, космічні технології [3].

Загалом у період 2013-2017 рр. з науковими установами, університетами, науково-дослідними інститутами співпрацювало понад 34,4% креативно активних підприємств. Водночас у 2017 р. із науковими організаціями співпрацювало лише 8,4% таких підприємств, а основними їх партнерами були постачальники обладнання, матеріалів та інформаційних ресурсів (у т.ч. програмного забезпечення).

У 2017 р. у загальному по Україні продажем креативного продукту займалось 450 промислових підприємств, а загальний обсяг реалізації становив 17,7 млрд грн. У 2016 р. ці показники становили відповідно 570 підприємств та 20,4 млрд грн (табл. 2), у т.ч. 5,5 млрд грн становили експортні поставки (у 2016 р. – 10,8 млрд грн).

Близько третини вітчизняного креативного продукту відноситься до програмного забезпечення та високих технологій (рис. 1). Обсяг новітнього для відповідного ринку продукту становив 4,5 млрд грн, з них 41,5% експортувалось (у 2016 р. відповідно 7,3 млрд грн та 58,3%).

Таблиця 2

**Реалізація креативних розробок промисловими підприємствами за видами економічної діяльності у 2016-2017 рр. (од) [5]**

Види економічної діяльності	Кількість підприємств, що реалізували креативну продукцію		У тому числі продукцію, що була новою			
			для ринку		для підприємства	
	2016	2017	2016	2017	2016	2017
<b>Промисловість України</b>	570	632	142	182	490	503
Добувна промисловість	8	9	–	3	8	7
Переробна промисловість	556	603	140	177	477	478
виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів	143	144	23	36	135	116
текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	21	24	2	6	20	21
виготовлення виробів з деревини, паперу та поліграфічна діяльність	22	27	3	6	19	23
виробництво коксу та продуктів нафто-перероблення	2	3	1	2	2	2
виробництво хімічної продукції	31	33	4	4	30	30
виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	25	27	7	6	22	24
виробництво гумових і пластмасових виробів, іншої мінеральної продукції	45	56	8	15	40	48
металургійне виробництво, виробництво готових металевих виробів, крім виробництва машин і устаткування	44	65	8	16	41	53
виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	32	32	13	14	19	19
виробництво електричного устаткування	40	29	17	14	30	20
виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	67	70	26	24	51	55
виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів	51	57	17	24	40	40
виробництво меблів, іншої продукції, ремонт і монтаж машин і устаткування	33	36	11	10	28	27
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	3	10	1	1	3	9
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	3	10	1	1	2	9

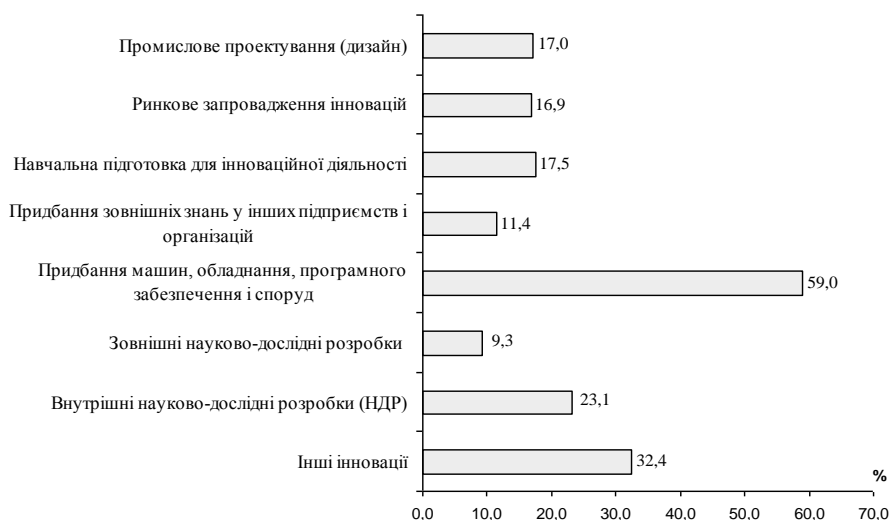


Рис. 1. Розподіл підприємств за напрямками реалізації креативної діяльності у 2013-2017 рр. [5]

Однією з ключових особливостей креативної управлінської парадигми є її націленість на розробку і дистрибуцію проривних технологій, що зумовлює як створення нових споживацьких ринків (як відклик на появу креативного продукту чи креативної бізнес-моделі), так і здатність радикально змінювати чи навіть повністю знищувати існуючі індустріальні галузі [9]. Креативний менеджмент у вітчизняній промисловості за умов становлення й активного поширення шостого технологічного укладу спрямований передусім на управління розвитком інформаційних та нейронних мереж, розробок на основі штучного інтелекту, новітніх транспортних систем, біотехнологій. Так, в 2017 р. український стартап People.ai запропонував використання штучного інтелекту для управління відділами продажів. Програмне забезпечення People.ai аналізує та надає рекомендації щодо зростання командної продуктивності сейлз-команд та ефективності торговельних угод. Інша креативна розробка світового значення полягала у роботизованому екзоскелеті для реабілітації рухів кінцівок, оформленому у вигляді модульної конструкції, що управляється за допомогою нейрошолома або нейробрасслетів. Ці та інші креативні розробки свідчать про надзвичайний потенціал творчої співпраці бізнесу та науки, дозволяють стверджувати про можливість технологічного прориву промислового хай-теку та посідання у майбутньому лідерських позицій у системі шостого технологічного укладу.

Динамічний аналіз розподілу за регіонами продажів власних креативних розробок, втілених у конкретну продуктову інновацію у 2013-2017 рр., засвідчив, на жаль, зменшення цього показника в цілому по Україні у понад 2 рази, а серед регіонів за цей період позитивну динаміку демонструють лише Черкаська (із незначним збільшенням на 2,9% порівняно з 2013 р.), Чернігівська (зростання понад у 2,3 рази) та Запорізька (понад 2,4 рази) області. Решта регіонів України у 2017 р. реалізували власного креативного продукту менше, аніж у 2013 р. У порівнянні з 2016 р. результати є дещо кращими,

однак в цілому по Україні та у більшості областей у 2017 р. все ж спостерігається зменшення продажів промисловими підприємствами власної креативної продукції. Найкращі результати зростання демонструють промислові об'єкти Вінницької (на 40,5% більше, ніж у 2016 р.), Чернігівської (на 156,5%) та Миколаївської (на 170,8%) областей.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином, креативний потенціал економічної системи визначається здатністю створювати конкурентоспроможну високотехнологічну продукцію, що ґрунтується на інтегративній співпраці академічної та прикладної науки і господарських комплексів. У 2017 р. понад 1,8 тис. підприємств створювали й використовували результати креативних досліджень, новітні технології та об'єкти прав інтелектуальної власності. За видами економічної діяльності лідерами були фармацевтичні компанії, виробники транспортних засобів, електронної та оптичної продукції, точного і надточного устаткування, підприємства хімічної галузі. Водночас спостерігається тенденція скорочення кількості підприємств, що створювали креативні розробки та втілювали їх у конкретні продуктові інновації. Витрати на креативні проекти фінансуються здебільшого власними коштами підприємств. Структурна перебудова інвестиційних потоків проявилась у зменшенні витрат на інтелектуальні компоненти креативних досліджень на користь придбання сучасного виробничого обладнання. Отже, попри значні проблеми і складнощі, наявний креативний потенціал вітчизняної економіки дозволяє стверджувати про можливість реалізації в Україні технологічного прориву промислового хай-теку, що сприятиме скорішій інтеграції національної економічної системи у світове креативне співтовариство, що зумовлює необхідність подальших досліджень процесів креативізації суб'єктів національної економіки.

ЛІТЕРАТУРА

REFERENCES

1. Барна М. Ю. Інтегральна ефективність функціонування та розвитку виробничих систем у національній економіці: теоретико-методологічні аспекти оцінювання : монографія / М. Ю. Барна, М. І. Миронова, Г. І. Башнянин. – Львів : Ліга-Прес, 2017. – 166 с.
2. Бутко М. П. Інтелектуальний капітал як чинник модернізації регіонального економічного простору : монографія / М. П. Бутко, О. В. Попело. – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2014. – 372 с.
3. Гриневич Л. Стратегія інноваційного розвитку України враховуватиме Ізраїльський досвід. Виступ на науковій міністерській конференції в Ізраїлі “Thinking Out of the Box” 29 травня 2018 р. / Л. Гриневич [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/strategiya-innovatsijnogo-rozvitku-ukrayini-vrahovuvatime-izrayilskij-dosvid-liliya-grinevich-na-naukovij-ministerskij-konferenciyi-v-izrayili>.
4. Давимука С. А. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова. – Львів : Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України, 2017. – 528 с.
5. Державна служба статистики. Статистична інформація. Економічна статистика / Наука, технології та інновації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. Креативний потенціал підприємства як чинник формування інноваційних технологічних процесів : монографія / О. Є. Кузьмін, С. В. Князь, В. Й. Жежуха, Н. В. Савіцька – Львів : Тріада плюс, 2012. – 464 с.
7. Лук'яненко Д. Г. Феномен креативізації глобальної економіки і менеджменту / Д. Г. Лук'яненко, Т. О. Галахова // Науковий вісник Дипломатичної академії України. – 2016. – № 23 (3). – С. 12-21.
8. Пащенко О. П. Креативний менеджмент як фактор успішності сучасного бізнесу / О. П. Пащенко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 17. – С. 406-410.
9. Crepaldi C. Active inclusion: stocktaking of Council Recommendation (2008) / C. Crepaldi, M. Samek. – Brussels : European Parliament, 2015. – 91 p.
10. Denison E. F. The Sources of Economic Growth in the United States and the Alternatives Before Us / E. F. Denison. – New York : Committee for Economic Development, 1962. – 297 p.

1. Barna, M. Iu., Myronova, M. I. and Bashnianyn, H. I. (2017), *Intehralna efektyvnist funktsionuvannia ta rozvytku vyrobnychkykh system u natsionalnii ekonomitsi: teoretyko-metodolohichni aspekty otsiniuvannia*, Liha-Pres, Lviv.
2. Butko, M. P. and Popelo, O. V. [2014], *Intelektualnyi kapital yak chynnyk modernizatsii rehionalnoho ekonomichnoho prostoru*, Aspekt-Polihraf, Nizhyn.
3. Hrynevych L. *Stratehiia innovatsijnoho rozvytku Ukrainy vrahovuvatyme Izrail's'kyj dosvid*. Vystup na naukovij ministers'kij konferentsii v Izraili “Thinking Out of the Box” 29 travnia 2018 r., available at : <https://mon.gov.ua/ua/news/strategiya-innovatsijnogo-rozvitku-ukrayini-vrahovuvatime-izrayilskij-dosvid-liliya-grinevich-na-naukovij-ministerskij-konferenciyi-v-izrayili>.
4. Davymuka, S. A. and Fedulova, L. I. (2017), *Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy*, Instytut rehionalnykh doslidzhen NAN U, Lviv.
5. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy / Statystychna informatsiia. Ekonomichna statystyka / Nauka, tekhnolohii ta innovatsii.*, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. Kuzmin, O. Ie., Kniaz, S. V., Zhezhukha, V. I. and Savitska, N. V. (2012), *Kreatyvnyi potentsial pidpriemstva yak chynnyk formuvannia innovatsiinykh tekhnolohichnykh protsesiv*, Triada plus, Lviv.
7. Luk'ianenko, D. H. and Halakhova, T. O. (2016), *Fenomen kreatyvizatsii hlobal'noi ekonomiky i menedzhmentu*, Naukovyj visnyk Dyplomatychnoi akademii Ukrainy, № 23 (3), s. 12-21.
8. Paschenko, O. P. (2017), *Kreatyvnyj menedzhment iak faktor uspishnosti suchasnoho biznesu, Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vyp. 17, s. 406-410.
9. Crepaldi, C. and Samek, M. (2015), *Active inclusion: stocktaking of Council Recommendation (2008)*, European Parliament, Brussels.
10. Denison E. F. (1962), *The Sources of Economic Growth in the United States and the Alternatives Before Us*, New York : Committee for Economic Development, 297 p.

УДК 336.012.23

Ковтун О. І.,

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

## АКТУАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ БІЗНЕСУ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

**Анотація.** Розглянуто стан та вплив запровадження та використання інновацій у вигляді інформаційних технологій на можливості для розвитку бізнесу на ринку фінансових послуг. Визначено види і сфери застосування "fintech" в фінансовій галузі глобальної та національної економік. Розглянуті типові напрямки fintech-послуг та окреслено перспективи розвитку ринку fintech-послуг в Україні. У ході дослідження встановлено, що вирішення проблеми неефективності вітчизняної економіки лежить в площині запровадження інновацій у всіх сферах економічної діяльності і залежить насамперед від інвестування бізнесу в інновації різного типу. Визначено, що на ринку фінансових послуг інноваційні інформаційні технології дозволяють створювати нові бізнес-моделі і схеми взаємодії між фінансовими організаціями та клієнтами. Інноваційні інформаційні технології в фінансовій сфері роблять рух капіталу простішим, швидшим і дешевшим, що сприяє економічному розвитку України.

**Ключові слова:** ринок фінансових послуг, інноваційні технології ведення бізнесу, інформаційні технології, фінансові бізнес-моделі, фінансові бізнес-моделі на основі ІТ, fintech-послуги, блокчейн-технологія, смарт-контракти.

Kovtun O. I.,

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

## ACTUAL INNOVATIONS FOR BUSINESS ON THE MARKET OF FINANCIAL SERVICES

**Abstract.** The conditions and influence of the introduction and utilization of innovations as information technologies on the opportunities for business development on the market of financial services are considered. Several types and scopes of application of "fintech" in the financial industry of global and national economies are defined. Typical directions of fintech-services are considered, and perspectives of the development of the market of fintech services in Ukraine are outlined. The study found that solving the problem of inefficiency of the domestic economy lies in the sphere of introduction of innovations in all spheres of economic activity and depends primarily on business entities investing in different types of innovation. It is determined that in the market of financial services, innovative information technologies allow to create new business models and schemes of interaction between financial organizations and clients. Innovative information technologies in the financial sphere make the capital movement easier, faster and cheaper, which contributes to the economic development of Ukraine.

**Keywords:** market of financial services, innovation business technology, information technology, financial business models, financial business models based on IT, fintech-services, blockchain technology, smart contracts.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-07>

**Постановка проблеми.** Ринок фінансових послуг сьогодні складає 25 трлн дол США в рік і це робить його надзвичайно привабливим для впровадження нових бізнес-моделей на основі інформаційних технологій (ІТ). Завдяки запровадженню та використанню в фінансовій сфері нових

бізнес-моделей на основі ІТ очікуються революційні зміни, які здатні забезпечити набагато кращі, швидші та дешевші результати в кредитуванні, платежах та управлінні капіталом у порівнянні з традиційними банківськими бізнес-моделями. Вже сьогодні в світі відбувається стрімка заміна формату

традиційних ринку фінансових послуг та банку як його ключового актора (дієвої особи) сотнями різних технологічних продуктів та сервісів. Водночас у традиційній банківській сфері запровадження цих нових фінансових бізнес-моделей на основі ІТ (так званих "fintech") супроводжува- тиметься 50% скороченням персоналу та понад 60% зниженням рентабельності [1].

**Постановка завдання.** Основною метою даного дослідження є визначення перспективних напрямів і форм розвитку ринку фінансових послуг на основі впровадження інноваційних бізнес-моделей на цьому ринку (шляхом запровадження різноманітних нових технологічних продуктів і сервісів) для забезпечення подальшого нормального функціонування всієї вітчизняної фінансової системи України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нові технології ведення бізнесу на ринку фінансових послуг асоціюються з поняттям "fintech". Власне "fintech" – це програмна або технологічна інновація в фінансових послугах.

Типовими напрямками fintech-послуг вже сьогодні є: цифровий банкінг; електронні платежі; діджитал кредитування (P2P, B2P і кредитування фінансових компаній); страхування (автострахування, туристичне страхування).

Компанії, які працюють у даній сфері, прагнуть покращити існуючу або створити нову фінансову інфраструктуру. При цьому вони жорстко конкурують з традиційними банками. Згідно з індексом "Fintech Adoption" від компанії "Ернст енд Янг" (EY) майже третина споживачів у світі використовує дві або більше фінансових технологій. Натомість найпопулярніші fintech-сервіси – це онлайн-платежі (більше 50%), сервіси для страхування автомобілів та здоров'я (24%), додатки для інвестування та збільшення капіталу (20%), онлайн-платформи для позик (10%), інструменти фінансового планування (10%) [2].

Загалом кількість проектів у сфері fintech-послуг надзвичайно велика, оскільки це надзвичайно перспективний, хоча і досить молодий, ринок глобалізованої економіки. Зокрема, надзвичайно вдалими проектами (компаніями та їх сервісами), які сьогодні стали ключовими гравцями на фінансовому ринку і кардинально змінили галузь фінансових послуг, вже сьогодні стали:

- *Lending Club* – сервіс, який з'єднує позичальників і кредиторів у США. Дозволяє знизити ставки, відкриваючи ринок кредитів для багатьох учасників і підвищити конкуренцію.

- *Klarna* – банк, який надає онлайн-послуги. Він спеціалізується на платіжних рішеннях для інтернет-магазинів і сплаті кредитів, здійснює обробку платіжних вимог магазинів і платежів клієнтів. Ця компанія виступає "буфером", знижуючи ризики для покупців і продавців.

- *Robinhood* – додаток для торгівлі акціями за допомогою мобільних пристроїв: сервіс пропонує біржові брокерські послуги для інвестицій в публічні компанії та біржові фонди США та надає можливість користувачам купувати і продавати акції без будь-яких зборів.

- *Credit Karma* – сервіс, який розраховує персональний рейтинг кредитоспроможності і допомагає покращити матеріальне становище. При цьому рейтинг визначається безкоштовно, але в додатку міститься реклама інших продуктів.

Варто зазначити, що сьогодні в світі за кількістю користувачів fintech-сервісів лідирують Китай (69% населення країни), Індія (52%), Великобританія (42%), Бразилія (40%) й Австралія (37%), США (33%) [3].

При цьому в 2016 р. із 27 глобальних fintech-компаній з капіталізацією 1 млрд дол США 14 стартапів інкорпоровані в США, 8 – в Китаї і 5 – в інших країнах [4].

Обсяг інвестицій у галузь щорічно зростає на 50%, а загальна сума інвестицій у цей сектор становить станом на 2017 рік 24 млрд дол США (для порівняння: в 2008 році становила лише 1 млрд дол США) [5].

Середній рівень сприйняття fintech-проектів у світі становить 33%. Зокрема, у Великобританії – 42%, Іспанії – 37%, Німеччині – 35%, Швейцарії – 30% і Франції – 27% [6]. При цьому європейський ринок fintech за обсягом інвестицій і кількістю угод поступається американському. За 1-й квартал 2018 р. в США було укладено 427 угод загальним обсягом 14.2 млрд дол, в Європі – 198 угод на 26 млрд дол, в Азії – 162 угоди на 16,8 млрд дол США [7].

В Україні у межах проекту "Цифрова адженда України 2020" [8] з вересня 2017 року НБУ також започаткував перехід на широке застосування ІТ технологій у банківській сфері, запустивши проект "Сприяння розвитку FinTech в Україні", який націлений на розвиток інноваційних фінансових технологій в Україні [9].

Це обумовлено зростанням попиту на фінансові послуги в Україні з боку різних споживачів, а також появою вітчизняних стартапів ("організацій, що створюють новий продукт або послугу в умовах високої невизначеності" [10]), які розробляють проекти в цій галузі. Слід зауважити, що зараз спостерігається постійне зростання кількості українських стартапів у цій сфері.

Однак, на жаль, сьогодні ринок fintech-послуг в Україні знаходиться на початковій стадії розвитку; він поки сконцентрований тільки на сфері цифрових онлайн-платежів; основними інвесторами, готовими вкладати гроші в розвиток fintech, залишаються банки. Але наразі банки не схильні багато витратити на вдосконалення своїх технологій. Немає розуміння всього обсягу ринку fintech в Україні, відсутня статистика про те, які туди спрямовуються інвестиції, скільки є всього fintech-компаній і які у них є ідеї і плани.

При цьому, як на наш погляд, основні проблеми запровадження fintech-сервісів в Україні обумовлені тим, що:

- більшість місцевих адміністрацій просто не готові до fintech;

- місцеві підприємці і торгові мережі закриті для fintech-ініціатив, а відтак fintech-ідею можна реалізувати тільки на рівні однієї компанії чи в одному населеному пункті;

- більшість інноваційних ідей створюється з розрахунком на зарубіжний ринок, оскільки інвестора легше знайти за кордоном;

- відсутній початковий капітал для втілення таких ідей.

У той же час розповсюдженню *фінансових технологій* в Україні сприяє стрімке розповсюдження Інтернету. На сьогодні близько 65% населення України має доступ до мережі. Натомість потенційний перехід до відкритих API у відповідності до директиви PSD2 ЄС прискорить розвиток *fintech-сервісів* в Україні. Ця директива передбачає, що банки за згодою клієнтів зможуть передавати їх акаунти *fintech-стартапам*, щоб ці дані використовувалися для створення нових продуктів або для управління фінансами. Впровадження директиви PSD2 в Україні знаходиться лише на стадії ідеї, яку підтримує НБУ.

Сьогодні в Україні вже є понад 80 компаній, які розробляють інноваційні рішення (продукти) для фінансової сфери. При цьому 58% *fintech-проектів* було засновано впродовж останніх 3-х років [11].

Основні чинники розвитку сфери *fintech-послуг* в Україні, поряд із розповсюдженням Інтернету, це доступність мобільного Інтернету і смартфонів, втрата довіри до банків та незадовільна якість банківських сервісів.

Наразі українські *fintech* бізнес-моделі працюють у таких секторах, як [11]: оплата та грошові перекази (31,6%), фінансова інфраструктура і технології (19,3%), кредитування (14%), маркетплейси (7%), страхування (5,3%), онлайн-банкінг (5,3%), персональні фінанси (5,3%), мобільні гаманці (5,3%), блокчейн (3,4%), криптовалюти (1,75%), регуляторні технології (1,75%). Найбільш яскравими прикладами використання інноваційних *fintech-послуг* в Україні є використання Apple Pay і Google Pay (першими цей функціонал в Україні підключили Приватбанк, Ощадбанк та Monobank); безконтактна оплата і оплата за допомогою PayPass в супермаркетах, в кафе, в громадському транспорті (в київському метро); такі традиційні сервіси, як Western Union, MoneyGram, IntelExpress, та нові сервіси, такі як TransferWise, Azimo, TransferGo, які використовують для переказу коштів з-за кордону (так, у 2017 році перекази коштів трудових мігрантів склали 8,3% ВВП країни).

Аналізуючи тенденції (основні напрями) розвитку IT та враховуючи посилення конкуренції на ринку фінансових послуг під впливом глобалізації, можемо констатувати, що основними трендами розвитку ринку *fintech-послуг* на найближчі роки стануть:

- отримання фінансових послуг та здійснення фінансових операцій за допомогою мобільного телефону (вже сьогодні смартфони використовують 59% дорослого населення планети);

- соціальні мережі для надання фінансових послуг (застосування певних алгоритмів для аналізу інформації від/про учасників соцмереж, щоби надавати персоналізовані фінансові послуги; застосування чат-ботів для здійснення платежу або іншої операції, не виходячи з соцмережі);

- альтернативні способи оплати. Безконтактні платежі, платежі за допомогою терміналів та QR-кодів;

- кредитні маркетплейси і позики за схемою “користувач-користувачу”. Цифрові платформи з’єднують позичальників, небанківські кредитні організації та приватних інвесторів. Така система дозволяє отримати кредитні кошти особам, які не можуть оформити позику в банку;

- використання технологій Big Data та Artificial Intelligence. Боти з штучним інтелектом навчаються і самостійно зможуть обслуговувати навіть нестандартні запити клієнтів. Натомість великий обсяг даних та штучний інтелект допомогатимуть уникати шахрайства;

- цифрова та біометрична ідентифікація. Ідентифікація та авторизація клієнтів – це найважливіше завдання фінансових організацій, яке можна буде реалізувати шляхом запровадження технологій ідентифікації користувача за голосом, за відбитками пальців, завдяки розпізнанню обличчя. Такий підхід докорінно змінює принципи забезпечення надійності та безпеки при проведенні фінансових операцій;

- застосування технології “Blockchain”. Блокчейн – це технологія розподіленої бази даних, яка може зробити фінансові транзакції більш прозорими та безпечними. Очікується, що до 2020 року 36% фінансових організацій буде інвестувати в блокчейн-технології. Відтак технологія “Blockchain” може стати основною платформою для фінансової галузі.

Слід зауважити, що вже сьогодні технологія “блокчейн” є і в майбутньому буде позиціонуватися як ключова IT насамперед у сфері ведення обліку, бухгалтерського аудиту, реєстрів транзакцій та угод, майнових прав, кадастрів, моніторингу та фіксації фактів сплати податків, отримання доходів та здійснення платежів, виконання транзакцій за угодами, виконання ланцюжка поставок у сфері логістики, реєстрація активів тощо. При цьому технологія “блокчейн” виконує функції: а) *доказу в послугі* (реєстрації шлюбів, земельному кадастрі, ланцюжка поставок, реєстрації активів, транзакцій з контрагентами; бухгалтерського аудиту, голосуванні, передачі документів) та б) *доказу як послуги* (доказ активу, доказ ідентичності, підтвердження справжності, доказ індивідуальності, підтвердження права власності, підтвердження фізичної адреси, підтвердження походження, підтвердження отримання тощо) [12]. “Блокчейн” є цифровою платформою, яка зберігає інформацію про транзакції між користувачами і перевіряє їх достовірність. Транзакції, як блоки, записуються в розподіленій базі даних. Окремі суб’єкти транзакцій, наприклад на ринку фінансових послуг, мають кожен свою копію цієї бази даних, з’єдану з тисячами інших носіїв у мережі. Коли проводиться чергова транзакція, мережею створюється і верифікується новий запис (або блок), що додається до блокчейну. Це гарантує безпечні і майже миттєві транзакції між юрособами. Ключовим для блокчейну є те, що кожен блок – це зашифрований і неповторний цифровий запис, який

не може бути стертий, скасований або відредагований: тільки новий запис, підтверджений учасниками ланцюжка, може внести зміни до блокчейну. Натомість ключовою особливістю застосування технології “блокчейн” є прослідковуваність інформації вздовж усього ланцюжка, суттєво спрощуючи процес верифікації походження грошей (коштів, фінансових ресурсів, активів тощо), бенефіціарів, власників тощо. Блокчейн фактично є цифровим способом управління ланцюжками руху коштів чи інформації, виробництва і постачань товарів тощо, гарантує прослідковуваність і прозорість, забезпечує ефективність, водночас знижуючи ризик учасників. Завдяки цій технології зникає ризик неоплати, оскільки під час трансакції, здійсненої в “блокчейн”, наявність коштів перевіряється заздалегідь, що знімає ризик контрагента. Передача “продукту” відтак відбувається одночасно з оплатою. Як для внутрішніх, так і для міжнародних операцій виникає безліч нових можливостей працювати з ринками, де немає або бракує попередньої довіри або де надання гарантій і перевірка платоспроможності дуже дорогі. Це може відкрити можливості на ринках, де ризик контрагента був перешкодою для роботи. А оскільки “поток” фінансової інформації сьогодні вже майже всі переведені в цифрову форму, впровадження технології “блокчейн” перш за все отримає розвиток на фінансових ринках. На ринку фінансових послуг блокчейн-технології можна застосовувати для поліпшення грошових переказів, надання платіжних, кредитних, інвестиційних та страхових послуг. При цьому блокчейн-технології сприяють підвищенню прозорості трансакцій, фінансовій інклюзивності, зменшенню витрат учасників трансакцій. У сфері державних фінансів на основі блокчейн-технологій можна забезпечити функціонування електронної системи “Прозорий бюджет”, системи державних закупівель, надання соціальної допомоги населенню, реалізацію державної політики у сфері соціального страхування, системи охорони здоров'я, сфери контролю за платниками податків [13]. Натомість найважливішим є те, що блокчейн-технологія дозволяє вирішити проблему корупції і непрозорості в питаннях взаємозаліків між фінансовими організаціями, в держресстрах, публічних торгах, при держзакупівлях, при голосуванні тощо, які на даний час у нас вирішуються системами, що діють повністю централізовано та непрозоро, що й провокує різноманітні корупційні схеми.

Оскільки за технологією “блокчейн” дані зберігаються в ланцюжок блоків, вони не можуть бути змінені або видалені. Це дозволяє використовувати блокчейн як документальне цифрове свідчення або підтвердження передачі активів. Блокчейн може бути використаний для зберігання інформації про фактичного власника фінансових активів. Регулюючі органи та інші користувачі можуть у режимі реального часу отримати доступ до внутрішнього блокчейну фінансової організації – для перегляду інформації. Таке нововведення дозволить регуляторам відігравати активнішу роль при здійсненні контролю та наближає їх до статусу учасників процесу. А це, в свою чергу, може значно скоротити час і зусилля, необхідні фінансовим організаціям для створення регулятивної звітності. Відтак при

менших витратах блокчейн забезпечить більш високі якість, точність і достовірність процесу. Блокчейн перспективний і з точки зору протидії відмиванню грошей (AML) та процедури “Знай свого клієнта” (KYC). Зараз банкам і іншим фінансовим організаціям для верифікації кожного нового клієнта доводиться здійснювати величезну кількість дій, а процес збору та перевірки інформації на деяких ринках може тривати декілька місяців. Якби необхідні дані вже перебували в розподіленій базі даних, стійкій до злону, то від багатьох обов'язкових зараз процедур можна було б просто відмовитися. Блокчейн для цього підходить ідеально, адже будь-які зміни в клієнтських даних миттєво поширюватимуться серед всіх учасників блокчейну.

Блокчейн також може надавати записи про відповідність окремих дій кожного клієнта нормативним вимогам. Крім того, кожен користувач буде умовним “custodian” інформації в блокчейні, що забезпечить додатковий захист від розкрадання персональних даних.

Використання блокчейну дозволяє звести процесу KYC/AML до простої автоматизованої перевірки, яку відповідна система могла б проводити в масштабах всього ринку. Наприклад, SWIFT оголосила, що її власний реєстр KYC, який зараз включає дані більше 1000 банків, в майбутньому буде доступний довіреним партнерам і клієнтам. Фактично це означає запровадження цифрових ID у фінансовій сфері, що є кінцевою бізнес-метою в напрямку створення системи управління персональними даними користувача ринку фінансових послуг.

Загалом використання цієї технології в фінансовій сфері потенційно дуже широке, вона може бути застосована в торговій звітності; при безготівкових розрахунках, перевірках і виплатах; в бухгалтерському обліку; моніторингу; управлінні ризиками; аудиті; управлінському і фінансовому обліку; для забезпечення комплаєнсу (в тому числі для запобігання фінансовим злочинам) оскільки інформація, збережена за допомогою блокчейну, може бути записана в загальному реєстрі, доступному в режимі реального часу. Відтак усі зацікавлені сторони можуть брати безпосередню участь в процесі – навіть ті, хто раніше міг розраховувати лише на стандартний звіт після завершення трансакції.

Ще один перспективний напрям застосування блокчейн-технології на ринку фінансових послуг – це *смарт-контракти* – спеціально створені алгоритми, які запускаються самостійно при виконанні певних умов. Смарт-контракт може оновити дані в блокчейні відповідно до заданих правил – наприклад, перевести активи (цифрові) від одного учасника до іншого. В перспективі смарт-контракти здійснять інформаційно-технологічну революцію на кшталт HTML, який радикально змінив Інтернет, а згодом і всю глобальну економіку. Суть даної технології полягає у тому, що ці розумні алгоритми повинні прийти на заміну дорогим та/або неефективним посередникам. Однак на сьогодні технологія смарт-контрактів поки що не готова до виходу на ринок. Свідченням цього є випадок, коли через



погано сформульований алгоритм “Децентралізованої автономної організації” (DAO) спритному користувачеві популярної блокчейн-платформи Ethereum вдалося викрасти мільйони доларів в цифровому еквіваленті [14]. Відтак для більш широкого застосування у фінансовій сфері смарт-контракти насамперед повинні досягти належного рівня безпеки.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Вирішення проблеми неефективності вітчизняної економіки лежить в площині запровадження інновацій у всіх сферах національної економіки і залежить насамперед від інвестування бізнесу в інновації різного типу: в нові технології виробництва, в нові технології доступу до ринків, в новий персонал, в нові методи управління, в нові управлінські рішення і, особливо, в інформаційні технології (ІТ), – які власне покликані і здатні в разі забезпечити підвищення продуктивності праці та перейти до економіки 5-го та 6-го ТУ. Особлива увага при цьому припадає на фінансовий сектор і, зокрема, на ринок фінансових послуг, який є більш гнучким і придатним для впровадження інновацій, з одного боку, і на якому найшвидше відчутна віддача від впровадження таких технологій, – з іншого боку. Як було нами показано, на ринку фінансових послуг інноваційні ІТ дозволяють створювати нові бізнес-моделі і схеми взаємодії між фінансовими організаціями та клієнтами. Інноваційні інформаційні технології в фінансовій сфері роблять рух капіталу простішим, швидшим і дешевшим, що сприяє економічному розвитку країни. І в цьому контексті, за оцінками експертів, вже сьогодні більш ніж 90% банків і 80% fintech-компаній стратегічно налаштовані в своїй діяльності на тісну кооперацію в майбутньому. Натомість швидко зростаючий “fintech” створює можливості для розробки висококонкурентних глобальних банківських і фінансових продуктів, які, з одного боку, є незамінними для усіх учасників економічних відносин сучасного глобального світу, а з іншого, – власне і є чинниками (інструментами) процесу його глобалізації.

## ЛІТЕРАТУРА

1. <http://uk.businessinsider.com/ex-barclays-boss-anthony-jenkins-on-fintech-and-bankings-uber-moment-2015-11>.
2. [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-key-findings-2017/\\$FILE/ey-fintech-key-findings-2017.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-key-findings-2017/$FILE/ey-fintech-key-findings-2017.pdf).
3. <https://www.slideshare.net/CBInsights/banks-in-fintech>.
4. <http://www.visualcapitalist.com/27-FinTech-unicorns-where-born/>.
5. <https://investmentbank.com/fintech-general-industry-overview-2017/>.
6. <https://www.finextra.com/blogposting/15241/european-fintech-trends-adoption-and-investment>.
7. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/07/h1-2018-pulse-of-fintech.pdf>.

8. Цифрова адженда України - 2020. Проект Закону України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78-ee3c3922.pdf>.

9. Комплексна програма розвитку фінансового сектору до 2020 року. Project A.16 “FinTech Market Development” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/cisbankers/project-a16-fintech-market-development>.

10. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Рис Э. ; [пер. с англ.]. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 256 с.

11. [http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech\\_in\\_Ukraine\\_2018\\_en.pdf](http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_en.pdf)

12. Могайар У. Блокчейн для бизнеса / У. Могайар. – М. : Эксмо, 2018. – 224 с.

13. Волосович С. В. Домінанти технологічних інновацій у фінансовій сфері / С. В. Волосович // Економічний вісник університету. – 2017. – Вип. 33(1). – С. 15-22.

14. <https://dataart.ua/news/blokchein-dlia-finansovykh-regulatorov>.

## REFERENCES

1. <http://uk.businessinsider.com/ex-barclays-boss-anthony-jenkins-on-fintech-and-bankings-uber-moment-2015-11>.
2. [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-key-findings-2017/\\$FILE/ey-fintech-key-findings-2017.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-fintech-key-findings-2017/$FILE/ey-fintech-key-findings-2017.pdf).
3. <https://www.slideshare.net/CBInsights/banks-in-fintech>.
4. <http://www.visualcapitalist.com/27-FinTech-unicorns-where-born/>.
5. <https://investmentbank.com/fintech-general-industry-overview-2017/>.
6. <https://www.finextra.com/blogposting/15241/european-fintech-trends-adoption-and-investment>.
7. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/07/h1-2018-pulse-of-fintech.pdf>.
8. Tsyfrova adzhenda Ukrainy -2020. Proekt Zakonu Ukrainy, available at : <https://uccr.org-ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.
9. Kompleksna prohrama rozvytku finansovoho sektoru do 2020 roku. Project A.16 “FinTech Market Development”, available at : <https://www.slideshare.net/cisbankers/project-a16-fintech-market-development>.
10. Rys E. (2017), Byznys s nulja. Metod Lean Startup dlja bystroho testyrovanyia ydej y vybora byznys-modely, Al'pyna Pablysher, M., 256 s.
11. [http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech\\_in\\_Ukraine\\_2018\\_en.pdf](http://data.unit.city/fintech/fgt34ko67mok/fintech_in_Ukraine_2018_en.pdf)
12. Mohajar U. (2018), Blokchejn dlja byznesa, Eksmo, M., 224 s.
13. Volosovych, S. V. (2017), Dominanty tehnolohichnykh innovatsij u finansovij sferi, Ekonomichnyj visnyk universytetu, vyp. 33(1), s. 15-22.
14. <https://dataart.ua/news/blokchein-dlia-finansovykh-regulatorov>.

УДК 107

Боднар І. Р.,

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

## ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СФЕРІ

***Анотація.** Характерною рисою науково-технічного прогресу є циркулюючий інформаційний обмін глобального спрямування. Ця тенденція реально впливає на формування державної інформаційної політики будь-якої країни, пошук нових підходів до функціонування інформаційного середовища та адаптації до світового інформаційного ринку. Визначальним чинником соціально-економічного розвитку зростання багатьох країн світу і світової спільноти загалом є сучасна інформатизація усіх напрямів людської діяльності та державного регулювання. У зв'язку з цим проаналізовано основні проблеми розвитку інформаційної сфери України. Досліджено основні шляхи реалізації державної інформаційної політики. Проаналізовано перспективні напрями розвитку інформаційного суспільства. Обґрунтовано пріоритетні напрями державного регулювання інформаційної сфери в Україні.*

**Ключові слова:** інформаційне суспільство, інформаційна політика, соціально-політична сфера, державне регулювання інформаційної сфери, інформаційно-комунікативні структури, засоби масової інформації.

*Bodnar I. R.,*

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

## MAIN PROBLEMS AND PROSPECTS FOR IMPLEMENTATION OF NATIONAL POLICY IN THE INFORMATIONAL FIELD

***Abstract.** A characteristic feature of scientific and technological progress is the circulating globally focused informational exchange. This trend has a real impact on the formation of a state informational policy of any country, the search for new approaches to the functioning of the informational environment and adaptation to the global informational market. The determinant factor in the socio-economic development of many countries and of the world community in general is the modern informatization of all areas of human activity and state regulation. Considering this, the main problems of the informational sphere development of Ukraine are analyzed. The main ways of implementation of state informational policy are investigated. The perspective directions of the informational society development are analyzed. The priority directions of informational sphere state regulation in Ukraine are substantiated.*

**Key words:** informational society, informational policy, socio-political sphere, state regulation of informational sphere, informational and communicative structures, mass-media.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-08>

**Постановка проблеми.** Сучасний розвиток і структуризація вітчизняного ринку інформаційних ресурсів являє собою так звану систему, що охоплює різні види відносин у економічній, правовій та організаційній сферах і опосередковує процеси створення та купівлі-продажу інформаційних ресурсів (під ними розуміють технології, товари, продукти, послуги). На етапі активізації розвитку різноманітних інформаційних процесів та бурхливого становлення світової інформаційної сфери,

формування правил функціонування ринку інформаційних ресурсів, посилення швидкості обробки інформації все більше відчувається вплив значених тенденцій на життя та соціалізацію суспільства, економічний розвиток країни, а також на національні інформаційні сфери. Такі явища актуалізують проблеми формування світового та вітчизняного інформаційного простору і роль нормативно-правових інструментів захисту інтересів країн світу в інформаційній сфері.

Головні заходи повинні бути спрямовані на забезпечення державних інтересів України, але не суперечити соціальним інтересам громадян країни, соціальної орієнтації. Всі ці питання вирішуються шляхом здійснення ефективної інформаційної політики.

Для України у сьогоднішніх реаліях постають виклики, пов'язані з інформаційними війнами, спрямованими проти національного суверенітету та територіальної цілісності, агресивною негативною інформаційною політикою окремих країн, низькою ефективністю та дієвістю заходів із розповсюдження неправдивої інформації і запобігання їй. Для цього важливим є виявлення та дослідження чинників впливу об'єктивного та суб'єктивного характеру на вітчизняну інформаційну сферу. Одним із напрямів визначено аналіз прогалів у інституційно-правовому регулюванні інформаційної сфери нашої країни та необхідності його удосконалення в процесі євроінтеграції.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Висвітлення питань нормативно-правового регулювання інформаційної сфери та забезпечення інформаційної симетрії розглядає Н. Нижник [1], аналіз базових засад та напрямів реалізації інформаційно-комунікаційних функцій і проблем державної інформаційної політики висвітлює І. Арістова [2], функціонування ринку інформаційних ресурсів та захисту інформації міститься у наукових працях Г. Почепцова [3]. Пріоритетні напрями розвитку інформаційної сфери в Україні досліджував А. Колодюк [4]. Питання нормативного закріплення національних інформаційних ресурсів та проблематику визначення організаційно-правових засад захисту інформаційних ресурсів України аналізував О. Соснін [5].

Арістова І. у своїй роботі зазначає, що інформаційний потенціал України є важливим складником економічного успіху. В рейтингу нових інформаційних та телекомунікаційних технологій Україна посідає 78 місце, тому, що не використовує повною мірою нові інструменти зростання. Ці інструменти забезпечують істотний потенціал для посилення продуктивності економіки, їхнє використання необхідно розглядати як пріоритетне. Створення ефективної інформаційної економіки повинно бути стратегічним напрямком національної політики країни на шляху розвитку її економіки в ХХІ ст.

На думку Г. Почепцова, масштабні структурні зміни, які відбулися в розвинених країнах світу протягом останніх десятиліть, засвідчили перехід від "матеріальної" до "інтелектуальної" економіки, в якій інформація, знання та нові технології виступають стратегічним чинником та визначальним джерелом соціально-економічного розвитку.

**Постановка завдання.** Визначити проблеми впливу на процес державного регулювання інформаційної сфери, проаналізувати національний інформаційний ринок з точки зору розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та їх експорту, описати пріоритетні напрями реалізації

інформаційної політики як основи ефективного розвитку країн.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аналізуючи складові інформаційного середовища України та напрями побудови державної інформаційної політики, можна зробити висновок про те, що уся сукупність напрямів не поєднана у цілісну систему регулювання. Досить успішними є кроки у напрямі забезпечення умов для розвитку інформаційного суспільства та досягнення належного рівня інформаційної безпеки з точки зору системності цих рішень. Але питання бюджетного фінансування, законодавчої підтримки та державного регулювання залишаються організаційно менш врегульованими.

Такий стан справ зумовлений низькою факторів об'єктивного та суб'єктивного походження. Серед перших – бурхливі темпи розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та їх дифузія у світовому просторі, поширення мобільного Інтернету та розширення меж використання інформаційних мереж. Суб'єктивні чинники пов'язують із тенденціями розвитку суспільства, необхідністю адаптації державних рішень у інформаційній сфері до суспільної свідомості [1].

Зупинимось на розгляді проблеми, що впливає із особливостей діяльності засобів масової інформації в Україні. Основною характеристикою інформаційного простору таких засобів є їх спрямованість на широке коло споживачів інформаційних ресурсів. Нерідко можна спостерігати втручання власників і держави у діяльність засобів масової інформації, що викривлює інформаційний простір з метою впливу на суспільну свідомість у власних інтересах та зацікавленнях. Тому сучасні вимоги до державної інформаційної політики можуть бути наступними. По-перше, необхідним є усунення недостовірної інформації. По-друге, актуальним є забезпечення внутрішнього балансу та співпадіння інтересів особи, суспільства і держави. Важливим напрямом інформаційної політики має стати захист національного інформаційного простору від зовнішнього впливу та гідне представлення країни на світовому рівні [2].

Саме на сектор інформаційних послуг покладаються надії щодо забезпечення зростання валового внутрішнього продукту. Експерти зазначають, що така ситуація є притаманною багатьом східноєвропейським країнам, коли сфера послуг виступає так званим локомотивом розвитку національних економічних систем. Для України інформаційний сектор є, безсумнівно, привабливим навіть у напрямі залучення іноземного капіталу. В нашій країні досить активно розвиваються системи та засоби телекомунікацій і зв'язку. В структурі вітчизняного інформаційного ринку мобільний зв'язок є одним із елементів, що найбільш динамічно розвивається. Ним охоплені практично усі регіони України, територія покриття та кількість абонентів постійно збільшується (рис. 1).

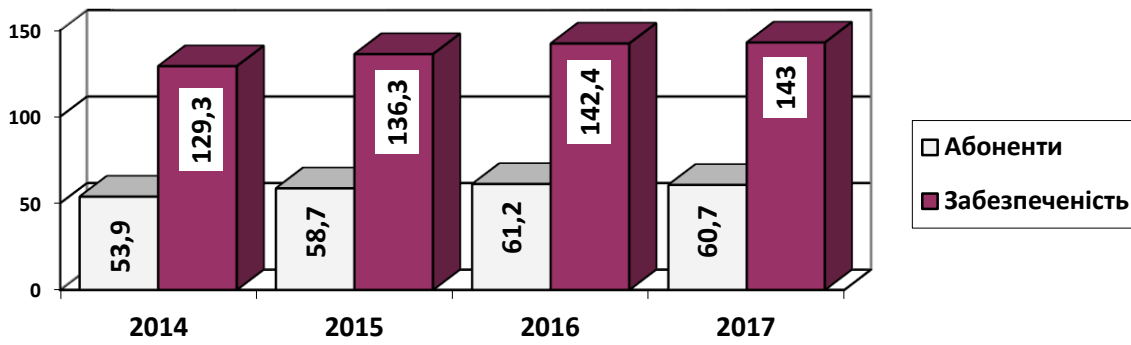


Рис. 1. Динаміка зростання кількості абонентів мобільного зв'язку та забезпеченість населення мобільним зв'язком у розрахунку на 100 жителів, тис. од. в Україні  
За: [6].

На кінець 2017 р. в Україні було забезпечено покриття мережею майже 2800 населених пунктів і понад 6,1 млн. користувачів. Забезпеченість населення мобільним зв'язком на 100 мешканців в Україні становить 142,4. Найнижчі показники можна спостерігати у Тернопільській (98,1), Хмельницькій (97,8) та Кіровоградській (107,9) областях. Найвищі – у Києві (249,4), Чернігівській (161,9), Харківській (154,7) та Миколаївській областях (152,7) [6].

Динаміка доходів на вітчизняному інформаційному ринку представлена на рис. 2. Інтенсивний розвиток демонструє ринок експорту інформаційно-комунікаційних технологій. Компанії-лідери консолідують зусилля для кооперації з провідними світовими партнерами. У середньостроковій перспективі (до 2020 р.), як стверджують експерти, слід очікувати збільшення попиту на інформаційно-комунікаційні послуги, що створює передумови для зростання експортних замовлень.

Аналізуючи рис. 2, бачимо: в 2017 р. зросли доходи від мобільного зв'язку та надання інших інформаційно-комунікаційних послуг, що створюють передумови для зростання експорту. На нашу

думку, це дозволяє стверджувати про розвиток інформаційного суспільства у довгостроковій перспективі як пріоритетного чинника структурної перебудови економічної системи України та переходу до європейських стандартів розвитку.

Однак у той же період Україна значно відстає від розвинених країн за показниками комп'ютеризації та доступу до мережі Інтернет. Відповідно, недостатнім є рівень комп'ютерної грамотності населення. На жаль, проявляється регіональна диспропорція у розподілі вітчизняних користувачів всесвітньої інформаційної мережі [3].

Ці чинники негативно відображаються на розвитку інших структурних елементів інформаційного суспільства, тобто не дають формуватися повноцінному попиту на електронні урядові послуги, впровадження нових методів навчання, стають на перешкоді розвитку електронного бізнесу та ін. До цих аспектів слід додати проблему незахищеності вітчизняного медіа-простору від негативного зовнішнього впливу.

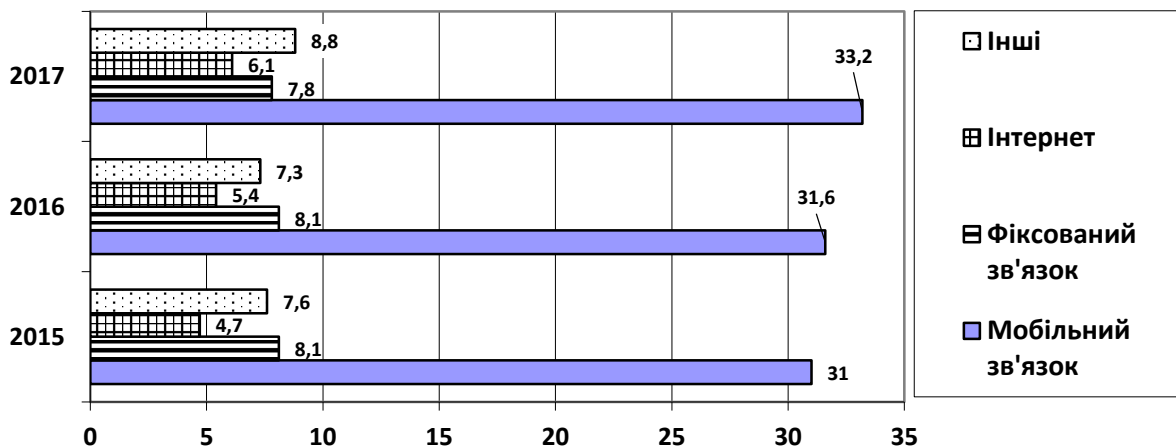


Рис. 2. Динаміка доходів зв'язку, млрд грн  
За: [6]

Окремі аспекти розвитку інформаційного середовища через їх недостатню врегульованість стають на заваді формуванню інформаційного суспільства та його відповідності світовим стандартам. Усю сукупність зазначених положень можна об'єднати у дві групи.

1. Інформаційно-технологічний – створення належної технологічної бази для переходу до інформаційного суспільства; використання сучасних інформаційних технологій у всіх сферах життєдіяльності суспільства; розбудова інформаційно-комунікаційної інфраструктури з усім спектром послуг та функцій, що нею підтримуються.

2. Інформаційно-змістовний – проблеми адміністративної та соціальної відповідальності засобів масової інформації; забезпечення прав і свобод громадян в інформаційній сфері; створення рівних умов для діяльності засобів масової інформації різних форм власності; підтримка іміджу України у світовому інформаційному просторі; сприяння професійній компетенції та етичній відповідальності журналістів перед суспільством.

Ще однією актуальною проблемою залишається змістовне наповнення (контент) інформаційного простору України. Виникнення цієї проблеми пов'язано з тим, що він знаходиться під тиском іноземних факторів та потреб приведення його у відповідність до норм світового інформаційного простору. Наслідком інформаційної глобалізації є проникнення іноземних засобів масової інформації до вітчизняного інформаційного простору. Геополітичне розташування України обумовлює той факт, що вона відчуває інформаційний вплив багатьох іноземних країн. Ця проблема має двоякий аспект: з одного боку, інформаційна присутність засобів масової інформації сприяє диверсифікації інформаційного ринку, з іншого боку, – підсилює інформаційну вразливість країни [4].

Такий вплив здійснюється за допомогою інструментальних засобів, серед яких – електронні портали, електронні засоби масової інформації, публічні висловлювання, інтерпретування виступів на замовлення, маніпуляції з інформаційними ресурсами, просування заангажованих тематичних рубрик, несумлінні інформаційні кампанії. Якщо у той самий час вітчизняні засоби масової інформації проявляють інформаційну та соціальну пасивність, обслуговують приватні інтереси вузьких кіл, слідує за поведінкою власників засобів масової інформації, то вони здійснюють змістовне наповнення за власними інтересами й усувають саму можливість проводити незалежну редакційну політику. Якраз вітчизняна практика доводить реальність вищенаведених дій, особливо під час проведення виборчих кампаній, а це за своєю сутністю знижує професійну компетентність журналістів і моральну відповідальність перед громадянами своєї країни. Неможливо обійти питання важливості створення якісного конкурентоспроможного вітчизняного інформаційного продукту, якому надали б перевагу вітчизняні користувачі інформаційних ресурсів, що виникає за умов недофінансування і призводить до неможливості

виконати функції надання права споживачам на отримання достовірної інформації, тобто спотворює саму сутність інформаційної етики.

Загалом на сучасному етапі інформаційна політика багатьох країн світу реалізовується за наступними пріоритетними напрямками:

- вітчизняний інформаційний простір, який передбачає інституційне та інформаційне поле діяльності засобів масової інформації, комунікаційні технології, функціонування інформаційних агентств, налагодження системи телекомунікацій, фінансово-організаційна підтримка діяльності бібліотек та архівів;

- інформаційне суспільство, яке створює умови для впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, електронне урядування, електронний банкінг, електронний документообіг;

- офіційна комунікація, забезпечує взаємозв'язок держави та громадян, популяризацію державних рішень та іміджу країни;

- інформаційна безпека держави, передбачає захист інформаційного середовища, створення умов для реалізації прав громадян щодо отримання та використання інформаційних ресурсів.

Основні проблеми розвитку державної інформаційної політики України, що мають загально-системний характер, можна узагальнити до таких складових:

- відсутність концептуальних підходів до формування та імплементації державної інформаційної політики;

- невідповідність системи державного управління інформаційною сферою сучасним вимогам;

- недосконалість та фрагментарність вітчизняного законодавства, що регулює інформаційну сферу.

Основну проблему експерти бачать у відсутності концептуальних підходів до формування інформаційної політики держави, що обумовлює незначні можливості обстоювання державних інтересів на різних рівнях (вітчизняному, європейському, світовому) [5].

Програмними документами, що визначають пріоритети державної інформаційної політики, є концепції або доктрини. Практика ухвалення подібних документів в Україні показує їх слабку результативність. Необхідно зазначити, що прийнятий Закон “Про концепцію Національної програми інформатизації” вже є застарілим. Єдиним якісним зрушенням на концептуальному рівні стало затвердження Доктрини інформаційної безпеки України.

Наступна проблема – невідповідність системи державного управління інформаційною сферою новітнім викликам інформаційного середовища перш за все через низьку ефективність управління. Таку ситуацію спричиняє неефективне регулювання вітчизняного інформаційного простору, коли одночасно регулюванням зазначених процесів займаються органи державної влади та допоміжні установи, повноваження яких важко розмежувати та скоординувати.

Одна з проблем стосується недосконалості та фрагментарності вітчизняного законодавства в інформаційній сфері. Вона полягає у тому, що значна кількість законодавчих актів не сприяє усуненню законодавчих прогалин (наприклад, відсутність правового регулювання міжнародного інформаційного обміну, наявність некоректних термінів, відсутність визначення окремих понять).

Значимо, що Україна володіє значним кадровим та інтелектуальним ресурсом для розвитку інформаційної сфери. Водночас вітчизняне законодавство у низці аспектів відстає від стрімкої динаміки змін, що спостерігаються у процесі розвитку інформаційного суспільства в Україні [2]. Через це окремі елементи інформаційного суспільства функціонують поза нормативно-правовим полем, не підлягають регулюванню нормативними актами, що гальмує його повноцінне зростання. Також податкова політика в Україні не повною мірою стимулює запровадження новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, чим перешкоджає підвищенню ефективності управління вітчизняними підприємствами.

Тому роль держави у формуванні інформаційного суспільства виглядає дещо неоптимальною. Інституціональні інструменти реалізації державної політики з формування інформаційного суспільства виявляються малоефективними. Тому видається, що інформаційне суспільство в Україні формується більшою мірою стихійно, за відсутності ефективною та дієвою державної стратегії його розвитку. Виходячи з вищевказаного, побудова сучасної моделі інформаційного суспільства в Україні повинна стати одним із пріоритетних завдань державної політики і виступати як передумова для повноцінної рівноправної інтеграції в європейські та загальносвітові інформаційні процеси, збереження політичного суверенітету та економічної незалежності, конкурентоспроможності та добробуту, національної ідентифікації та самобутності, гармонійності культурного та інтелектуального розвитку людини і суспільства, формування справжнього громадянського суспільства на демократичних засадах розвитку.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Процес формування інформаційного суспільства в Україні є складним і тривалим. Його реалізація вимагає рішучості у реалізації конкретних заходів та подальших досліджень з метою ефективного функціонування національної інформаційної сфери. Інформаційну політику розглядають як сукупність напрямів діяльності держави в інформаційній сфері, а її зміст розкривається у концепціях інформаційної політики, програмних стратегічних документах та законодавчих актах з питань інформатизації. Завдання інформаційної політики держави пов'язані з політичною ситуацією, соціально-економічним станом, а також накопиченим досвідом промислово розвинених країн щодо реалізації державної політики в інформаційній сфері. Кожна країна має свій власний досвід у формуванні та реалізації інформаційної політики, який відображає успіхи або

недоліки, рівень розвитку інформаційної інфраструктури, рівень усвідомлення цінності інформаційних ресурсів, ступінь державного втручання у підтримку галузі, наявність висококваліфікованих кадрів тощо. Проте промислово розвинені країни вбачають розвиток інформаційної сфери як шлях до економічного процвітання та добробуту нації.

У порівнянні з економічно розвиненими країнами сучасний стан розвитку вітчизняного інформаційного суспільства є недостатнім і не повністю відповідає існуючому потенціалу та наявним ресурсам. Оптимальним алгоритмом дій щодо подолання проблем в цій сфері має стати виважена, координована державна політика розвитку інформаційного суспільства, яка передбачає співпрацю з іншими країнами, використання їхнього позитивного досвіду на основі розкриття та розвитку власного потенціалу та подальших досліджень.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Арістова І. В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти [Текст] : монографія / І. В. Арістова; [за заг. ред. О. М. Бандурки]. – Х. : Видавництво Університету внутрішніх справ, 2000. – 407 с.
2. Нижник Н. Р. Інформаційні технології в структурах державної служби [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http : //www.bezpeka.com /ru/lib/spec /art101.html](http://www.bezpeka.com/ru/lib/spec/art101.html).
3. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика : навч. посібник / Г. Г. Почепцов. – К. : Знання, 2006. – 663 с.
4. Соснін О. Державне управління інформатизацією як виклик цивілізаційного зростання нації / О. Соснін // Зовнішні справи. – 2011. – № 9. – С. 38-41.
5. Колодюк А. В. Інформаційне суспільство: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні / А. В. Колодюк. - К., 2005. – 205 с.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : // www.-ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

## REFERENCES

1. Nyzhnyk, N. R. Informatsiini tekhnolohii v strukturakh derzhavnoi sluzhby, available at: [http : //www.bezpeka.com /ru/lib/spec /art101.html](http://www.bezpeka.com/ru/lib/spec/art101.html).
2. Aristova, I. V. (2000), Derzhavna informatsiynna polityka: orhanizatsiyno-pravovi aspekty [Tekst], Vydavnytstvo Universytetu vnutrishnikh sprav, Kharkiv, p. 407.
3. Pochepstov, H. H. (2006), Informatsiynna polityka: navch. posibnyk, Kiev, p. 663.
4. Kolodiuk, A. V. (2005), Informatsiine suspilstvo: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku v Ukraini, Kiev, p. 205.
5. Sosnin O. (2011), Derzhavne upravlinnya informatyzatsiyeyu yak vyklyk tsyvilizatsiynoho zrostannya natsiyi, Zovnishni spravy, № 9, p. 38-41.
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny, available at : [http : // www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

УДК 379.85:330.342.146(091)

Миронов Ю. Б.,

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

Михальський Ю. В.,

к.і.н., доц., завідувач кафедри історії і політології, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

## СОЦІАЛЬНЕ ПАРТНЕРСТВО В ТУРИЗМІ: ДЕТЕРМІНАНТИ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

***Анотація.** У статті розглянуто поняття соціального партнерства як чинника розвитку соціального туризму. Визначено поняття та досліджено функції соціального туризму в Україні за сучасних умов функціонування національного ринку туристичних послуг. Прیدілена увага проблемам розвитку інклюзивного туризму та забезпечення соціальної відповідальності як концепції, яка інтегрує у собі національну стратегію, загальнолюдські цінності й етичну поведінку туристичних організацій, туристів, працівників, органів влади, інститутів громадського суспільства, науково-дослідницьких установ та вищих навчальних закладів. Розглянуто стратегічні напрями розвитку соціально-економічної системи України задля створення ефективної системи соціального партнерства в сфері туризму. Визначено перспективні напрями подальших наукових досліджень у цій галузі.*

**Ключові слова:** туризм, соціальне партнерство, соціальний туризм, інклюзивний туризм.

Myronov Y. B.,

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

Mykhalskyi Y. V.,

Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of History and Political Science, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

## SOCIAL PARTNERSHIP IN TOURISM: DETERMINANTS AND SOCIO-ECONOMIC MECHANISMS OF DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

***Abstract.** The article considers the concept of social partnership as the determinant of social tourism development. The concept and functions of social tourism in Ukraine under the current conditions of functioning of the national tourist services market are explored. Attention is paid to the problems of the development of inclusive tourism and the provision of social responsibility as a concept that integrates a national strategy, human values and ethical behavior of tourist organizations, tourists, workers, authorities, civil society institutions, research institutions and higher education institutions. Strategic directions of development of social and economic system of Ukraine for creation of effective system of social partnership in the sphere of tourism are considered. The perspective directions of further scientific researches in this direction are determined.*

**Key words:** tourism, social partnership, social tourism, inclusive tourism.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-09>

**Постановка проблеми.** Швидке поширення світових глобалізаційних та інтеграційних процесів щораз більше відчувається в Україні, особливо це стосується сфери туризму як однієї з

найдинамічніших галузей світового господарства. У зв'язку з цим стратегічно важливою є участь нашої держави у міжнародних програмах співробітництва, проектах з метою формування на теренах України

міжнародно інтегрованої та одночасно конкуренто-спроможної туристичної галузі. Надзвичайно актуальним у цьому напрямку є вивчення теорії та практики управління співробітництвом на всіх рівнях – від регіонального до глобального, а також визначення дієвих механізмів розвитку партнерства, зокрема соціального.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На теоретичному рівні питання розвитку та функціонування системи соціального туризму в Україні вивчалися такими вченими, як Задорожна К. [1], Колотуха О. [3] та ін. Проблеми соціального партнерства в сфері туризму досліджено такими українськими й іноземними вченими, як Квартальнов А. [2], Лейсі Т. [9], Мартинова Н. [4], Нездоймінов С. [5], Фехтел С. [8] та ін. Разом із тим, недостатньо широко вивчені механізми соціального партнерства в контексті розвитку соціального туризму в Україні.

**Постановка завдання.** Метою статті є вивчення дієвих соціально-економічних механізмів розвитку соціального партнерства як детермінанти розвитку соціального туризму в Україні за сучасних умов функціонування національного ринку туристичних послуг.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Соціальне партнерство можна визначити як процес зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень між суб'єктами, що представляють інтереси сторін – держави та її громадян, а саме: туристів. Вивчення теорії та концептуальних положень соціального партнерства наводить на думку, що сучасна модель соціального партнерства поєднує низку проблемних питань розвитку як соціальної сфери, так і інших підсистем національної економіки.

У Манільській декларації зі світового туризму [10] зазначається, що право на відпочинок, відпустку, свободу подорожей та туризму є природним і невід'ємним правом кожної людини. Звідси випливає обов'язок держави надавати своїм громадянам реальні можливості доступу до туризму. На жаль, за сучасних умов розвитку економічної системи в Україні такі можливості мають далеко не всі громадяни. Значна частина населення нашої країни в силу недостатнього матеріального забезпечення не має можливості вирушити в подорож чи оплатити відпочинок не тільки за кордоном, а й на теренах України. Дуже слабо розвинений соціальний туризм, головна мета якого – забезпечення права на відпустку та свободу подорожей малозабезпечених верств населення. У радянський період туристичні агентства організовували тури соціального характеру, які фінансувалися з державного бюджету або оплачувалися профспілковими об'єднаннями підприємств, установ і організацій. По своїй суті це був соціальний туризм, орієнтований на школярів, студентів, пенсіонерів, інвалідів та інших потребуючих підтримки верств населення.

Міжнародним бюро соціального туризму в складі Всесвітньої туристичної організації в Манільській декларації сформульована основна ідея соціального туризму. «Соціальний туризм – це

*мета, до якої суспільство повинне прагнути в інтересах менш забезпечених громадян при використанні їх права на відпочинок»* [10]. На жаль, на сьогодні соціальний туризм поки не отримав належної підтримки з боку держави та не набув поширення і в бізнес-середовищі.

Відсутність нормативно-правової бази, що регулює відносини в цій соціальній сфері, спричиняє значні збої в розвитку і реалізації соціального туризму. У Законі України «Про туризм» [7] навіть відсутнє визначення даного поняття. Законотворами робилися спроби на законодавчому рівні закріпити розвиток соціального туризму, наприклад проектом Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму» [6], проте цей нормативний документ так і не був затверджений на законодавчому рівні.

На сучасному етапі концепція соціального туризму базується на трьох основних принципах:

- забезпечення відпочинком і оздоровленням кожного члена суспільства шляхом залучення в систему туризму людей із низьким рівнем доходів та з обмеженими можливостями;
- субсидювання туристичних поїздок незаможних громадян;
- участь державних і суспільних структур у розвитку туризму.

Дискусійним серед фахівців є питання – які види слід відносити до категорії соціального туризму? Найпростіше визначитися за соціально-віковою ознакою. Це, насамперед, дитячо-юнацький туризм, молодіжний (студентський) туризм, туризм людей молодого віку, туризм інвалідів. За мотиваційною ознакою до категорії соціального туризму можна віднести спортивний туризм, сільський (зелений) туризм, екологічний туризм, а також всі інші види туризму для вищезазначених соціально-вікових категорій [3, с. 178].

Враховуючи вкрай високу соціальну значущість організації змістовного проведення дозвілля соціально вразливих верств населення, ці питання повинні оперативного вирішуватися органами місцевої влади. Лише створена в державі система соціального туризму на сучасному етапі здатна забезпечити повноцінний туристичний продукт, який би задовольняв потреби молоді, пенсіонерів, малозабезпечених громадян, людей з особливими потребами й інших соціально вразливих верств населення в оздоровленні, відпочинку, пізнанні навколишнього світу.

Варто зазначити, що соціальний туризм є не тільки механізмом забезпечення права на відпустку і свободу подорожей малозабезпечених верств населення, але й економічним ресурсом забезпечення продуктивної зайнятості, інструментом регіонального розвитку, механізмом формування позитивного іміджу й популяризації туристичної дестинації.

На муніципальному та регіональному рівнях місцева влада намагається вирішити проблему розвитку соціального туризму шляхом розробки та впровадження цільових проектів і програм. Разом з



тим, вони орієнтовані на окремі категорії громадян та не можуть охопити всіх через відсутність належного фінансування.

На міжнародному рівні ідеї соціального партнерства активно та досить давно використовуються при реалізації проектів і програм соціальної сфери, у т. ч. і в системі соціального туризму.

метою реалізації проектів і програм у сфері соціального туризму є вкрай важливою, позаяк соціальний туризм за допомогою соціального партнерства може стати соціально-технологічним способом реалізації певних *соціальних функцій* (рис. 1).

Соціальний туризм як невід’ємна частина способу життя людини повинен стати одним із



Рис. 1. Функції соціального туризму (авторська розробка)

Витоки діяльності з організації послуг соціального туризму для малозабезпечених громадян історичним корінням сягає XIX століття. В західноєвропейських країнах з 1875 до 1890 року створювалися літні табори та сімейні пансіонати для пенсіонерів, інвалідів, підлітків, багатодітних сімей, які надавали соціально-туристичні послуги. Соціальний туризм відповідав інтересам кількох сторін: споживачів (малозабезпечених верств населення), в силу своєї обмеженої платоспроможності вони таким способом вирішували проблеми організації свого відпочинку, і туристичних агентів – для них така діяльність згладжувала сезонні коливання попиту [8, с. 62].

Виходячи з досвіду поширення практики соціального партнерства в розвинутих країнах світу (Франція, Швейцарія, Великобританія, Ірландія, Австралія, США), можна стверджувати, що воно є одним з пріоритетних напрямків державної політики в сфері туризму та має всі ознаки системної діяльності [4, с. 29].

Взаємодія державних, підприємницьких, некомерційних структур, а також самих громадян з

значущих чинників соціально-економічного розвитку нашої країни у довгостроковому періоді саме завдяки соціальному партнерству. Беручи до уваги, що важливими завданнями соціального партнерства є захист інтересів різних соціальних верств населення, сприяння у вирішенні актуальних соціальних, політичних і економічних завдань, формування соціально-правової держави і демократичного громадянського суспільства, можна зробити висновок, що політика соціального партнерства спрямована на забезпечення соціальної справедливості та миру в суспільстві і на утвердження цивілізованих форм комунікації за інтересами різних соціальних груп.

Окремо слід звернути увагу на проблеми інклюзивного туризму. *“Інклюзивність”* – це такий принцип організації життя в суспільстві, який дозволяє брати участь у різних його аспектах (повсякденне життя, освіта, культура, мистецтво, спорт, туризм) всім людям незалежно від віку, стану здоров’я, статі, зовнішності, походження тощо.

Відповідно, інклюзивний туризм передбачає, що всі мандрівники можуть користуватися туристичними послугами без обмежень, незалежно від інших людей, на рівних умовах і з почуттям власної гідності, зокрема особлива увага має приділятися туристам з обмеженими можливостями.

Для належного функціонування та співпраці органів центральної державної влади, місцевого самоврядування, підприємницького сектора, політичних партій, громадських організацій та громадян за сучасних умов розвитку соціально-економічної системи України доцільно здійснити наступні заходи:

- розробити нормативно-правову базу, яка б регулювала відносини в сфері соціального партнерства та соціального туризму;

- у процесі реалізації державної соціальної політики використовувати позитивний закордонний досвід розвитку соціального туризму та соціального партнерства з метою забезпечення соціальної відповідальності. *Соціальна відповідальність* – це новий рівень розвитку суспільства, нова стратегія та концепція, яка інтегрує у собі національну стратегію, загальнолюдські цінності, етичну поведінку туристичних організацій, туристів, працівників, органів влади, інститутів громадського суспільства, науково-дослідницьких установ та вищих навчальних закладів [11, с. 10];

- розвинути інфраструктуру для забезпечення ефективного функціонування системи соціального туризму;

- забезпечити високоякісну підготовку спеціалістів для системи соціального туризму;

- забезпечити доступність соціального туризму для усіх потребуючих верств населення.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином, у формуванні системи соціального партнерства в сфері туризму провідну роль відіграє держава, або, як її можна назвати у контексті даного дослідження – *“соціальна держава”*. Цей термін передбачає реалізацію державою таких функцій, як:

- законодавче забезпечення функціонування соціального партнерства;

- забезпечення високого рівня соціальної відповідальності держави за перерозподіл доходів, фінансових потоків;

- забезпечення координації дій з організації контролю за змістом професійного навчання у сфері туризму, створенням освітніх стандартів спільно з представниками професійних, наукових та громадських організацій, що діють у сфері туризму.

Потребує всебічного вивчення позитивний світовий досвід поширення практики соціального партнерства у сфері туризму на всіх рівнях, а також його адаптування до вітчизняних умов із урахуванням регіональних і національних особливостей. Створення ефективної системи соціального партнерства в сфері туризму є показником зацікавленості держави й суспільства в подальшому розвитку туристичної галузі, підвищення її конкурентоспроможності та прибутковості.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Задорожна К. І. Соціальний туризм у системі туристичної галузі: концептуалізація та інтеграція / К. І. Задорожна // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2016. – Вип. 2 (62). – С. 17-27.

2. Квартальнов А. В. Социальное партнерство в сфере профессионального туристского образования / А. В. Квартальнов // Вестник РМАТ. – 2011. – № 2 (2). – С. 92-96.

3. Колотуха О. В. Соціальний туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку / О. В. Колотуха // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 176. – С. 177-179.

4. Мартинова Н. С. Стратегічні питання розвитку соціального партнерства в сфері туризму та туристичній освіті / Н. С. Мартинова // Вісник Луганського національного університету ім. Т. Шевченка. Педагогічні науки. – 2011. – № 13 (224) . – Ч. 1. – С. 27-35.

5. Нездоймінов С. Г. Державно-приватне партнерство у сфері рекреації та туризму в контексті соціальної відповідальності / С. Г. Нездоймінов, Н. М. Андреева // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян : монографія : у 2 т. / [за заг. ред. Г. Г. Півняка]. – Дніпропетровськ : НГУ, 2014. – Т. 2. – С. 231-237.

6. Про внесення змін до деяких законів України щодо інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму : Проект Закону України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?id=&pf3516=4271&skl=9](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=4271&skl=9).

7. Про туризм : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.

8. Фехтел Е. В. Социальное партнерство и его роль в развитии социального туризма в России / Е. В. Фехтел // Сервис в России и за рубежом. – 2010. – № 2. – С. 60-63.

9. Lacy T. Public/Private Partnerships for Sustainable Tourism: Delivering a Sustainability Strategy for Tourism Destinations / T. Lacy, M. Battig, S. Moore, S. Noakes. – APEC, 2002. – 119 p.

10. Manila Declaration on World Tourism [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwto/declarations.1980.6.4> .1.

11. Yeleyko V. Trends and Factors of Social Responsibility and Social Partnership / V. Yeleyko, O. Kolyanko, Yu. Myronow // Ekonomika i organizacja przedsiebiorstwa. – 2016. – Nr. 7 (798). – S. 3-11.

## REFERENCES

1. Zadorozhna, K. I. (2016), Sotsialnyi turizm u systemi turystychnoi haluzi: kontseptualizatsiia ta intehtratsiia, Visnyk Chernivets'koho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky, 2 (62), pp. 17-27.

2. Kvartalnov, A. V. (2011), Sotsialnoe partnerstvo v sfere professionalnogo turistskoho obrazovaniia, Vestnik RMAT, 2 (2), pp. 92-96.

3. Kolotukha, O. V. (2009), Sotsialnyi turizm v Ukraini: problemy ta perspektyvy rozvytku, Kultura narodov Prichernomoria, 176, pp. 177-179.

4. Martynova, N. S. (2011), Stratehichni pytannia rozvytku sotsialnogo partnerstva v sferi turyzmu ta turystychnij osviti, Visnyk Luhanskoho natsionalnogo universytety im. T. Shevchenka. Pedahohichni nauky, 13 (224), vol. 1, pp. 27-35.

5. Nezdoiminov, S. H. and Andreeva, N. M. (2014), Derzhavno-pryvatne partnerstvo u sferi rekreatsii ta turyzmu v konteksti sotsialnoii vidpovidalnosti, Sotsialna vidpovadalnist vlady, biznesu, hromadian. Monograph, Dnipropetrovsk, pp. 231-237.

6. Pro vnesennia zmin do deiakyh zakoniv Ukrainy shchodo inkluzyvnogo rehabilitatsiino-sotsialnogo turyzmu. Proekt Zakonu Ukrainy, available at:

[http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?id=&pf3516=4271&skl=9](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?id=&pf3516=4271&skl=9).

7. Pro turizm. Zakon Ukrainy, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.

8. Fekhtel, E. V. (2010), Sotsialnoe partnerstvo i eho rol v razvitii sotsialnogo turizma v Rossii, Servis v Rossii i za rubezhom, 2, pp. 60-63.

9. Lacy, T., Battig, M., Moore, S. and Noakes, S. (2002), Public/Private Partnerships for Sustainable Tourism: Delivering a Sustainability Strategy for Tourism Destinations, APEC, 119 p.

10. Manila Declaration on World Tourism, available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.-18111/unwto/declarations.1980.6.4.1>.

11. Yeleyko, V., Kolyanko, O. and Myronow, Yu. (2016), Trends and Factors of Social Responsibility and Social Partnership, Ekonomika i organizacija przedsiobiorstwa, 7 (798), pp. 3-11.

УДК 378.001.76

Мацера С. М.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, Вінницький кооперативний інститут, м. Вінниця

Олійник Л. Г.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування, Вінницький навчально-науковий інститут Національного університету державної фіскальної служби України, м. Вінниця

## ОЦІНКА СТАНУ РОЗВИТКУ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ В УКРАЇНІ

**Анотація.** У статті досліджено показники діяльності та функціонування вищих навчальних закладів. Проаналізовано стан ринку вищої освіти за певними показниками розвитку, визначено основні проблеми їх функціонування в період реформування системи вищої освіти. Проаналізовано структуру вищої освіти в Україні за типами навчальних закладів відповідно до чинного законодавства. Оцінка навчальних закладів за їх структурою показала, що найбільш стійкими закладами вищої освіти є класичні університети. Розглянуто місце класичних університетів у рейтингу вищих навчальних закладів України. Визначено основні переваги класичних університетів перед іншими закладами вищої освіти.

**Ключові слова:** освіта, вищі навчальні заклади, класичні університети, інноваційний розвиток, рейтинг, конкурентоспроможність.

Matsera S. M.,

Ph.D., Associate Professor of the Department of Management, Vinnytsia Cooperative Institute, Vinnytsia

Oliynyk L. G.,

Ph.D., Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Taxation, Vinnytsia Educational-Research Institute of National University of State Fiscal Service of Ukraine, Vinnytsia

## EVALUATION OF THE STATE OF DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN UKRAINE

**Abstract.** The article investigates the performance and functioning of higher education institutions. The state of the market of higher education according to some indicators of development is analyzed, the main problems of their functioning in the period of the reform of the higher education system are determined. The structure of higher education in Ukraine according to the types of educational institutions in accordance with the current legislation is analyzed. The assessment of educational institutions according to their structure showed that the most stable institutions of higher education are classical universities. The place of classical universities in the rating of higher educational institutions of Ukraine is considered. The main advantages of classical universities in comparison with other institutions of higher education are determined.

**Key words:** education, higher education institutions, classical universities, innovative development, rating, competitiveness.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-10>

**Постановка проблеми.** Ринок сфери освітніх послуг – це найважливіший компонент сучасної економіки, який є, з одного боку, джерелом, яке постачає кадри для всіх галузей економіки, а з іншого боку, постійно зростаючим за своїми масштабами самостійним ринком освітніх послуг зі своїми можливостями та проблемами.

Трансформаційні зміни в суспільстві та необхідність відповідати сучасним вимогам становлення нашої держави зумовлюють постійне реформування вищих навчальних закладів та пошук нових інноваційних шляхів їх розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Вагомий внесок у вивчення проблем розвитку вищої школи зробили такі вітчизняні вчені, як: Б. М. Андрушків, Л. І. Антошкіна, М. П. Войнаренко, Т. Є. Воронкова, О. А. Грішнова, О. П. Демченко, І. М. Котова, Г. П. Клімова, В. М. Нижник, Т. М. Нефедова, Т. В. Павлова, А. В. Ромін, І. О. Тарасенко, В. Є. Сафонова та інші.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження ринку освітніх послуг в Україні, проведення аналізу існуючого стану розвитку вищих навчальних

закладів, виокремлення проблемних питань та пошук шляхів удосконалення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Однією з найважливіших стратегічних цілей, які в сучасних умовах має ставити перед собою українське суспільство, є пошук можливостей та використання дієвих заходів, спрямованих на створення привабливої та конкурентоспроможної національної системи вищої освіти, інтегрованої в Європейський простір вищої освіти.

Освітня галузь є пріоритетною сферою. У преамбулі ЗУ “Про освіту” йдеться про освіту як результат для суспільства: “Освіта – основа інтелектуального, культурного, духовного, соціального, економічного розвитку суспільства і держави”. Лише завдяки ефективній та чітко структурованій освітній системі країна здатна прогнозувати стадії подальшого розвитку. Національна доктрина розвитку освіти в Україні (затверджена Указом Президента України 17 квітня 2002 р., № 327/2002) – державний документ, який визначає систему концептуальних ідей і поглядів на стратегію та головні напрями розвитку освіти у першій чверті

XXI ст. Мета державної політики в галузі освіти полягає у створенні умов для розвитку особистості і творчої самореалізації кожного громадянина України, виховання покоління людей, які будуть ефективно працювати і навчатися впродовж життя [2, с. 15].

Сьогодні в Україні діють ВНЗ державної, комунальної та приватної форм власності.

Ринок вищої освіти представлений університетами, академіями, інститутами та коледжами, технікумами та училищами, які здійснюють підготовку фахівців за відповідними освітньо-професійними та освітньо-науковими, науковими програмами за такими рівнями вищої освіти: початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти; перший (бакалаврський) рівень; другий (магістерський) рівень; третій (освітньо-науковий) рівень; науковий рівень (рис. 1).

Проаналізуємо стан ринку вищої освіти в Україні за 1990-2017 роки за кількістю ВНЗ усіх рівнів акредитації та чисельністю студентів (табл. 1).

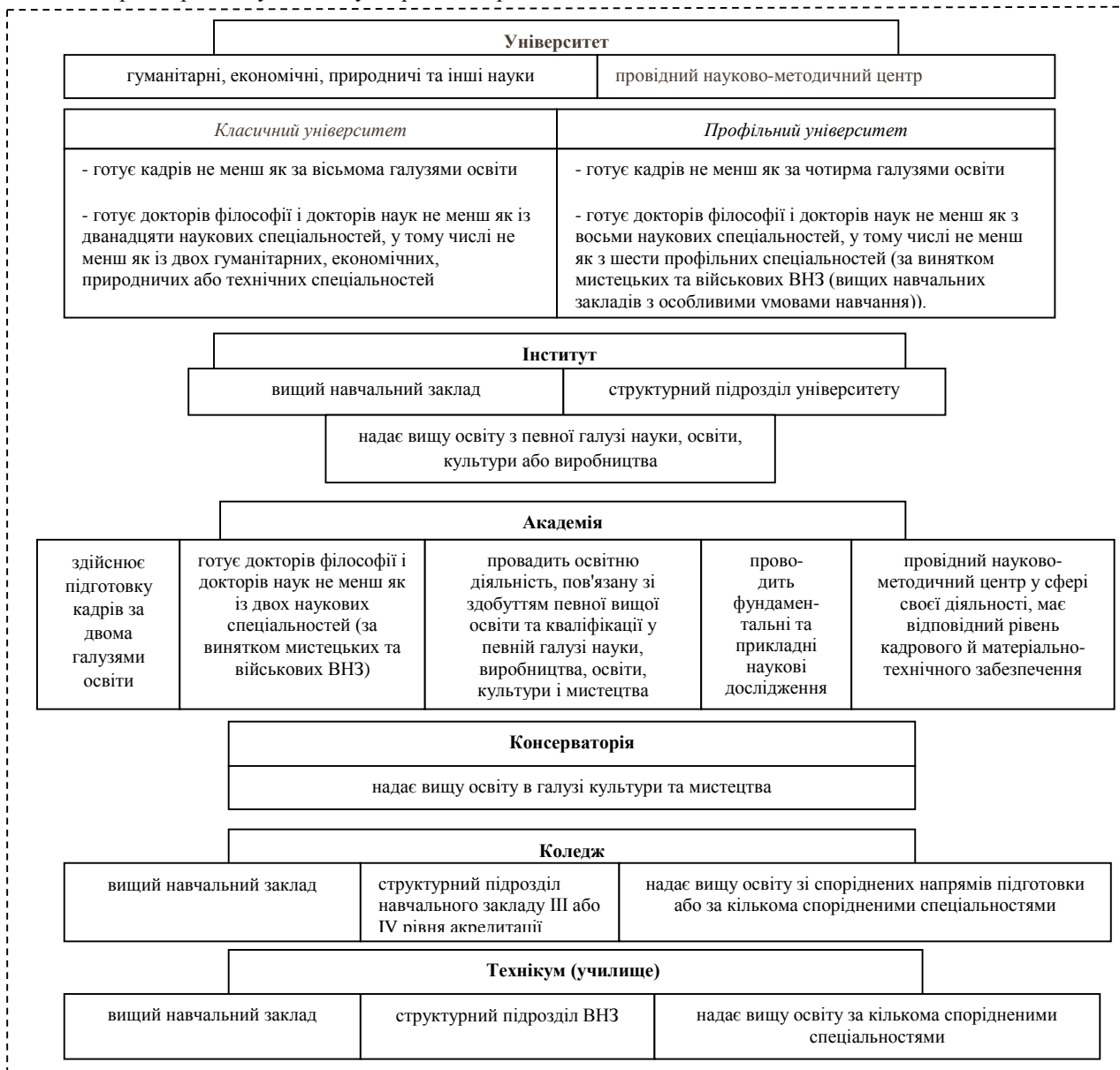


Рис. 1. Структура вищої освіти в Україні за типами навчальних закладів [7]

**Аналіз кількості ВНЗ та чисельності студентів у динаміці  
за період 1990-2017 рр.\***

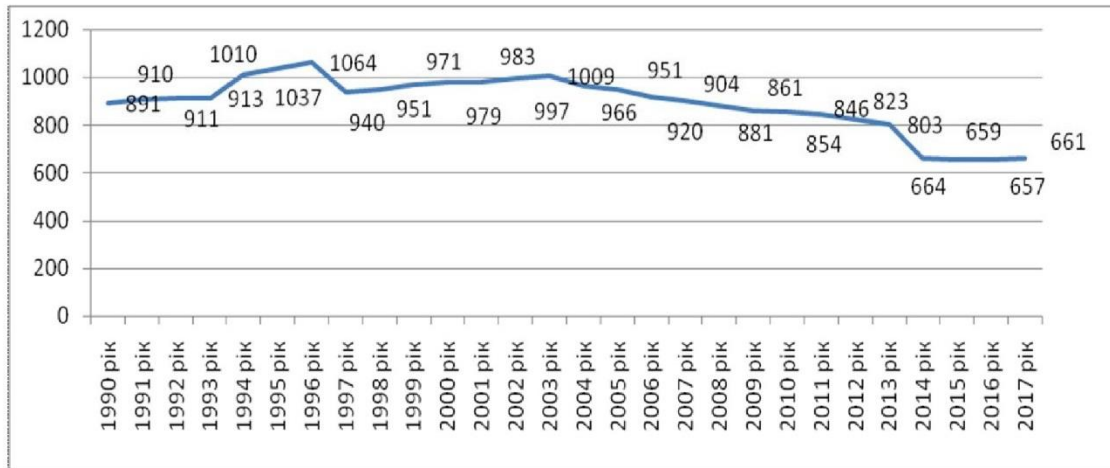
Навчальний рік	Кількість ВНЗ, од		Загальна кількість ВНЗ, од	П/в ВНЗ I-II рівнів акредитації, %	П/в ВНЗ III-IV рівнів акредитації, %	Кількість студентів у ВНЗ, тис. осіб		Загальна кількість студентів у ВНЗ, тис. осіб	П/в кількості студентів у ВНЗ I-II рівнів акредитації	П/в кількості студентів у ВНЗ III-IV рівнів акредитації
	I-II рівнів акредитації	III-IV рівнів акредитації				I-II рівнів акредитації	III-IV рівнів акредитації			
1990/91	742	149	891	83,28	16,72	757	881,3	1638,3	46,21	53,79
1991/92	754	156	910	82,86	17,14	739,2	876,2	1615,4	45,76	54,24
1992/93	753	158	911	82,66	17,34	718,8	855,9	1574,7	45,65	54,35
1993/94	754	159	913	82,58	17,42	680,7	829,2	1509,9	45,08	54,92
1994/95	778	232	1010	77,03	22,97	645	888,5	1533,5	42,06	57,94
1995/96	782	255	1037	75,41	24,59	617,7	922,8	1540,5	40,10	59,90
1996/97	790	274	1064	74,25	25,75	595	976,9	1571,9	37,85	62,15
1997/98	660	280	940	70,21	29,79	526,4	1110	1636,4	32,17	67,83
1998/99	653	298	951	68,66	31,34	503,7	1210,3	1714	29,39	70,61
1999/00	658	313	971	67,77	32,23	503,7	1285,4	1789,1	28,15	71,85
2000/01	664	315	979	67,82	32,18	528	1402,9	1930,9	27,34	72,66
2001/02	665	318	983	67,65	32,35	561,3	1548	2109,3	26,61	73,39
2002/03	667	330	997	66,90	33,10	582,9	1686,9	2269,8	25,68	74,32
2003/04	670	339	1009	66,40	33,60	592,9	1843,8	2436,7	24,33	75,67
2004/05	619	347	966	64,08	35,92	548,5	2026,7	2575,2	21,30	78,70
2005/06	606	345	951	63,72	36,28	505,3	2203,8	2709,1	18,65	81,35
2006/07	570	350	920	61,96	38,04	468	2318,6	2786,6	16,79	83,21
2007/08	553	351	904	61,17	38,83	441,3	2372,5	2813,8	15,68	84,32
2008/09	528	353	881	59,93	40,07	399,3	2364,5	2763,8	14,45	85,55
2009/10	511	350	861	59,35	40,65	354,2	2245,2	2599,4	13,63	86,37
2010/11	505	349	854	59,13	40,87	361,5	2129,8	2491,3	14,51	85,49
2011/12	501	345	846	59,22	40,78	356,8	1954,8	2311,6	15,44	84,56
2012/13	489	334	823	59,42	40,58	345,2	1824,9	2170,1	15,91	84,09
2013/14	478	325	803	59,53	40,47	329	1723,7	2052,7	16,03	83,97
2014/15	387	277	664	58,28	41,72	251,3	1438	1689,3	14,88	85,12
2015/16	371	288	659	56,30	43,70	230,1	1375,2	1605,3	14,33	85,67
2016/17	370	287	657	56,32	43,68	217,3	1369,4	1586,7	13,70	86,30
2017/18	372	289	661	56,28	43,72	208,6	1330,0	1538,6	13,52	86,48

\*Сформовано автором на підставі [6]

Наведені дані свідчать про те, що на початку розбудови нашої держави питома вага навчальних закладів I-II рівнів акредитації становила 83,3% тоді, як заклади III-IV рівнів акредитації становили лише 16,7 % від загальної кількості ВНЗ. Спостерігаємо, що динаміка мережі вищих навчальних закладів характеризується хвилеподібними тенденціями, коли їх мережа почала розширюватися з 1990 року

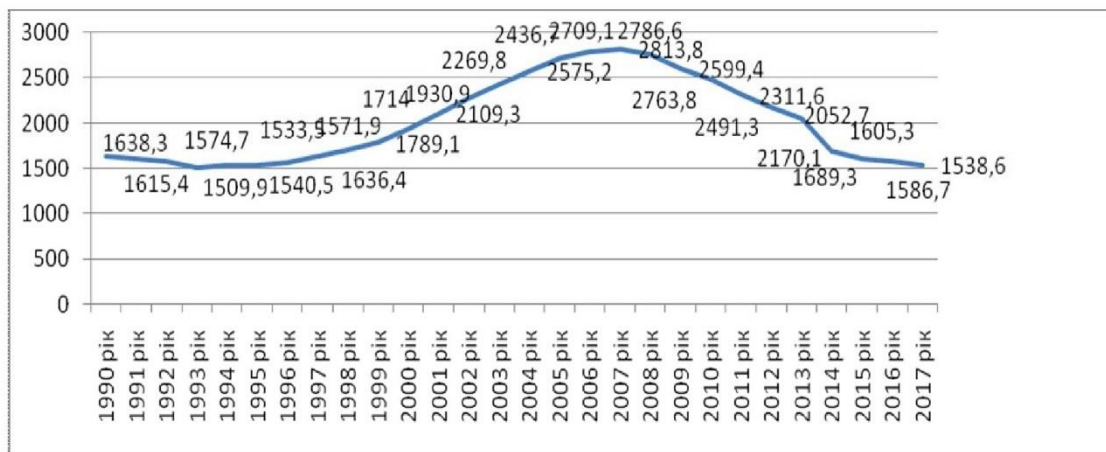
від 891 навчального закладу до найбільшого показника у 1996 році – 1064 навчальних закладів (рис. 2).

При цьому чисельність студентів за цей період зменшилася з 1638,3 тис. осіб до 1538,6 тис. осіб (рис. 3).



\*Сформовано автором на підставі [6]

Рис. 2. Кількість ВНЗ України у 1990-2017 рр., од.\*



\*Сформовано автором на підставі [6]

Рис. 3. Кількість студентів ВНЗ у 1990-2017 рр., тис. осіб\*

Найбільшою чисельність студентів була у 2007-2008 навчальному році і становила 2813,8 тис. осіб порівняно з 1538,6 тис. осіб у 2017-2018 н.р.

Однак, незважаючи на існуючий дисбаланс на ринку праці між наявною структурою економічного населення з вищою освітою та потребою в ньому, більш високий рівень конкурентоспроможності спостерігається саме серед фахівців з повною вищою освітою.

Проте фахівців турбує не тільки зменшення кількості вищих навчальних закладів, а й можливість ефективного їх функціонування, їхня відповідність планам професійної підготовки спеціалістів за європейськими та міжнародними стандартами. Цілком очевидно, що ця проблема потребує переосмислення та науково обґрунтованих підходів до її вирішення протягом найближчої та середньострокової перспективи [10, с. 556].

Система освіти сьогодні є досить сильно диверсифікованою, але історично склалося так, що в її структурі найбільш стійким елементом виступає університет і насамперед класичний університет.

За сучасних умов відбувається багато змін у всіх сферах життєдіяльності суспільства, перехід від одного його якісного стану до іншого, з більш високими вимогами, де знання стають основним ресурсом, що забезпечує його розвиток і реальну конкурентоздатність. Відбувається процес повномасштабного становлення епохи знань, формування інноваційного високотехнологічного суспільства з принципово новою філософією відносин. Очевидним уже є той факт, що виграють саме ті країни, пріоритетним напрямом яких є подальший розвиток науки, освіти, науково-дослідних програм і підвищення їх якості. За цих умов і вимог часу саме класичні університети повинні виконувати свою головну і найважливішу місію перед суспільством і бути в авангарді процесів якісного реформування освіти, відповідаючи викликам глобалізації та консолідації світу [4, с. 103].

Освіта та наука як об'єктивні суспільні явища мають великий вплив на формування національної інтелектуальної традиції. Стан української освіти необхідно глибоко осмислити, порівнявши за

міжнародними критеріями і з стандартами, та визначити можливості вдосконалення на новому етапі її розвитку. При цьому еволюцію системи освіти не слід відокремлювати від інших сфер суспільства. Вона має розвиватися в гармонійному взаємозв'язку з суспільством у цілому, беручи на себе роль його провідника. При цьому слід враховувати гармонію сталих освітніх традицій та тих, що формуються та мають свій розвиток на рівні окремих навчальних підрозділів університету. Слід також мати на увазі, що в системі університетської освіти є навчальні заклади з віковими традиціями, як правило, це класичні університети. Саме їх освітня, наукова, культурно-просвітницька діяльність має бути орієнтиром для інших вищих навчальних закладів.

Сучасні класичні університети складають досить стабільний сегмент вітчизняного освітнього простору. Однак його трактування залишаються різними. Як наслідок, наприклад, ЮНЕСКО виділяє 13 класичних університетів в Україні; на освітніх вітчизняних сайтах вказано 16 університетів, а в світовому рейтингу вищих навчальних закладів (наприклад, Academic Ranking of World Universities) Україна віднесена до країн з обмеженими ресурсами з чотирма класичними університетами (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Одеський національний університет імені В. І. Мечникова, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, Київський національний університет імені Т. Г. Шевченка) [7].

Для визначення успішності та популярності вищого навчального закладу використовуються різноманітні рейтинги, які відображають його важливість або вплив у світовій спільноті.

У рейтингу "Топ-200 Україна" діяльність ВНЗ оцінюється за допомогою інтегрального індексу,

який визначається на підставі виміру кількісних показників, експертної оцінки якості підготовки випускників ВНЗ представниками роботодавців і академічного співтовариства, а також із використанням міжнародних наукометричних і веб-метричних даних. Цей рейтинг порівнює між собою університети різних типів на основі застосування до них універсальної системи критеріїв.

Проаналізуємо, яке місце в рейтингу "ТОП-200 Україна" у 2018 році займають класичні університети (табл. 2).

Даний моніторинг дозволяє побачити місце класичних університетів серед усіх класичних університетів та їх місце в загальному рейтингу навчальних закладів України.

Класичний університет є основою сучасного інституту вищої освіти та форм розвитку співробітництва на всьому освітньому просторі.

Серед основних переваг класичних університетів перед іншими типами вищих навчальних закладів, які виокремлюють науковці, є наступні:

- забезпеченість найбільш висококваліфікованими викладачами з широким спектром спеціальностей. Це дає можливість університетам насамперед відкривати навчання за новими спеціальностями і напрямками, створювати умови для отримання студентами другої додаткової "ринково-орієнтованої" спеціальності, забезпечувати інтегративність навчання;

- наявність великої кількості вчених у галузі фундаментальних наук, численних всесвітньо відомих наукових шкіл сприяє полегшенню підготовки спеціалістів для наукоємких виробництв, формуванню навколо університетів технопарків, інноваційних інкубаторів, венчурних центрів, тощо;

Таблиця 2

**Класичні університети в рейтингу "ТОП-200 Україна"\***

Назва навчального закладу	Місце	Місце у загальному рейтингу	ТОП-200 Україна	Scopus	Підсумковий бал
Київський національний університет імені Тараса Шевченка	1	1	1	1	5
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна	2	2	3	2	15
Львівський національний університет імені Івана Франка	3	4	10	3	19
Національний університет "Києво-Могилянська академія"	4	6	12	18	32
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара	5	8	14	8	40
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова	6	9	18	5	48
Сумський державний університет	7	10	9	14	74
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича	8	12-13	24	4	84
Донецький національний університет імені Василя Стуса	9	18	27	17	97
Ужгородський національний університет	10	25	35	12	127

\* Систематизовано автором на основі [9]



- для забезпечення підготовки на найвищому інтелектуальному рівні у магістратурі, аспірантурі та докторантурі розгорнуті системи профорієнтаційної роботи перепідготовки та підвищення кваліфікації, встановлюються тісні зв'язки з навчальними закладами усіх рівнів акредитації та найширшим спектром роботодавців, що дає змогу створити ефективну систему навчальних практик. Це стає особливо актуальним з погляду здатності реалізовувати ідеї безперервної освіти протягом усього життя;

- широта спектра підготовки фахівців у класичних університетах дає можливість якнайкраще осягнути усі проблеми підготовки спеціалістів для різних сфер діяльності та бути лідерами у реалізації освітньої функції вищої школи. Класичні університети реально виступають основним полем для відпрацювання різноманітних змін у змісті та технології освіти, насамперед посилення фундаментальної складової підготовки, активного використання у навчальному процесі результатів і технологій наукового пошуку, поглиблення міждисциплінарних знань тощо;

- унікальність традицій, що склалися десятиріччями, а то й століттями, дух демократизму і самоврядування, автономності, можливості здійснення системної насиченої диверсифікованої позанавчальної діяльності роблять класичні університети осередками високої моральності, духовності, патріотизму [1, с. 32].

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** У світлі швидких економічних змін, наукової та інтелектуальної вимогливості відчувається потреба в новому баченні ролі та місця класичних університетів у системі освіти. На основі проведеного дослідження ми можемо зробити висновок, що саме класичні університети серед усіх типів навчальних закладів, які функціонують сьогодні в Україні, є найбільш стійкими до викликів часу. Реформа у сфері вищої освіти та вимоги, які висуваються перед вищими навчальними закладами, сьогодні можуть бути виконані лише при наявності потужної матеріально-технічної бази навчального закладу, відповідного кадрового складу, розвитку міжнародних відносин, відповідного фінансування, постійного інноваційного розвитку.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Даниленко Л. І. Управління процесом здійснення інноваційної діяльності в системі загальної середньої освіти / Л. І. Даниленко // Післядипломна освіта в Україні. – 2003. – № 3. – С. 70-74.
2. Дворцева Г. Класичний університет як культурне середовище / Г. Дворцева // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи. – 2011. – № 39(2). – С. 32-36.
3. Дубина Н. П. Освітня галузь в Україні: стан, проблеми, перспективи розвитку / Н. П. Дубина, Н. П. Топішко // Проблеми та перспективи розвитку національної економіки в умовах глобалізації :

матеріали XV Всеукр. наук.-практ. он-лайн-конф. молодих учених та студентів (10 лютого 2017 р., м. Острого) / [ред. кол. : Л. В. Козак, Т. І. Галецька та ін.]. – Острого : Вид-во НаУОА, 2017. – С. 15-17.

4. Інноваційний розвиток підприємств за умов ринку: аналіз та оцінка : монографія / М. П. Войнаренко, А. В. Череп, Л. Г. Олейнікова, О. Г. Череп. – Хмельницький : ХНУ, 2010. – 444 с.

5. Луцишин З. О. Роль класичних університетів у підвищенні якості вищої освіти / З. О. Луцишин // Вісник Київського нац. університету ім. Т. Шевченка. – 01/2010. – Вип. 94/96. – С. 103-108. - (Сер.: Філософія. Політологія).

6. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

7. Пірус В. О. Аналіз ринку вищої освіти в Україні / В. О. Пірус // Матер. всеукр. наук.-практ. конф. “Проблеми та перспективи розвитку економіки України” (м. Київ, 7 квітня 2017). – К. : Національний авіаційний університет, 2017. – С. 53-55.

8. Про вищу освіту : Закон України № 1556-VII від 01.07.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.

9. Рейтинг університетів “ТОП-200 Україна” 2018 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ru.osvita.ua/vnz/rating/55849/>.

10. Яременко Л. М. Підвищення якості вищої освіти як мета фінансового управління / Л. М. Яременко // Гуманітарний вісник ДВНЗ „Переяслав-Хмельницький педагогічний університет імені Григорія Сковороди” : науково-теор. збірник. – Переяслав-Хмельницький, 2006. – С. 554-559.

## REFERENCES

1. Danylenko, L. I. (2003), Upravlinnia protsesom zdzijsnennia innovatsijnoi diial'nosti v systemi zahal'noi seredn'oi osvity, Pisljadyploмна osvita v Ukraini, № 3, s. 70-74.
2. Dvortseva H. (2011), Kласичний університет як культурне середовище, Psykholoho-pedahohichna problemy sil'skoi shkoly, № 39(2), s. 32-36.
3. Dubyna, N. P. and Topishko, N. P. (2017), Osvitnia haluz' v Ukraini: stan, problemy, perspektyvy rozvytku, Problemy ta perspektyvy rozvytku natsional'noi ekonomiky v umovakh hlobalizatsii : materialy KhV Vseukr. nauk.-prakt. on-lajn-konf. molodykh uchenykh ta studentiv (10 liutoho 2017 r., m. Ostroh), red. kol. : L. V. Kozak, T. I. Halets'ka ta in., Vyd-vo NaUOA, Ostroh, s. 15-17.
4. Vojnarenko, M. P. Cherep, A. V. Olejnikova, L. H. and Cherep, O. H. (2010), Innovatsijnyj rozvytok pidpriemstv za umov rynku: analiz ta otsinka : monohrafiia, KhNU, Khmel'nyts'kyj, 444 s.
5. Lutsyshyn, Z. O. Rol' klasychnykh universytetiv u pidvyschenni yakosti vyschoi osvity, Visnyk Kyivs'-koho nats. universytetu im. T. Shevchenka. – 01/2010. – Vyp. 94/96. – S. 103-108. – (Ser.: Filosoфиia. Politolohiia).

6. Ofitsijnyj sajt Derzhavnoi sluzhby statyky, available at : <http://www.ukrstat.gov.ua>

7. Pirus, V. O. (2017), Analiz rynku vyschoi osvity v Ukrainy, Mater. vseukr. nauk.-prakt.konf. "Problemy ta perspektyvy rozvytku ekonomiky Ukrainy" (m. Kyiv, 7 kvitnia 2017), Natsional'nyj aviatsijnyj universytet, Kyiv, s. 53-55.

8. Pro vyschu osvitu : Zakon Ukrainy № 1556–VII vid 01.07.2014, available at : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556–18>.

9. Rejtynh unyversytetov "TOP-200 Ukrayna" 2018 hoda, available at : <https://ru.osvita.ua/vnz-/rating/55849/>.

10. Yaremenko, L. M. (2006), Pidvyschennia iakosti vyschoi osvity iak meta finansovoho upravlinnia, Humanitarnyj visnyk DVNZ „Pereiaslav-Khmel'nyts'kyj pedahohichnyj universytet imeni Hryhoriia Skovorody" : naukovo-teor. zbirnyk, Pereiaslav-Khmel'nyts'kyj, s. 554-559.

УДК 656.073.9

*Тарасюк А. В.,*

*к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон*

*Олійник Н. М.,*

*к.т.н., доц., доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон*

*Мамедова А. С.,*

*магістр, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон*

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕФЕКТИВНОГО РИНКУ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

**Анотація.** Стаття присвячена розробці науково обґрунтованих концептуальних засад та практичних рекомендацій відносно основних тенденцій підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі. Аналізуються результати діяльності підприємств молочної галузі. Вивчено проблеми розвитку ринку молочної продукції та обґрунтовано доцільність удосконалення маркетингової діяльності підприємств молочної галузі. Результати дослідження дали можливість встановити, що зростання цін на сировину і на кінцеву продукцію, зміни в структурі споживання та недосконала регулятивна політика держави вносять додаткові труднощі в непростий процес переробки молока. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на визначення факторів підвищення ефективності ринку молочної продукції.

**Ключові слова:** маркетингова діяльність, молочна галузь, ефективність молочного виробництва, впровадження нового продукту, підвищення прибутку підприємства.

*Tarasiuk A. V.,*

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

*Oliinyk N. M.,*

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

*Mamedova A. S.,*

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

## **PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT THE EFFICIENT DAIRY PRODUCTS MARKET IN UKRAINE**

**Abstract.** The article is devoted to the development of scientifically grounded conceptual foundations and practical recommendations regarding the main tendencies of increasing the dairy industry enterprises efficiency. The results of activity of dairy enterprises are analyzed. The problems of the dairy products market development were investigated and the expediency of improving the dairy industry enterprises marketing activities was substantiated. The results of the study made it possible to determine that rising prices for raw materials and end products, changes in the structure of consumption and imperfect regulatory policy of the state contribute to additional difficulties in the complicated process of milk processing. Further research should be aimed at identifying factors for increasing the efficiency of the dairy products market.

**Key words:** marketing activity, dairy industry, efficiency of dairy production, new product introduction, increase of the enterprise's profit.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-11>

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку економіки України недостатньо вирішеним питанням залишається пошук шляхів ефективного розвитку ринкового господарства, особливо місце в цьому процесі відводиться агропромислому комплексу. Особливо актуальна ця проблема для функціонування продовольчого ринку, рівень розвитку якого впливає на забезпеченість населення продуктами харчування та соціально-економічний стан держави.

З метою підвищення ефективності діяльності підприємств молочної галузі і мінімізації затрат та збалансування ринку молочної продукції необхідно приділяти більше уваги розвитку ефективних засобів маркетингової діяльності, а особливо практичному аспекту реалізації маркетингових стратегій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам розвитку ефективного ринку присвячено роботи економістів, серед яких слід виділити Т. Амблера, С. Аникеева, Ю. П. Аніскіна, В. І. Беляєва, Б. Бермана, Ф. Котлера, Г. Кунца,

збільшився більшою мірою з причини значного розширення асортименту продукції молочної галузі. Наявна пропозиція викликана збільшенням споживчого попиту та появою на українському ринку провідних світових виробників.

Необхідність насичення ринку продукцією молочної галузі зумовлюється не тільки природно-економічними, але й політичними, демографічними і соціальними факторами. Про важливість молока-продуктів у житті людини свідчать дані їх споживання. Як бачимо, у 2016-2017 роках частка їх в основних реалізованих продуктах харчування найбільша, відповідно 8 і 8,51%, спостерігаємо і найбільше зростання їх обсягів реалізації серед основних харчових продуктів на 4881,7 млн грн або на 26,3 %.

На рис. 1 наведено обсяги реалізації харчових продуктів в Україні у 2017 році.

Молочні продукти традиційно є одними з основних продуктів харчування населення України, їх споживає 97% міського населення країни. Серед молочних продуктів лідерами споживання є сметана

### Обсяги реалізації харчових продуктів

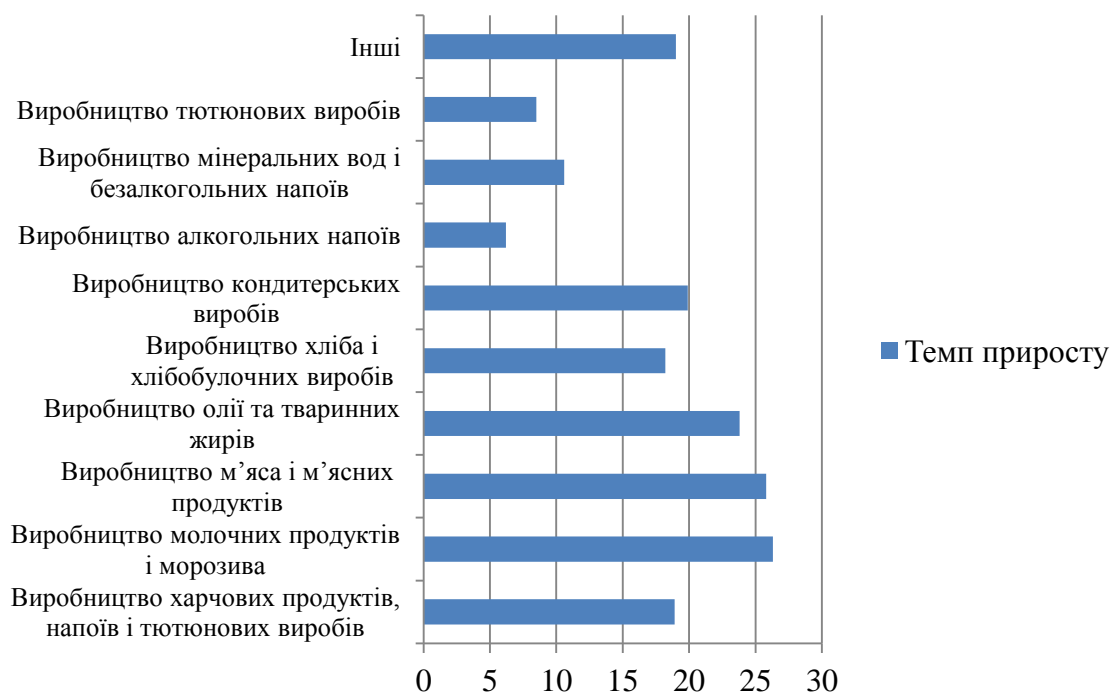


Рис. 1. Обсяги реалізації харчових продуктів в Україні у 2017 році

Д. Маккарти, М. Портера, Е. Майкла, а також українських науковців – В. М. Бондаренко, А. М. Лисенко, Н. Куденка, О. О. Постернікової, К. Радченка, О. Сумця, В. Василенка, О. Ковтуна та ін. Проте динамічний ринок вимагає постійного оновлення підходів до вирішення економічних проблем ефективності.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є вивчення особливостей і практичних аспектів удосконалення ефективності ринку молочної продукції.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За останні роки в Україні на внутрішньому ринку молочної продукції відбулися істотні зміни – підвищилися дійсний попит і пропозиція. Попит

(90%), кефір (81%), твердий сир (80%), менше – вершкове масло (69%), сир домашній (65%) і рязанку (62%) споживало населення протягом другої половини 2017 року.

Лідерами на ринку молочної продукції у 2017 році стали ТОВ “Люстдорф”, ПАТ “Дубно-молоко” (ТД “Українська сирна компанія”), ПАТ “Баштанський сирзавод” (ГК “Молочний Альянс”), ПАТ “Бершадьмолоко” (Roshen), ПАТ “Донецький ММЗ № 2” (ПрАТ “Теркулес”), ПрАТ “Тернопільський молокозавод” (ТМ “Молокія”) та інші (табл. 1).

## Лідери молокопереробної галузі України за 2017 рік, т

Назва підприємства	Область	Об'єм молока, що надійшов на переробку
ТОВ "Люстдорф"	Вінницька	157261,0
ПАТ "Дубномолоко" (ГД "Українська сирна компанія")	Рівненська	145264,0
ПАТ "Баштанський сирзавод" (ГК "Молочний Альянс")	Миколаївська	143456,3
ПАТ "Бершадьмолоко" (Roshen)	Вінницька	112276,0
ПАТ "Донецький ММЗ № 2" (ПрАТ "Геркулес")	Донецька	111547,0
ПрАТ "Тернопільський молокозавод" (ТМ "Молюкія")	Тернопільська	105697,0
ПАТ "Житомирський маслозавод" (ТМ "Рудь")	Житомирська	98542,0
ПрАТ "Галичина"	Львівська	91543,0
ПАТ Комбінат "Придніпровський"	Дніпропетровська	85364,0
ПАТ "Бель Шостка Україна"	Сумська	81469,0
ПрАТ "Лакталіс Миколаїв"	Миколаївська	79654,0
Філія "Роменський молочний комбінат" ПП "Рось" (ДП "Мілкленд-Україна")	Сумська	77563,0
ПАТ "Первомайський молочноконсервний комбінат"	Миколаївська	72589,0
ПАТ "Куп'янський МКК"	Харківська	69852,7
ДП "Старокостянтинівський молочний завод" (Укрпродукт Груп)	Хмельницька	64592,0
Тульчинська філія ТОВ "Інтер Фуд" (Терра Фуд)	Вінницька	61875,0
ПрАТ "Хмельницька маслосирбаза"	Хмельницька	59563,0
ТОВ "Інтермол"	Дніпропетровська	57643,0
ПрАТ "Літинський молокозавод"	Вінницька	55894,0
ТОВ "Данон Дніпро" (Данон Україна)	Херсонська	49861,6

Вітчизняний ринок молока і молочної продукції є достатньо специфічним з огляду на соціальну значимість молокопродуктів і масовий попит на них, сезонність виробництва сировини, високий рівень державного втручання, що виявляється, зокрема, у регламентації фітосанітарних вимог, граничного рівня торговельних надбавок до оптових цін виробників, тарифних квот, дотацій сільськогосподарським підприємствам і механізму компенсації податку на додану вартість тощо.

Якщо зовсім недавно Україна була в числі світових лідерів серед експортерів сухого молока, казеїну, вершкового масла і без всякого ушкодження для внутрішнього споживання можна було вивозити близько 2 млн т молока, то зараз ситуація зовсім змінилася, об'єм зовнішніх продаж цих продуктів скоротився в рази. Основна причина – дефіцит сировини і зміни пріоритетів у переробці молока. Але все ж Україна поки що залишається експортером молокопродуктів. У цілому майже чверть молока, що закуповується молочною галуззю країни, підлягає експорту, більше мільйона тонн.

Експорт молокопродуктів приносить близько 850 млн доларів в рік. Якщо раніше основою експорту були сухі молочні продукти, зараз це сир. У загальній структурі зовнішніх продаж на цей продукт припадає більше 60%.

Виробництво молока в Україні продовжує знижуватися. За 10 років країна втратила 4 позиції у світовому рейтингу виробників молока, перемістившись із 10 на 14-е місце. На 5 найкрупніших виробників молока у світі (Індія, США, Китай, Пакистан, Росія) припадає 46% всього виробництва, частка України – тільки 1,7%. Середній українець споживає близько 200 кг молока в рік, більше, ніж у деяких країнах Центральної і Східної Європи, на 40 % більше, ніж у країнах Латинської Америки, і в 2 рази більше за споживання у країнах Азії та Океанії. Для порівняння: в країнах ЄС молока споживають 280 кг у рік на 1 особу.

У таблиці 2 наведено динаміку основних економічних показників молочної галузі на продовольчому ринку України.

**Динаміка основних економічних показників молочної галузі  
на продовольчому ринку України**

Показники	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення		Темп зростання (зниження), %	
				2017/ 2016	2018/ 2017	2017/ 2016	2018/ 2017
Кількість підприємств з виробництва молочної продукції	351	335	303	-16	-32	95,4	90,4
Поголів'я корів (тис. голів):							
- Господарства усіх категорій	3197	3033	2977	-164	-56	94,9	98,2
- Сільськогосподарські підприємства	785	698	574	-87	-124	88,9	82,2
- Господарства населення	2412	2335	2403	-77	68	96,8	102,9
Виробництво молока за категоріями господарств (тис. т):							
- Господарства усіх категорій	13756	13507	13133	-249	-374	98,2	97,2
- Сільськогосподарські підприємства	4503	4844	4587	341	-257	107,6	94,7
- Господарства населення	9253	8663	8546	-590	-117	93,6	98,6
Виробництво (тис. т):							
- Вершкового масла	97,3	85,2	91,8	-12,1	6,6	87,6	107,7
- Кисломолочної продукції	604	547	513	-57	-34	90,6	93,8
- Вершків	18,5	15,8	21,1	-2,7	5,3	85,4	133,5
Виробництво молока на 1 особу (кг)	276	271	237	-5	-34	98,2	87,5
Споживання молока і молочних продуктів на 1 особу за рік (у перерахунку на молоко), кг	257	242	200	-15	-42	94,2	82,6

Скорочення обсягів реалізації молока і молочної продукції в Україні протягом останніх трьох років пояснюється скороченням чисельності промислового поголів'я як у сільських господарствах, так і в господарствах населення, а також скороченням кількості переробних підприємств, що, в свою чергу, спричинило скорочення обсягів споживання молочної продукції.

Дефіцит молочної сировини, викликаний суттєвим скороченням поголів'я корів, вплинув на зменшення завантаженості виробничих потужностей молокопереробних заводів і в осінньо-зимовий період 2016-2017 років був на рівні 40-50%, що зумовило жорстку конкуренцію підприємств за сировинні зони, погіршення якості молока для переробки у зв'язку з переміщенням його виробництва з колективних форм господарювання до господарств населення.

Вирішення цих проблем пов'язано в першу чергу зі спрямуванням інвестицій як у технологічне переоснащення та модернізацію молокопереробних заводів, так і у розвиток сировинної бази, поголів'я та кормів, що потребує залучення реальних інвестицій та відновлення інтеграційних зв'язків через акціонерний капітал між виробниками та переробниками молока, що дозволить вирішити проблему зменшення собівартості кінцевої продукції, стабілізувати сировинну базу, підвищити якість сировини, збалансувати інтереси учасників технологічного ланцюга в розподілі фінансового результату.

Якщо державою будуть створені реальні гарантії інвестицій, то молочне скотарство може отримати шанс до відродження. Ефективність виробництва молока в найближчі роки багато в чому буде залежати від того, чи зміниться реально інвестиційний клімат, державна політика в агросекторі і соціально-економічна ситуація в селах.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Дослідження дало можливість встановити, що зростання цін на сировину і на кінцеву продукцію, зміни в структурі споживання, регулятивна політика вносять додаткові труднощі в непростий процес переробки молока. Проте в майбутньому на зміну деструктивним процесам прийдуть конструктивні і зростаючий попит на молокопродукти на внутрішньому і зовнішньому ринках забезпечить зростання молочної галузі України, за умови її інноваційного оновлення і технічного переоснащення.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на визначення факторів підвищення ефективності ринку молочної продукції.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко В. М. Розвиток ефективного виробництва молока та його промислової переробки в Україні / В. М. Бондаренко // Економіка АПК. – 2018. – № 5. – С. 61-64.

2. ДСТУ 4834:2007 Молоко та молочні продукти. Правила приймання, відбирання та готування проб до контролювання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://document.ua/moloko-ta-molochni-produkti\\_-pravila-priimannja-vidbirannjastd30-95.html](http://document.ua/moloko-ta-molochni-produkti_-pravila-priimannja-vidbirannjastd30-95.html)

3. Про молоко та молочні продукти: Закон про внесення змін до Закону України від 17.02.2010 №923 // Офіційний вісник України. – 2016. – № 4. – С.182.

4. Постернікова О. О. Розвиток ринку молока та молочних продуктів в Україні / О. О. Постернікова // Придніпровський науковий вісник. – 2017. – №11. – С. 98-101. – (Серія: Економічні науки: маркетинг і менеджмент).

5. Лисенко А. М. Маркетингова система виробництва та реалізації молокопродукції / А. М. Лисенко // Економіка АПК. – 2017. – № 6. – С. 62-66.

6. Виробництво основних видів продукції тваринництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

## REFERENCES

1. Bondarenko, V. M. (2018), Rozvytok efektyvnoho vyrobnytstva moloka ta yoho promyslovoi pererobky v Ukraini, Ekonomika APK, # 5, s. 61-64.

2. DSTU 4834:2007 Moloko ta molochni produkty. Pravyly pryimannia, vidbyrannia ta hotuvannia prob do kontroliuvannia, available at: [http://document.-ua/moloko-ta-molochni-produkti\\_-pravila-priimannja-vidbirannja--std3095.html](http://document.-ua/moloko-ta-molochni-produkti_-pravila-priimannja-vidbirannja--std3095.html).

3. Pro moloko ta molochni produkty: Zakon pro vnesennia zmin do zakonu Ukrainy vid 17.02.2010, #923 (2016), Ofitsiinyi visnyk Ukrainy, # 4, s. 182.

4. Posternikova, O. O. (2017), Rozvytok rynku moloka ta molochnykh produktiv v Ukraini, Prydniprovskiyi naukovyi visnyk. (Serii: Ekonomichni nauky: marketynh i menedzhment), #11, s. 98-101.

5. Lysenko, A. M. (2017), Marketynhova systema vyrobnytstva ta realizatsii moloko produktsii, Ekonomika APK, # 6, s. 62-66.

6. Vyrobnytstvo osnovnykh vydiv produktsii tvarynnytstva, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК 070 (075.8)

Семак Б. Б.,  
д.е.н., проф., проректор з наукової роботи, професор кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Басій Н. Ф.,  
к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

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

## РОЛЬ ПРЕС-СЛУЖБ В ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ОРГАНІВ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

**Анотація.** У статті здійснюється обґрунтування ролі та визначення завдань прес-служб органів влади України у сфері формування державної політики на основі побудови ефективної комунікації між владою та суспільством. Встановлено, що перші прес-служби при органах державної влади в Україні почали створюватися зразу ж після здобуття нашою країною незалежності на початку 1990-х рр. Доведено, що діяльність прес-служб державних органів влади не тільки підвищує ефективність державного апарату, але й посилює характер взаємодії органів управління з широкими верствами населення. У контексті досліджуваних процесів можна припустити, що роль прес-служб органів державної влади у найближчій перспективі в Україні буде посилюватись. У результаті проведеного дослідження встановлено, що у сучасних соціально-політичних реаліях українська влада повинна вибудовувати ефективні інформаційні канали для доведення до суспільства своїх рішень та встановлення зворотного зв'язку, який дозволить почути вимоги різних соціальних груп та у підсумку аналізувати і коригувати державну інформаційну політику.

**Ключові слова:** прес-служба, масова комунікація, органи державної влади, організація роботи.

Semak B. B.,  
Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector for Research, Professor of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Basiy N. F.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

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

## THE ROLE OF PRESS-SERVICES IN ORGANIZING STATE AUTHORITIES ACTIVITIES

**Abstract.** The article provides a substantiation of the role and determination of the tasks of the Ukrainian state bodies press-services in the field of state policy elaboration on the basis of effective communication development between the power and the society. It was determined that the first press-services of the state bodies in Ukraine began to be created immediately after gaining of our country's independence in the early 1990's. It is proved that the activity of press-services of state authorities not only increases the efficiency of the state apparatus, but also enhances the interaction of government with the broad segments of the population.



*In the context of the investigated processes, it can be assumed, that the role of state bodies press-services in the near future in Ukraine will intensify. As a result of the study, it has been determined that in modern socio-political realities, the Ukrainian authorities must build effective information channels to bring their decisions to the public and establish a feedback that will allow them to hear the demands of different social groups and, ultimately, analyze and adjust the state information policy.*

**Key words:** press-service, mass communication, state authorities, organization of activities.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-12>

**Постановка проблеми.** У другій половині ХХ століття суттєво зросла роль прес-служб органів державної влади та розширився перелік їх функцій і повноважень. Прес-служби почали відігравати не тільки важливу комунікаційну, але й соціально-політичну роль. З приходом ери Інтернету та появою новітніх технологій передачі інформації роль прес-служб державних органів влади ще більше посилилась. У наш час основною метою прес-служб органів державної влади є налагодження ефективного механізму обміну інформацією та забезпечення комунікації між представниками влади різного рівня та суспільством для успішної реалізації державної політики у найважливіших її сферах. У ході формування та реалізації державної політики органи влади у демократичній країні повинні налагоджувати та підтримувати відносини з суспільством на основі взаєморозуміння та обміну інформацією з усіх найважливіших суспільних проблем. З цієї точки зору діяльність прес-служб державних органів влади повинна спрямовуватися на забезпечення ефективного функціонування цих відносин, що, безумовно, вимагатиме від співробітників прес-служб відповідних професійних компетенцій та навичок. Ознакою демократичних країн є відкритість державних органів влади, де взаємодія держави і суспільства будується на засадах партнерства та взаємної довіри. У межах такого партнерства суспільство розглядається не тільки як об'єкт інформаційного впливу, але й як рівноправний учасник процесу управління. Українська держава обрала шлях демократичного розвитку, тому ті проблеми, котрі сьогодні актуалізувались у відносинах між владою та суспільством, потребують поглибленого дослідження та аналізу з точки зору оцінки значення та ролі прес-служб в організації роботи органів державної влади та їхньої взаємодії з громадянським суспільством.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Зростаюча роль прес-служб органів державного управління та влади на формування масової думки та налагодження ефективного обміну інформацією з широкими громадськими колами в умовах демократизації суспільних відносин викликала зацікавленість не тільки в академічному середовищі, але й серед представників журналістського корпусу. Дослідженнями проблем налагодження взаємодії між прес-службами органів державної влади різного рівня та суспільством займалися такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як С. Хесс [1], М. Кастельс, Е. Тоффлер, І. С. Рубінштейн, Г. Т. Нойем, Дж. Сафасні, А. Гонсалвес, В. С. Комаровський, М. А. Романова, Н. І. Білан,

М. М. Нетреба, О. В. Мех, Ю. М. Нестеряк, Н. П. Голота [2], З. Казанжи, К. С. Павлюк [3], та ін. Однак, на наш погляд, недостатньо дослідженими залишаються проблеми оцінки діяльності прес-служб з позицій їхнього впливу на формування органами влади основних напрямів державної політики в умовах нестабільної політичної, соціальної та економічної ситуації в Україні.

**Постановка завдання.** Враховуючи актуальність піднятих проблем, основним завданням даного наукового дослідження є обґрунтування ролі та формулювання завдань прес-служб органів влади у сфері формування державної політики на основі побудови ефективною комунікації між владою та суспільством.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Нестабільність політичної, соціальної та економічної ситуації в Україні вимагає комплексного підходу з боку держави до формування і розвитку масових комунікацій. Комунікація у сфері політики повинна відповідати всім вимогам, що висувуються до сучасних масових комунікацій загалом. Комунікаційні можливості органів державної влади полягають не тільки у використанні ефективних інформаційних каналів та меседжів, але й у здатності влади пояснювати суспільству свої рішення, безпосередньо спілкуватися з населенням, враховувати думки, пропозиції та критику з боку різних соціальних груп. Проблема довіри суспільства до інститутів влади сьогодні гостро стоїть в Україні та потребує невідкладного вирішення. Відсутність транспарентності у прийнятті державних рішень викликає недовіру до урядових програм і рішень та закладає передумови відчуження населення від інститутів влади.

З теоретичних джерел відомо, що масова комунікація є одним з різновидів соціальної комунікації, котра реалізується на рівні суспільства. Таким чином масова комунікація може розглядатися як процес, у ході якого специфічні інститути (наприклад, прес-служби) за допомогою технічних засобів створюють і передають повідомлення певного змісту великим і територіально розпорощеним аудиторіям [1]. Масова комунікація є процесом здебільшого односпрямованим і неперсоналізованим. Відправник інформації та її отримувач у більшості випадків є віддаленими один від одного і між ними далеко не завжди виникає зворотний зв'язок. Саме відсутність постійного зворотного зв'язку з боку українського суспільства є однією з найбільших проблем його комунікації з органами державної влади. Ця проблема часто вирішується на державному рівні шляхом створення додаткових

спеціалізованих дослідницьких організацій (наприклад, інститутів вивчення громадської думки). З іншого боку, такі інститути вивчення громадської думки можуть створюватися недержавними організаціями та міжнародними фондами і фінансуватися з незалежних джерел.

Перші прес-служби при органах державної влади в Україні почали створюватися зразу ж після здобуття нашою країною незалежності на початку 1990-х рр. Через процеси демократизації суспільства, появу незалежних медіа та інститутів громадянського суспільства склалася така ситуація, коли діяльність держави стала неможливою без підтримки, схвалення та участі її громадян. Для цього в органах державної влади були створені спеціалізовані структури – прес-служби, котрі взяли на себе відповідальність за налагодження ефективної комунікації між владою та суспільством. Структура таких служб часто вибудовувалася з огляду на досвід створення аналогічних служб у розвинутих країнах. Основним завданням прес-служб було і залишається забезпечення якісної

На даний час в Україні саме прес-служби є найбільш розповсюдженими організаційними структурами, через які влада здійснює комунікацію з різними верствами суспільства. В якості посередника у цьому процесі виступають засоби масової інформації. Завдання прес-служби полягає в тому, щоб встановити довірчі відносини з журналістами, що можливо тільки при наданні об'єктивної інформації, а також використовувати ці довірчі відносини для просування будь-якої інформації.

Особою, яка часто не тільки очолює прес-службу органу державної влади, але й безпосередньо відповідає за розповсюдження інформації, є прес-секретар. Прес-секретар фактично є “обличчям” прес-служби та є офіційною особою, уповноваженою керівником органу державної влади виступати з інформаційними повідомленнями від його імені. Перелік функцій та повноваження прес-секретаря визначаються затвердженими керівником органу державної влади відповідними документами, однак загалом таких основних функцій є три.

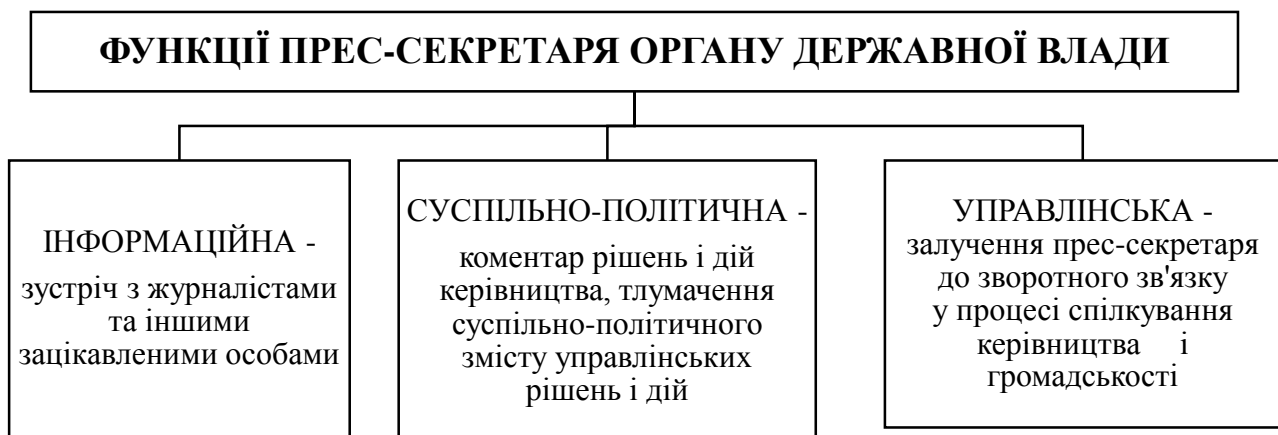


Рис. 1. Основні функції прес-секретаря органу державної влади

взаємодії органів державної влади з громадськістю за допомогою засобів масової інформації. Прес-служби перших осіб держави (Президента України, Прем'єр-Міністра України, Голови Верховної Ради України) формуються з врахуванням специфіки їхньої роботи, а діяльність регламентується та затверджується відповідними розпорядженнями та указами. Цілком очевидно, що вимоги до прес-служб у керівників органів влади і журналістів були і залишаються різними. Влада зацікавлена у поширенні через прес-службу інформації, яка необхідна суспільству і буде позитивно впливати на імідж та сприйняття самої влади. Прес-служба використовується як один із важливих інструментів втілення у життя обраного владою країни політичного курсу. Журналісти у першу чергу шукають інформацію, яка зацікавить конкретні цільові аудиторії, і далеко не завжди в якості джерел використовують інформацію, котра офіційно розповсюджується прес-службами.

Процес комунікації лежить в основі реалізації будь-якої з функцій прес-секретаря. Для того, щоб інформація була своєчасно доведена до будь-якої цільової аудиторії, прес-служба повинна використовувати комунікаційні канали, котрі забезпечують найкраще охоплення цієї аудиторії. Ними є інформаційні агенції, масові і спеціалізовані медіа, як друковані, так і електронні.

Американський експерт у сфері вивчення основ президентської влади С. Хесс стверджує, що прес-служби можна розглядати не тільки як подачку уряду або показник його ефективності, а як даність, породжену самою природою вільного суспільства і відношенням держави до громадянина. За результатами його досліджень, у США 50% часу офіційного представника прес-служби займають відповіді на питання журналістів, 25% часу спрямовується на справи відомства і на те, щоб бути в курсі останніх подій, і ще 25% – на підготовку матеріалів і заходів прес-служби [1].

Необхідно звернути увагу на той факт, що в сучасних політичних реаліях України влада є зацікавленою у регулярному, оперативному і достовірному інформуванні про її діяльність, оскільки це сприяє підвищенню ефективності державної політики. Діяльність прес-служб державних органів влади не тільки підвищує ефективність державного апарату, але й посилює характер взаємодії органів управління з широкими верствами населення.

До завдань прес-служб органів державної влади також входить встановлення тісних контактів із найбільш впливовими в країні засобами масової інформації. У недемократичних країнах прес-служба, котра володіє повноваженнями прийняття рішення про акредитацію, може використовувати їх в інтересах влади і не допустити до акредитації журналістів опозиційних до влади видань. Володіючи значними повноваженнями, прес-служби стають не тільки офіційними рупорами влади, але й перетворюються у реальних гравців на інформаційному полі, формуючи через медіа необхідну владі громадську думку.

Україна є демократичною державою, тому основні принципи інформаційної політики державних органів влади ґрунтуються на правах і свободах людини, громадянина, закріплених в Конституції України. До них насамперед належать: своєчасність, достовірність та повнота інформації; доступність інформації для широкого кола зацікавлених суб'єктів; оперативність передачі інформації з використанням новітніх інформаційних технологій. Це означає, що суспільство, засоби масової інформації, державні і громадські організації мають право на отримання повної інформації про діяльність органів державної влади та прийняті ними рішення.

З моменту появи перших прес-служб в українських органах державного управління взаємини між владою та прес-службами перейшли на якісно новий рівень. Роль та впливовість посади прес-секретаря та працівників апарату прес-служби у державних структурах в останні роки суттєво зросла. Відносини між прес-службами та чиновниками стали більш чіткими та регламентованими. Для органів державної влади переваги створення професійних прес-служб полягали у можливостях підвищення іміджу влади та налагодження конструктивного діалогу з представниками медіасередовища. Прес-служби органів держуправління перебрали на себе багато функцій, одна з найважливіших серед яких - відображення спрямованості інформаційної політики, визначеної державою, і контроль за її реалізацією в друкованих та електронних засобах масової інформації. Зміни, котрі відбулися у сферах діяльності прес-служб органів державного управління, мали значний вплив і на їхнє сприйняття з боку представників медіа. Нині журналісти розглядають прес-службу в якості офіційного представника держави, а також як посередника у взаєминах між різними гілками влади. Усі засоби масової інформації, незалежно від їхньої редакційної політики та спрямованості, зацікавлені у співпраці з прес-службами, адже вони є єдиним офіційним джерелом

інформації про діяльність державних структур різного рівня [2].

Як і в інших країнах, в Україні прес-служби є суб'єктами, котрі здійснюють інформаційну політику. З цього факту випливають і основні завдання прес-служб: забезпечення взаємодії центральних органів влади з місцевими органами влади, налагодження контактів з політичними партіями, громадськими, релігійними та іншими недержавними організаціями, засобами масової інформації з метою формування в суспільстві об'єктивного уявлення про діяльність різних державних органів управління. Не менш важливими завданнями прес-служб є і взаємодія з громадськими організаціями та будь-якими іншими контактними аудиторіями з використанням інтернет-ресурсів, організація зворотного зв'язку з використанням електронної пошти, а також організація прес-конференцій, брифінгів, прес-турів, "круглих столів" та інших заходів.

Новітні технології передачі інформації відкривають перед працівниками прес-служб нові можливості співпраці з іншими суб'єктами інформаційного ринку. Розвиток інформаційних технологій перетворюється у ресурс, який здатний забезпечити новий рівень взаємодії влади і суспільства. Для цього необхідна ефективна державна інформаційна політика, котра певною мірою реалізується через роль прес-служб як інформаційного посередника між державою та суспільством.

У сучасних реаліях України інформаційна політика держави повинна бути спрямована на забезпечення діалогу влади і суспільства, на інформування громадян про діяльність представників влади різного рівня, на встановлення постійних контактів із громадськими організаціями та засобами масової інформації, вивчення громадської думки, підвищення авторитету влади, встановлення зворотного зв'язку та формування масової громадської думки за умов широкого використання інтернет-ресурсів.

На основі проведених нами досліджень можна стверджувати, що прес-служби органів державної влади відіграють провідну роль в оптимізації інформації, що генерується у секторі державного управління та отримується згодом широкими верствами суспільства. З іншого боку, прес-служби виступають чинником оптимізації відносин між державою і засобами масової інформації. Ми встановили, що діяльність прес-служби є важливою, як на стадії співробітництва, так і в умовах протистояння влади і суспільства. У останньому випадку в завдання прес-служби входить відстоювання інтересів влади через використання різних важелів впливу, що у демократичному суспільстві може відбуватися тільки в межах чинного правового поля та цілком виключає можливість порушення прав людини. Цілком очевидно, що від того, наскільки професійно буде організована робота прес-служб різних органів державного управління, залежатиме ефективність їх співробітництва між собою та надання інформації громадськості [1].

Формування громадської думки у багатьох випадках відбувається через політичні процеси,

котрі можуть мати різну спрямованість та наслідки для влади і суспільства. Громадська думка виступає чинником розвитку цих процесів, адже ефективність державного управління багато в чому залежить від ступеня врахування думки громадян. Своєчасне врахування представниками влади потреб та інтересів різних соціальних груп певною мірою мінімізує політичну та соціальну напругу в суспільстві. У нашій країні зараз активно формується громадянське суспільство, котре передбачає активне включення лідерів думок в політичний процес та посилення впливу широких верств населення на інститути державної влади. Прес-служби повинні активно вивчати громадську думку та доносити її до лідерів держави, оскільки ця думка у сучасних умовах починає виступати одним із важливих елементів соціального контролю за діяльністю різних гілок влади.

Ще зовсім недавно засоби масової комунікації не мали вагомого впливу на виборчий процес, не приймали юридично значущих і обов'язкових рішень. Вони відігравали роль рупорів тих чи інших політичних сил, відображаючи думки та політичні програми лідерів цих сил. Однак часи змінилися, і сьогодні медіа беруть активну участь у проведенні виборів кандидатів у президенти чи депутати, виступають організаторами всенародних референдумів та інших політично значущих заходів. Можна зробити висновок, що засоби масової комунікації в Україні перетворились у дієвий політичний інститут, що активно взаємодіє з усіма елементами політичної системи та багато в чому визначає характер її функціонування.

В основі взаємодії органів державної влади, представників медіасередовища та широких громадських кіл лежить принцип колективної відповідальності, який вимагає взаємної поваги, партнерства та співробітництва між усіма учасниками політичного процесу. Прес-служби органів державної влади, котрі є одним із засобів масової

комунікації, забезпечують ефективний зв'язок між лідерами держави і населенням, сприяють зростанню довіри між ними. У контексті досліджуваних нами процесів можна припустити, що роль прес-служб органів державної влади у найближчій перспективі в Україні буде посилюватись.

Прес-служби органів державної влади України вирішують велику кількість завдань, однак пріоритетними з них є три (рис. 2).

Своєчасна і достовірна інформація про результати роботи органів державної влади є однією з умов їх ефективної роботи. Для забезпечення цього добре налагоджений інформаційний обмін між керівником та прес-секретарем має винятково важливе значення. Формування стратегії по відношенню до преси, інформаційні консультації, підготовка текстів, документів та інформаційних бюлетенів до опублікування є важливими функціями прес-служби. Робота прес-служб є дуальною за своєю природою. З одного боку, прес-служби інформують суспільство через засоби масової інформації, а з іншого боку, - повідомляють керівництву про громадську думку з будь-якого питання, про реакцію суспільства на вже прийняті рішення та складають аналітичні огляди. У системі управління органом державної влади сучасна прес-служба функціонує як інформаційно-аналітичний центр, котрий бере активну участь у формуванні планів, забезпечує узгодженість дій та досягнення поставлених цілей.

Своєчасне подання інформації є однією з ключових складових роботи успішної прес-служби. Інтерес до політичних подій здебільшого є короткочасним, і увага громадськості досить швидко переключається на більш актуальні та останні в часі події. У таких умовах органи державної влади часто формують виїзні прес-центри і відкривають їх у місцях, де відбуваються найактуальніші події та заходи.

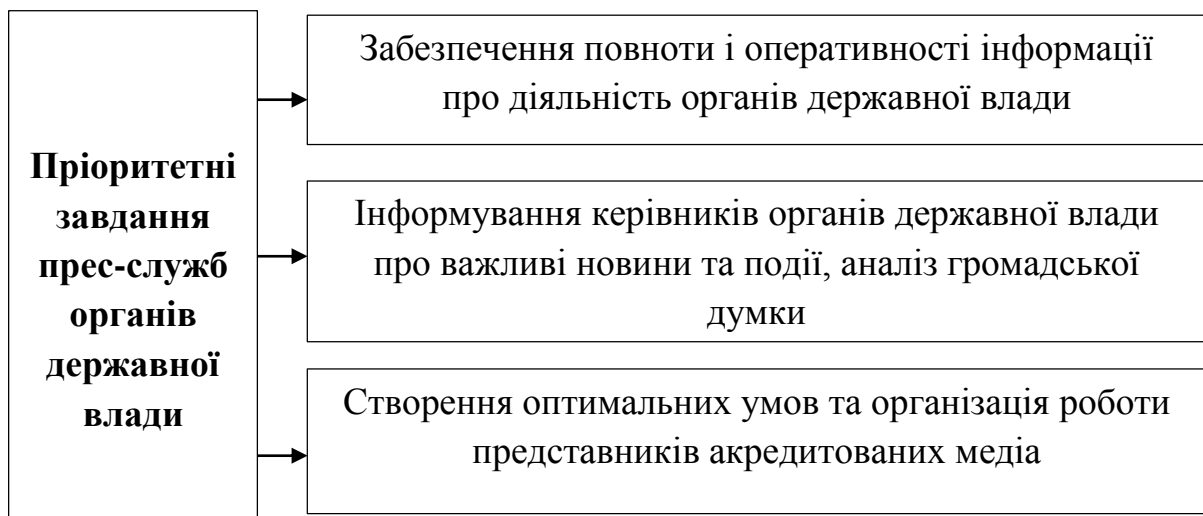


Рис. 2. Пріоритетні напрями діяльності прес-служб органів державної влади України

В умовах зовнішньої воєнної агресії та окупації окремих територій для прес-служб органів влади нашої країни актуалізувалася проблема розширення впливу на громадську думку за кордоном через глобальну мережу Інтернет, яка вже давно стала одним з важливих чинників політичної діяльності. Тому не дивно, що органами державної влади України нині надається велике значення контенту, що розміщується на державних інтернет-порталах та сайтах. За розробку та інформаційне наповнення таких ресурсів часто відповідають саме працівники прес-служб.

Необхідно звернути увагу на той факт, що однією з найбільш важливих функцій прес-служби є інформаційно-аналітична функція. Величезні обсяги інформації, котрі генеруються та накопичуються сьогодні у сфері державного управління, викликали потребу в класифікації, групуванні та аналізі цієї інформації. Інформаційно-аналітична функція, котра реалізується у ході практичної діяльності прес-служб, окрім накопичення інформації, передбачає ще і ретельне дослідження зовнішньо- і внутрішньополітичних подій, аналіз результатів здійснення державної політики, детальну оцінку громадської думки, настроїв, реакцій громадськості, підготовку аналітичних даних для прийняття найбільш зважених рішень у сфері державного управління.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Динамічні і часто радикальні зміни, котрі відбуваються в українському суспільстві, вимагають від працівників прес-служб органів державної влади високого професіоналізму, щоденного збору та аналізу великих обсягів інформації та постійної співпраці з представниками медіа. У результаті проведеного дослідження встановлено, що у сучасних соціально-політичних реаліях українська влада повинна вибудовувати ефективні інформаційні канали для доведення до суспільства своїх рішень та встановлення зворотного зв'язку, який дозволить почути вимоги різних соціальних груп та у підсумку аналізувати і коригувати державну інформаційну політику. Виявлено, що прес-служби органів державної влади є основною ланкою, котра забезпечує інформаційну взаємодію державної влади, засобів масової інформації та суспільства. Подальші дослідження необхідно проводити у напрямі вивчення впливу прес-служб на розробку державної інформаційної політики у сфері забезпечення сталого економічного зростання України.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Хесс С. Связь между правительством и прессой, представители пресс-служб и их функции / Хесс С. – М. : Мысль, 1998. - 269 с.
2. Голота Н. П. Особливості роботи прес-служби у державних органах: історія та сучасність / Голота Н. П. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. - 2018. – Вип. 49 Т. 2. – С. 29-31. – (Серія “Право”).
3. Павлюк К. С. Зворотний зв'язок органів державної влади з громадськістю як чинник створення ефективного іміджу державної служби в системі забезпечення національної безпеки / Павлюк К. С. // Вісник НАДУ при Президентові України. – 2018. - № 1. - С. 32-37. - (Серія “Державне управління”).
4. Закон України “Про інформацію” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
5. Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-%D0%BF>.
6. Tan M. Why Press Releases Are More Important than Ever [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.legalzoom.com/articles/why-press-releases-are-more-important-than-ever>.

## REFERENCES

1. Khess S. (1998), Sviaz' mezhdru pravytel'stvom y pressoj, predstavytely press-sluzhby y ykh funktsyy, Mysl', M., 269 c.
2. Holota, N. P. (2018), Osoblyvosti roboty pres-sluzhby u derzhavnykh orhanakh: istoriia ta suchasnist', Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Vyp. 49 T. 2. – S. 29-31. – (Seriiia “Pravo”).
3. Pavliuk, K. S. (2018), Zvrotnyj zv'iazok orhaniv derzhavnoi vlady z hromads'kistiu iak chynnyk stvorennia efektyvnoho imidzhu derzhavnoi sluzhby v systemi zabezpechennia natsional'noi bezpeky, Visnyk NADU pry Prezydentovi Ukrainy, № 1, s. 32-37. - (Seriiia “Derzhavne upravlinnia”).
4. Zakon Ukrainy “Pro informatsiiu”, available at : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
5. Poriadok opryliudnennia u merezhi Internet informatsii pro diial'nist' orhaniv vykonavchoi vlady, available at : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3-2002-%D0%BF>.
6. Tan M. Why Press Releases Are More Important than Ever, available at : <https://www.legalzoom.com/articles/why-press-releases-are-more-important-than-ever>.

# ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

УДК 330.342

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

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

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

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

## СОЦІАЛІЗАЦІЙНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: АНАЛІЗ З ПОЗИЦІЙ НЕГАТИВНОГО СОЦІАЛІЗАЦІЙНОГО ЕФЕКТУ

***Анотація.** Досліджено вплив соціалізації на економічний розвиток, виділено три соціалізаційні ефекти, а також відповідні типи соціалізаційної економічної ефективності: позитивну, нейтральну і негативну соціалізаційну економічну ефективність. Обґрунтовано, що в різних економічних системах величина соціалізаційного ефекту може бути різною, відповідно, досліджено три види негативної соціалізаційної економічної ефективності економічних систем: квазінегативну, власне негативну та гіпернегативну соціалізаційну ефективність. Економічна система негативно реагує на посилення розвитку соціалізаційних процесів у короткотривалому ринковому періоді. Ступінь цієї негативної реакції економічних систем на інтенсивність розвитку соціалізаційних процесів залежить від типу економічних систем: інтелектуалізовані системи сильніше реагують, аніж традиційні системи. Зроблено висновок, що соціалізація за відповідних умов – це один із найважливіших шляхів підвищення рівня ефективності функціонування економічних систем.*

**Ключові слова:** соціалізація, соціальні результати, соціалізаційна економічна ефективність, негативна ефективність, гіпернегативна соціалізаційна ефективність.

*Bashnyanyn G. I.,  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Theoretical and Applied Economics,  
Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Palasevych M. B.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management,  
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Drohobytch*

*Lapchuk Y. S.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management,  
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Drohobytch*

*Gorodyskyu T. I.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management,  
Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Drohobytch*

## SOCIALIZATION EFFICIENCY OF ECONOMIC SYSTEMS: ANALYSIS FROM THE POSITIONS OF NEGATIVE SOCIALIZATIONAL EFFECT

**Abstract.** *The influence of socialization on economic development is investigated, three socialization effects are highlighted, as well as the corresponding types of socialization economic efficiency: positive, neutral and negative socialization economic efficiency. It is substantiated that in different economic systems the dimension of the socialization effect may be different, respectively, three types of negative socialization economic efficiency of economic systems are investigated: quasi-negative, actually-negative and hyper-negative socialization efficiency. The economic system reacts negatively to the strengthening of socialization processes development in the short-term market period. The degree of this negative reaction of economic systems to the intensity of the development of socialization processes depends on the type of economic systems: intelligent systems are more responsive than traditional systems. It is concluded that socialization under the appropriate conditions is one of the most important ways to improve the efficiency of the economic systems functioning.*

**Key words:** socialization, social results, socialization economic efficiency, negative efficiency, hyper-negative socialization efficiency.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-13>

**Постановка проблеми.** Соціалізація є особливим соціально-економічним процесом і однією з основних особливостей сучасного постіндустріального чи квазіпостіндустріального економічного розвитку людського суспільства. Розвиток та поглиблення процесів соціалізації економічних систем створює відповідні умови не лише для найповнішого задоволення соціально-матеріальних потреб членів колективів, а й для подальшого власне економічного розвитку, визначає перспективи сталого розвитку людства. Соціалізація за відповідних умов – це один із найважливіших шляхів підвищення рівня ефективності функціонування економічних систем.

Як наслідок зазначеного вище, на сучасному етапі зростає актуальність дослідження соціалізаційної ефективності економічних систем: аналіз з позицій негативного соціалізаційного ефекту.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемам соціалізаційної ефективності економічних систем приділено значну увагу в працях таких науковців, як: Башнянин Г. І., Геєць В. Ф., Горячук М., Долішній М. І., Загорський В. С., Копич І. М., Кульчицький Я. В., Рехлецький Є., Третяк Г. С., Турянський Ю. І., Хом'як М. С. та ін.

Однак в економічній літературі соціалізація аналізувалася здебільшого з позицій її впливу на людину як основний соціальний результат будь-якої господарської діяльності, на господарський механізм в напрямі сприяння формуванню соціально орієнтованої економіки. У науковій літературі практично відсутні дослідження, що стосуються вивчення на загальнотеоретичному чи загально-методологічному рівні такого параметра функціонування та розвитку економічних систем перехідного і розвиненого типу, як соціалізаційна ефективність, впливу процесів соціалізації на зміну рівня результуючого параметра будь-якої господарської діяльності, як економічна ефективність. Усе це свідчить про актуальність теми, а відтак зумовило вибір напрямку дослідження в науковому і практичному аспектах.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає у дослідженні негативної соціалізаційної ефективності функціонування економічних систем та аналізі її видів.

**Вклад основного матеріалу дослідження.** Формування та зміна рівня економічної ефективності функціонування господарських систем відбувається під впливом системи факторів, серед яких – фактори екологічного, технологічного, власне економічного, соціального, соціально-духовного, політичного та іншого порядку. Внаслідок сукупної дії цих факторів формується той чи інший рівень економічної ефективності функціонування певних систем. Функціональну залежність між вказаними вище факторами і рівнем та динамікою економічної ефективності функціонування певних систем зображають всезагальною формулою (чи функцією) економічної ефективності. Ця формула може бути “розкладена” на часткові формули, серед яких важливе місце посідає соціалізаційна ефективність. Вона відображає вплив процесів соціалізації на економічну ефективність функціонування певних господарських систем.

Соціалізацію ми розглядаємо передусім як своєрідну соціальну силу – лише опосередковано та лише через останню вона певною мірою стає продуктивною (тобто економічною) силою. Соціальна політика, яка формується без врахування типу чи виду соціалізації, лише випадково може призвести до позитивних економічних результатів.

Характер залежності між зміною рівнів економічної ефективності функціонування певних господарських систем та інтенсивністю розвитку соціалізаційних процесів може бути різним: позитивним, нейтральним і негативним. Відповідно до цього ми виділяємо три типи соціалізаційної ефективності: позитивну, нейтральну і негативну (а також і три типи соціалізаційних ефектів). Соціалізаційний ефект будь-якого типу чи виду в нашому

трактуванні – це та частина загального економічного ефекту, яка є наслідком розвитку соціалізаційних процесів. Соціалізаційний ефект формується на будь-якому проміжку часу чи в будь-якому “коридорі” часу функціонування тієї чи іншої економічної системи. Він притаманний будь-якій системі з тієї простої причини, що процес творення матеріальних чи духовних благ завжди пов’язаний із основним суб’єктом будь-якої економічної діяльності – людиною.

Тип соціалізації детермінується, по-перше, типом економічних систем (доіндустріальні, індустріальні і постіндустріальні), а по-друге, ринковим періодом (короткотривалий, довготривалий і гіпердовготривалий).

Позитивна соціалізаційна ефективність формується тоді, коли посилення рівня інтенсивності соціалізації економічних систем супроводжується підвищенням рівня економічної ефективності їх функціонування. Коефіцієнт позитивної соціалізаційної еластичності економічної ефективності функціонування певних економічних систем є додатній:  $K_{e-s} = dE^e : dS \geq 0$ .

Соціалізаційна еластичність економічної ефективності функціонування економічних систем (рівень соціалізаційної ефективності) вказує на те, як змінюється значення економічної ефективності функціонування економічних систем при зміні інтенсивності розвитку соціалізаційних процесів. Інакше, соціалізаційна ефективність функціонування економічних систем відображає ступінь чутливості економічної ефективності, а через неї і економічних систем загалом до зміни такого параметра її формування та зміни, як соціалізація.

Нейтральна соціалізаційна ефективність полягає в тому, що за її умов посилення інтенсивності розвитку соціалізаційних процесів не супроводжується підвищенням рівня економічної ефективності функціонування економічних систем, тобто відповідний коефіцієнт соціалізаційної еластичності економічної ефективності дорівнює нулю (або майже нулю):  $K_{e-s} = dE^e : dS = 0$ .

За умови, що певна економічна система негативно реагує на зміну рівня розвитку чи інтенсивності соціалізаційних процесів, формується негативна соціалізаційна ефективність і відповідний соціалізаційний ефект. Відповідно, будь-яке значне чи незначне посилення розвитку соціалізаційних процесів супроводжується зниженням рівня економічної ефективності функціонування відповідних господарських систем. Ця негативна реакція знаходить своє кількісне відображення у негативній соціалізаційній еластичності цієї системи, тобто відповідний коефіцієнт менший за нуль:  $K_{e-s} = dE^e : dS < 0$ .

Негативна соціалізаційна ефективність виступає негативною тоді, коли період функціонування певної економічної системи короткотривалий. Під короткотривалим ринковим періодом ми розуміємо проміжок часу, надто короткий, щоб міг проявитися

позитивний або хоча би нейтральний соціалізаційний ефект. Існує точка зору як економістів-практиків, так і вчених-економістів, що соціалізація володіє лише негативним ефектом, тобто сприяє тією чи іншою мірою підвищенню ступеня задоволення соціально-матеріальних потреб членів певного колективу, однак негативно впливає на економічну діяльність. Визнання за соціалізацією лише негативного впливу на економічну діяльність обумовлено абсолютизацією функціонального економічного аналізу, який за межі короткотривалого ринкового періоду не виходить. Звичайно, висновок, що соціалізація в економічному плані є негативним явищем, має право на існування в межах короткотривалого ринкового періоду. Однак, якщо її оцінювати з позиції віддалених чи особливо гіпервіддалених економічних ефектів (соціалізаційних ефектів, якщо економічну ефективність розглядати лише з боку такого фактора її формування і зміни, як інтенсивність розвитку соціалізаційних процесів), то доведеться визнати, що вона володіє і позитивним впливом на економічну діяльність.

Соціалізація може мати негативний характер не лише в короткотривалому ринковому періоді, а й у довготривалому, навіть у гіпердовготривалому, але лише в тому випадку, коли йдеться про слабо інтелектуалізовані економічні системи. Ці системи слабо чутливі до зміни рівня соціалізації, а тому розширення практики цієї соціалізації в економічному плані – малопродуктивний процес. Оскільки сучасна вітчизняна економіка України сьогодні ще слабоінтелектуалізована, є підстави вважати, що негативна соціалізаційна ефективність проявляється в ній не лише у короткотривалому ринковому періоді, а й за його межами.

Залежно від ступеня впливу негативної соціалізації на економічну ефективність функціонування господарських систем можна виділити три її види: квазінегативна, негативна, гіпернегативна соціалізаційна ефективність (рис. 1).

Коли значне посилення інтенсивності соціалізації супроводжується незначним зниженням рівня економічної ефективності, спостерігається незначно негативна або квазінегативна соціалізаційна ефективність. Така ситуація можлива, коли період функціонування певної економічної системи не просто короткий, а дуже короткий, або, інакше, гіперкороткий.

У цьому періоді крива квазінегативної соціалізаційної ефективності є спадною (рис. 2), а різниця між актуальним (на даний момент часу) соціалізаційним ефектом і вміненіми втратами (недоотриманим продуктом) від соціалізації – негативна (вмінені втрати від соціалізації більші від соціалізаційного ефекту). За умов квазінегативної соціалізації вмінені втрати від соціалізації ще незначно перевищують соціалізаційний ефект.



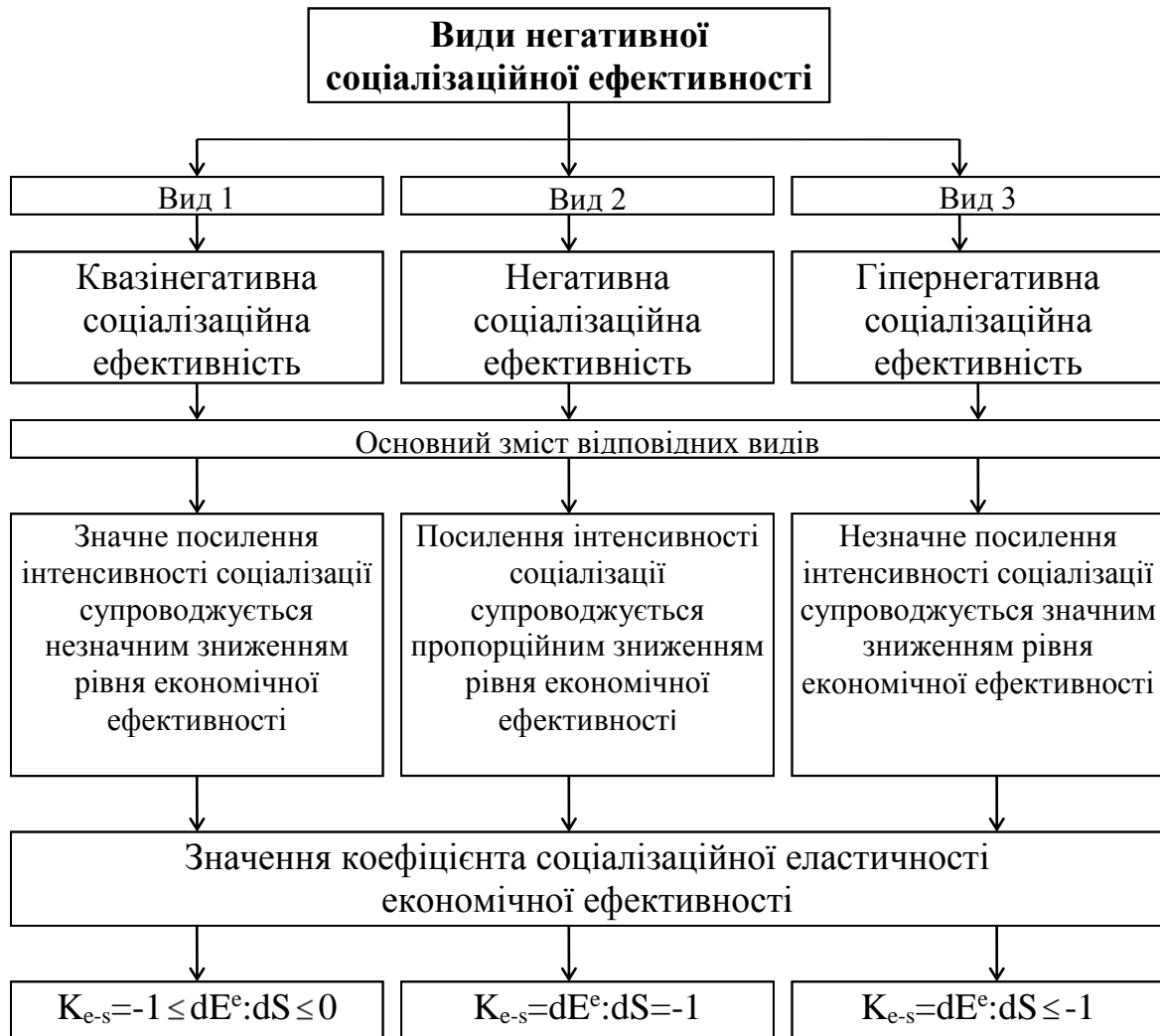


Рис. 1. Види негативної соціалізаційної ефективності економічних систем (складено за [1, 3, 8])

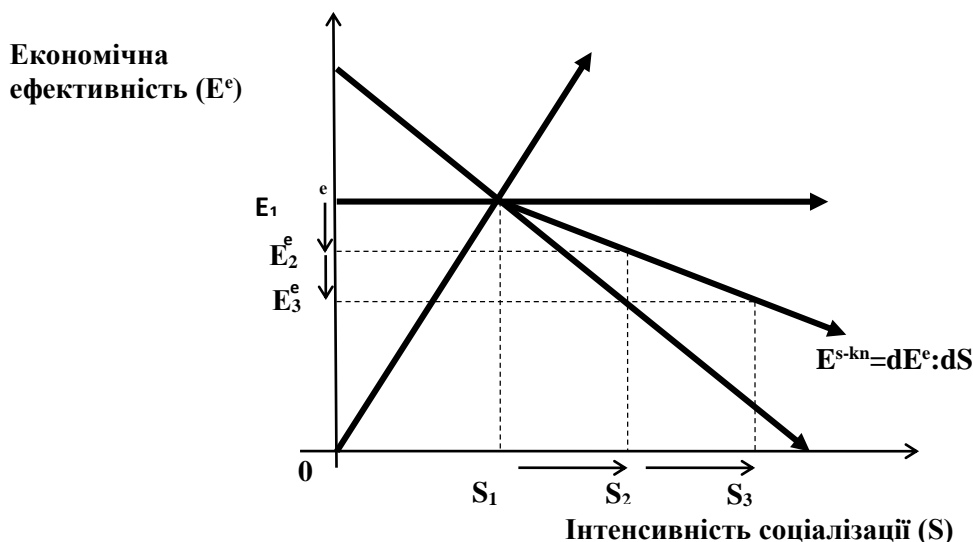


Рис. 2. Канонічний графік квазінегативної соціалізаційної ефективності (гіперфункціональний аспект) (складено за [1, 3, 8])

Проте соціалізація призводить до формування квазінегативної соціалізаційної ефективності (квазінегативного соціалізаційного ефекту) не лише за умов гіперкороткого ринкового періоду, а й тоді, коли економічна система за характером – гіпертрадиційна.

З позицій характеру співвідношення традиційної (переважно фізичної) та інтелектуальної (переважно розумової) праці, всі економічні системи ми поділяємо на три типи. По-перше, це гіпертрадиційні економічні системи, в яких явно домінує фізична, тобто традиційна праця. Такі системи слабо реагують на зміну рівня соціалізації. Гіпертрадиційні системи є гіпоінтелектуалізованими (слабоінтелектуалізованими) системами. Аналогічно квазітрадиційні і гіпотрадиційні системи виступають, відповідно, як інтелектуалізовані і гіперінтелектуалізовані. По-друге, це власне традиційні (або квазітрадиційні) системи. В цих системах частка традиційної праці ще значна, але не дуже переважає над інтелектуальною працею. Квазітрадиційні системи чутливіші до зміни рівня соціалізації. По-третє, це гіпотрадиційні системи, які особливо чутливі до зміни рівня соціалізації економічного розвитку.

Гіпертрадиційні системи займають значну частку в перехідній економіці України, а це означає, що значна частина вітчизняних економічних систем у гіперкороткому ринковому періоді може бути кваліфікована як така, що негативно і слабо реагує на зміну рівня соціалізації.

У деяких економічних системах може формуватися або власне негативна, або квазінегативна

соціалізаційна ефективність, крива якої низхідна до осі S і лежить приблизно під кутом  $45^{\circ}$  (рис. 3).

Соціалізація економічної системи супроводжується формуванням квазінегативного актуального соціалізаційного ефекту за двох основних умов: по-перше, коли період її функціонування – квазікороткий, а по-друге, за відповідного характеру економічних систем. Ми вважаємо, що квазітрадиційні (або квазіінтелектуальні) системи помірно і негативно реагують на зміну інтенсивності розвитку соціалізаційних процесів. Такі квазітрадиційні системи є панівними в перехідних економіках, а тому саме в них і формується вказаний вище актуальний соціалізаційний ефект, а втрати від соціалізації значно (помірно, точніше) перевищують вигоду від неї (точніше, актуальні вигоди ще повністю відсутні, спостерігаються лише ретроспективні соціальні втрати).

У гіпокороткому ринковому періоді і в гіпотрадиційних (або гіпоінтелектуалізованих) економічних системах формується гіпернегативний актуальний соціалізаційний ефект. За цих умов незначне посилення інтенсивності розвитку соціалізації супроводжується значним зниженням рівня економічної ефективності функціонування вказаних вище систем, а коефіцієнт відповідної соціалізаційної еластичності економічної ефективності менший від (-1). Крива такої гіпернегативної соціалізаційної ефективності дуже низхідна і лежить під кутом, меншим за  $-45^{\circ}$  (рис. 4).

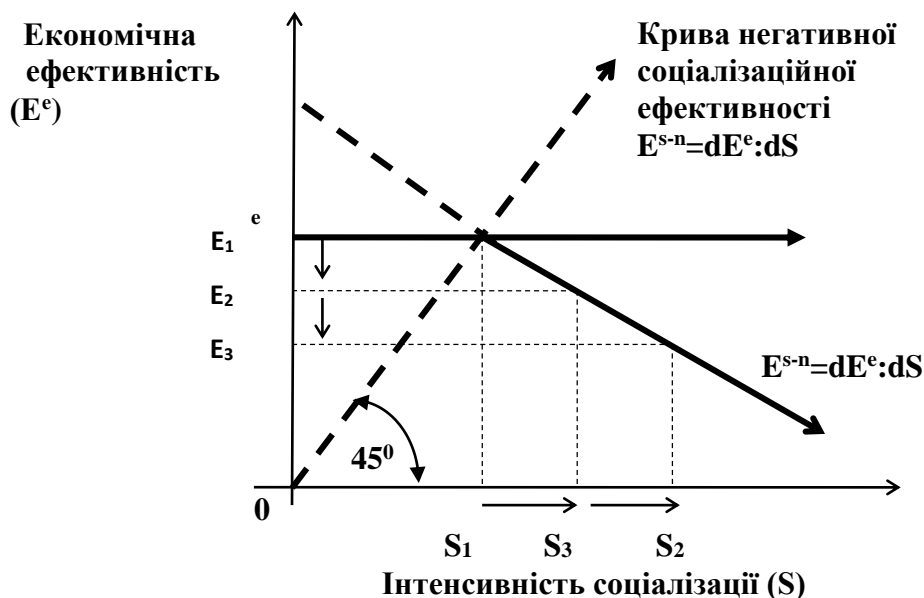


Рис. 3. Канонічний графік негативної соціалізаційної ефективності (гіперфункціональний аспект) (складено за [3, 6, 8])

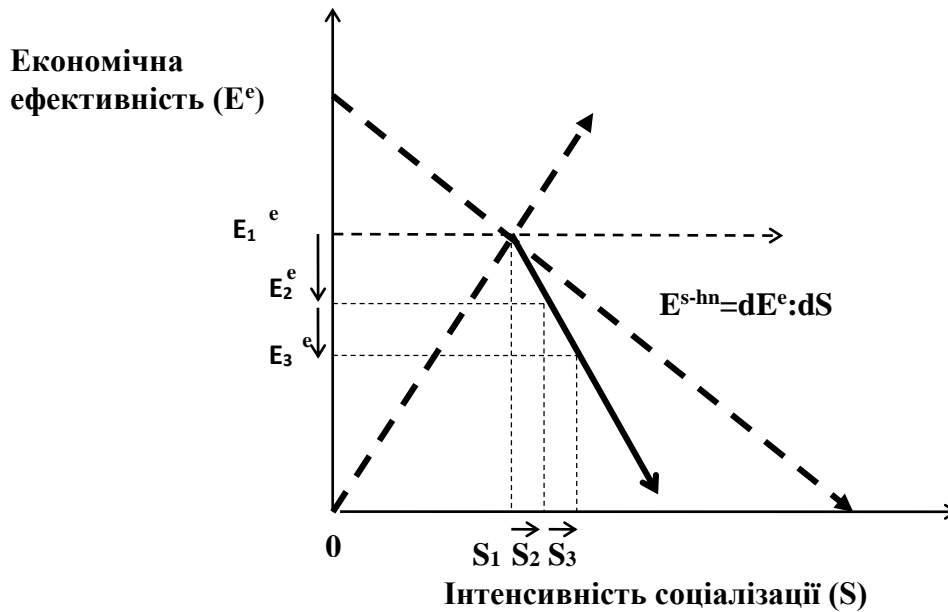


Рис. 4. Канонічний графік гіпернегативної соціалізаційної ефективності (гіперфункціональний аспект) (складено за [2, 4, 9 ])

В економічних системах, в яких формується гіпернегативний актуальний соціалізаційний ефект, вмінені втрати від соціалізації **значно** перевищують ретроспективний соціалізаційний ефект, а актуальний соціалізаційний ефект, як зазначалося вище, продовжує дорівнювати **0**.

Оскільки гіпотрадиційні (або гіперінтелектуалізовані) системи в перехідній економіці (в тому числі й України) займають незначну частку, то можна стверджувати, що явище гіпернегативної реакції більшості систем на розвиток соціалізаційних процесів не властиве вітчизняній економіці. Гіпернегативно тією чи іншою мірою можуть реагувати на зміну інтенсивності розвитку соціалізаційних процесів лише найрозвиненіші економіки країн Заходу, бо вони достатньо інтелектуалізовані, принаймні, значніше інтелектуалізовані, ніж національна економіка України.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Вивчення впливу процесів соціалізації на власне економічні результати економічної (зокрема виробничої) діяльності, тобто на зміну рівня такого результуючого параметра будь-якої господарської діяльності, як економічна ефективність, дає можливість пояснити функціональну залежність між рівнем економічної ефективності функціонування господарських систем і рівнем та інтенсивністю розвитку соціалізаційних процесів. Характер цієї залежності може бути позитивним, нейтральним і негативним. Відповідно до цього виділяють три типи (види) соціалізаційної ефективності: позитивну, нейтральну і негативну (а також три типи соціалізаційних ефектів). Економічна система негативно реагує на посилення розвитку соціалізаційних процесів у короткотривалому ринковому періоді. Ступінь цієї негативної реакції економічних систем на інтенсивність розвитку соціалізаційних процесів залежить від

типу економічних систем: інтелектуалізовані системи сильніше реагують, ніж традиційні системи.

Дослідження та розробка такого важливого параметра функціонування економічних систем, як соціалізаційна ефективність, створює теоретико-методологічні умови для подальшого дослідження таких конкретних і складних проблем, як визначення ефективності соціалізації макроекономічних і мікроекономічних систем розвинутого і перехідного типу.

#### 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, С. Рехлецький // Щорічник наук. праць. – Львів : ІРД НАН України, 1997. – Вип. 2. – 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. – Львів : НЛТУ України, 2010. – Вип. 20.11. – 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. – Львів : НЛТУ України, 2013. – Вип. 23.7. – 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. – Дніпропетровськ : Дніпропетровський ДНУ, 2010. – Вип. 262. Т. IX. – 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. – Львів : НЛТУУ, 2012. – Вип. 22.1. – С. 148-154.

6. Долішній М. І. Становлення і розвиток систем економічного оцінювання в перехідних економіках: проблеми природи, типологізації і кліометричного 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. Системний аналіз процесу капіталізації економіки країни та визначення його як системи / В. 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. I. (2013), Chasova efektyvnisty liberalizatsiy ekonomikhnyh system, Naykovyy visnyk Natsionalnogo lisotekhnichnogo universytetu Ukrainy : zbirnyk naukovykh prats, № 23.10, s. 132-139.

2. Bashnyanin, G. I. (2010), Dereguliytsiyna elastychnisty ekonomikhnyh system: poniattia, zagalyna formula, typu i vydy, Naykovyy visnyk Natsionalnogo lisotekhnichnogo universytetu Ukrainy : zbirnyk naukovo-tekhniknykh prats, № 20.11, s. 81-90.

3. Bashnyanin, G. I. (2013), Do pytannia negatyvnoi efektyvnosti rynkovoi samoreguiatsii ekonomichnyh system, Naykovyy visnyk Natsionalnogo lisotekhnichnogo universytetu Ukrainy : zbirnyk naukovo-tekhniknykh prats, № 23.7, s. 120-124.

4. Bashnyanin, G. I. (1997), Rynkovi ekonomichni systemy: problemy strukturyzatsiu, typologozatsiu i stanovennya v perehidnyh ekonomichah, Sotsialno-ekonomichni doslidzhenya v perehidnyy period: Shorichnyk naykovykh prats, №2, s. 258-263.

5. Dolishniu, M. I. (1998), Stanovnyia i rozvytok system ekonomichnogo otsinyvanya v perehidnyh ekonomichah: problem pryrody, typologizatsiy i kiometrykhnogo analyzy, Ekonometrychni metody i modeli v ekonomitsi: teoriya i praktyka, №2, s. 8-20.

6. Bashnyanin, G. I. (2012), Kapitalizatsia ekonomikhnyh system: ponyattya, typu, efektyvnitty, Naykovyy visnyk NLTU Ukrainy : zbirnyk naukovykh prats, №22.1, s. 148-154.

7. Bashnyanin, G. I. (2011), Ekonomikhni systemy, Vydavnytstvo LKA, 496 s.

8. Goyrchuk, V. F. (2010), Systemnyy analiz protsesy kapitalizatsiy ekonomiky krainy ta vyznachennia iygo iyk systemy, Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia, №1(28), s. 270-278.

9. Kylchyt'skyi, A. V. (2007), Porivniannia ekonomichnyh system (problem metodologiy), Vyd. tsentr imeni I. Franka, 318 s.

10. Perekhidna ekonomika : pidruchnyk, za red. V. M. Heietsia (2003), Vyscha shkola, K., 591 s.

**УДК 330.1**

*Куцик В. І.,*

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

*Кліпкова О. І.,*

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

*Жихарцева О. О.,*

*к.е.н., начальник управління АТ “Альфа-Банк”, м. Київ*

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ  
ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ  
СИСТЕМ**

***Анотація.** Актуальність статті полягає у необхідності виявлення та дослідження особливостей структури та важелів впливу на організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності інтегрованих корпоративних систем. Метою статті є обґрунтування доцільності вивчення ознак, функцій та методів реалізації організаційно-економічного механізму управління ефективністю інтегрованих корпоративних систем. Застосовано аналітичні та експертні методи дослідження, що дозволяють у повній мірі висвітлити шляхи досягнення поставленої мети. В статті зазначено основні підходи до визначення категорії “організаційно-економічний механізм інтегрованих корпоративних систем”. Зосереджено увагу на виборі основних напрямів реалізації його функцій у змінному економічному та політичному середовищі функціонування інтегрованих корпоративних систем. Розглянуто основні ознаки організаційно-економічного механізму та подано власне їх трактування. Запропоновано основні завдання, на які повинен бути налаштований організаційно-економічний механізм управління, щоб забезпечити динамічне зростання ефективності інтегрованих корпоративних систем.*

**Ключові слова:** інтегровані корпоративні системи, організаційно-економічний механізм, ефективність управління.

*Kutsyk V. I.,*

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

*Klipkova O. I.,*

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

*Zhikhartseva O. O.,*

*Ph.D., Head of the Department, JSC “Alfa-Bank”, Kyiv*

**ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF EFFICIENCY  
MANAGEMENT OF THE INTEGRATED CORPORATE SYSTEMS  
ACTIVITIES**

***Abstract.** The topicality of the article lies in the need to identify and study the peculiarities of the structure and levers of influence on the organizational and economic mechanism for managing the efficiency of integrated corporate systems operation. The purpose of the article is to substantiate the feasibility of studying the features, functions and methods of implementing the organizational and economic mechanism for managing the efficiency of integrated corporate systems. Analytical and expert research methods are used to fully reflect the ways of*

*achieving the goal. The article outlines the main approaches to the definition of the category "organizational and economic mechanism of integrated corporate systems". The focus is made on choosing the main areas for implementing its functions in a changing economic and political environment of integrated corporate systems functioning. The main features of the organizational and economic mechanism are considered and their own interpretation is presented. The main tasks, for which the organizational and economic management mechanism should be configured to ensure the dynamic growth of the integrated corporate systems efficiency, are proposed.*

**Key words:** integrated corporate systems, organizational and economic mechanism, management efficiency.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-14>

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі, коли у вітчизняній економіці інтеграційні процеси стають все більш значними, великі інтегровані корпоративні системи відіграють визначальну роль у забезпеченні стійкого економічного зростання та підвищенні ефективності виробництва.

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

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню інтеграційних механізмів приділено увагу в роботах Л. Абалкіна, З. Варналія, М. Войнаренка, Р. Капелюшнікова, М. Колосовського, П. Кулікова, Ю. Лузана, В. Мочерного, Б. Райзберга, О. Савченко, Д. Стеценка, Т. Сахно, Ю. Осипова, В. Хачатурова, А. Шаститко, Ю. Яременка.

**Постановка завдання.** Основною метою написання статті є виявлення проблем у функціонуванні та зростанні ефективності організаційно-економічного механізму управління інтегрованими корпоративними системами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Важливість формування організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності в інтегрованих корпоративних системах обумовлює детальне обґрунтування поняття "організаційно-економічний механізм".

Найбільш конкретне визначення сутності категорії "організаційно-економічний механізм" дає В. Мочерний [1], що характеризує його як систему основних форм, методів, важелів використання економічних законів, вирішення протиріч суспільного виробництва, а також формування потреб, створення системи стимулів і узгодження економічних інтересів основних класів і соціальних груп.

На основі досліджень множини визначень різних дослідників варто трактувати категорію "організаційно-економічний механізм" як сукупність методів управління, аналізу, контролю, оцінки діяльності суб'єктів господарювання та заходів з організації їх діяльності, а також систему прогнозування і планування розвитку суб'єкта господарювання та інформаційного забезпечення з метою

створення більш ефективного та якісного управління, що в сукупності забезпечать досягнення інтересів та кінцевих цілей суб'єкта господарювання.

Так, дослідження трактування категорії "організаційно-економічний механізм управління ефективністю господарської діяльності" дає можливість виділити дві основні його складові, а саме: організаційну та економічну (рис. 1).

Опираючись на думку І. Фесенко [5], варто зробити зауважити, що економічна складова організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем відповідає за фінансове забезпечення та здійснює контроль і оцінку ефективності діяльності, а організаційна складова включає організацію економічних цілей, обґрунтування методів організації і регулювання діяльності, впровадження прогресивних форм організації праці та ефективної системи мотивації діяльності.

Отже, організаційна та економічна складові організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем доповнюють одна одну та утворюють комплексний організаційно-економічний механізм управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем.

Тому варто погодитися з позицією А. Бидик [6] стосовно того, що успішне та органічне функціонування розглянутих складових та їх функцій і в цілому організаційно-економічного механізму на практиці сприятиме ефективнішому та результативнішому управлінню господарською діяльністю інтегрованих корпоративних систем.

Ефективність характеризує величину ефекту, що припадає на одиницю здійснених витрат. Показники ефективності є більш суттєвими при розрахунку для всієї інтегрованої корпоративної системи в цілому. У цьому випадку можна отримати точні значення доходності інвестиційного капіталу та власного капіталу. Економічна складова організаційно-економічного механізму ефективності господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем, крім якісних показників популяризації торгової марки, формування позитивного іміджу діяльності, базується на системі показників ефективності економічної привабливості інвестиційних проектів системи, зростання рівня доходності цінних паперів, організаційної ефективності об'єднання і кожної складової зокрема, фінансової безпеки та надійності.



Джерело: розроблено автором на основі [2, 3, 4]

**Рис. 1. Основні складові та функції організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем**

Показники ефективності організаційно-економічного механізму ІКС варто розглядати і на макrorівні, зокрема в розрізі зростання національного доходу від створення ІКС, збільшення кількості робочих місць, зростання ВВП, зростання доходів населення та інших показників, що описуватимуть економічну привабливість проекту інтегрованої корпоративної системи як для регіону, так і для національної економіки.

Важливе значення для розкриття сутності організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем становлять його ознаки, а саме: елементна, функціональна та процесна [7]. Слід зазначити, що визначення ознаки як “елементна” дещо некоректне, оскільки вона розглядає організаційно-економічний механізм як систему. Доречно, запропонувати змінити її назву на “системну”, виходячи із змістовного наповнення.

Відповідно до позиції Т. Полозової [7] до переліку зазначених вище ознак організаційно-

економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем доцільно було б додати нормативно-правову ознаку, згідно з якою організаційно-економічний механізм розкривається через права власності та методи регулювання цих прав у різних зацікавлених осіб, які поряд із рівнями управління створюють окрему систему рівнів власності.

Варто запропонувати перелік ознак, які деталізують та чіткіше окреслюють призначення організаційно-економічного механізму управління діяльністю інтегрованих корпоративних систем. Тому пропонуємо такий перелік ознак як рівень цілісності, системності, економічного потенціалу та функціонального призначення (рис. 2).

Варто зазначити, що функціонування організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем проявляється в сукупності економічних важелів та методів. У результаті їх органічної дії відбувається формування

економічних відносин, забезпечуються інтереси зацікавлених сторін, їх корпоративні права і, як наслідок, формуються оптимальні бізнес-процеси, які враховують умови зовнішнього економічного середовища.

Варто зазначити, що поєднання організаційних та економічних важелів організаційно-економічного механізму дає можливість вибору правильного рішення для оптимізації витрат та покращення діяльності суб'єкта господарювання та виступає визначальним чинником його ефективної діяльності.

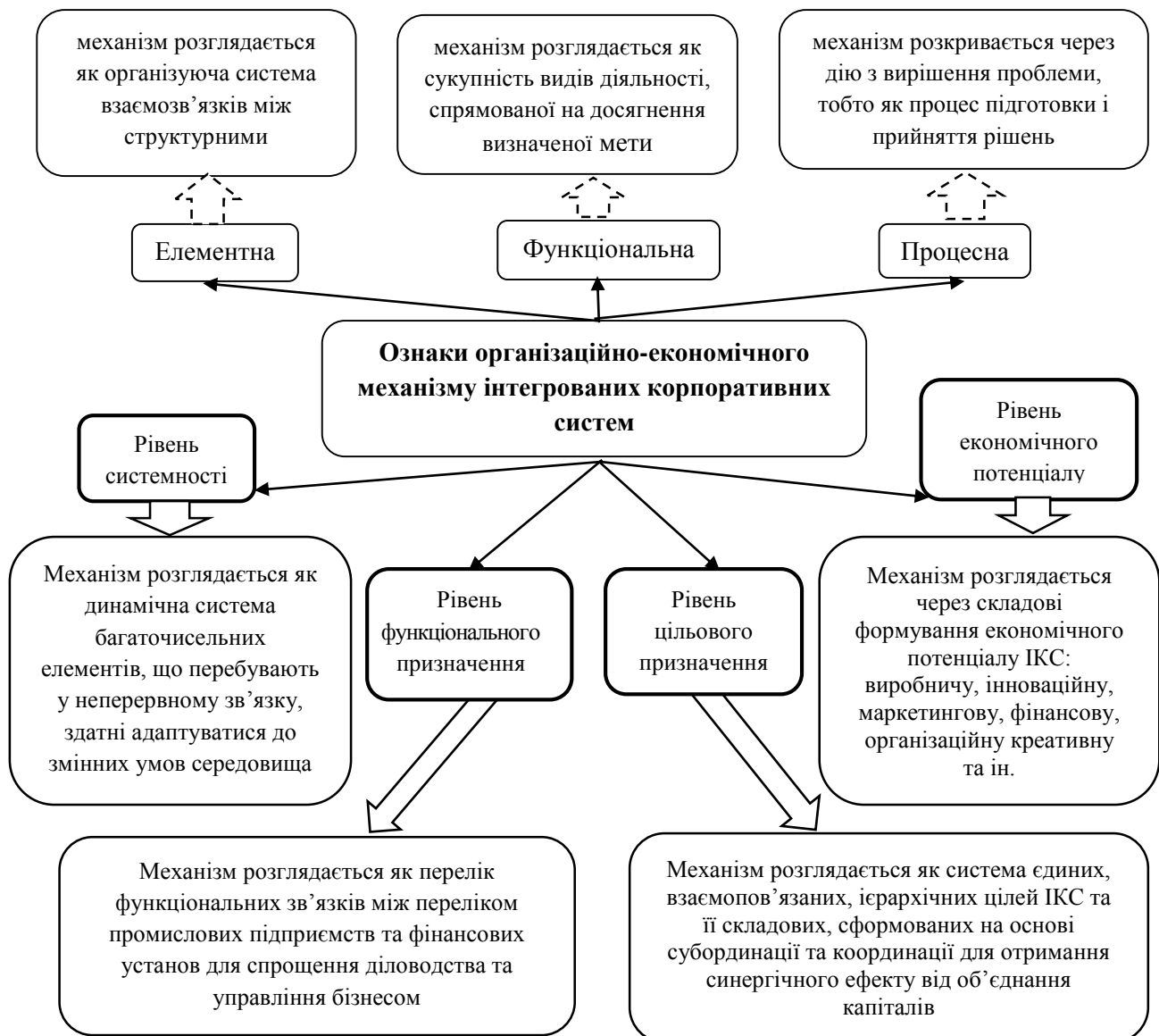
Що стосується методів організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем, то до основних відносяться також економічні та організаційні.

Економічні методи – це такі, які реалізують матеріальні інтереси у виробничих процесах чи

будь-якій іншій діяльності з використанням товарно-грошових відносин. Зазначені методи мають два аспекти реалізації, а саме:

1. Характеризує процес управління, зорієнтований на використання створеного на загальнодержавному рівні економічного сегмента зовнішнього середовища. Його суть полягає у формуванні системи оподаткування суб'єктів господарювання, визначенні дієвої амортизаційної політики, яка сприяла б оновленню (відтворенню) матеріальних і нематеріальних активів підприємства, встановленні державою мінімального рівня заробітної плати та пенсій.

2. Пов'язаний із управлінським процесом, який орієнтований на використання таких різноманітних економічних важелів, як фінансування, кредитування, ціноутворення, штрафні санкції тощо.



Джерело: авторська розробка на основі [135]

Рис. 2. Ознаки організаційно-економічного механізму інтегрованих корпоративних систем



Організаційні методи організаційно-економічного механізму управління інтегрованих корпоративних систем являють собою комплекс способів і прийомів впливу на працівників, які ґрунтуються на використанні організаційних відносин та адміністративній владі керівництва. Зазначені методи поділяють на:

1. Регламентні, зміст яких полягає у формуванні структури та ієрархії управління, делегуванні повноважень і відповідальності певним категоріям працівників фірми, визначенні орієнтирів діяльності підлеглих, наданні методично-інструктивної та іншої допомоги виконавцям.

2. Розпорядчі методи управління, що охоплюють поточну (оперативну) організаційну роботу і базуються, як правило, на наказах керівників підприємств (організацій). Ці методи передбачають визначення конкретних завдань для виконавців, розподіл цих завдань між ними, контроль виконання, проведення нарад із питань поточної діяльності фірми (підприємства, організації) [8].

Своєю чергою, зазначимо, що до методів організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем відносять законодавчу та нормативну базу і методичне забезпечення діяльності суб'єкта господарювання.

Використання зазначених методів організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем забезпечує дотримання правових норм та повноважень, а від правильності їх застосування залежить ефективність функціонування суб'єкта господарювання.

Розглянувши складові організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем, його ознаки, важелі та методи, можемо сформулювати і його завдання, до яких, на нашу думку, слід віднести наступні:

- формулювання відповідно до вимог часу стратегічних цілей інтегрованих корпоративних систем;
- окреслення шляхів та критеріїв досягнення стратегічних цілей;
- виявлення ключових факторів, від яких залежить результативність господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем;
- прогнозування результативності та ефективності господарської діяльності учасників інтегрованих корпоративних систем;
- аналіз зовнішньоекономічного середовища інтегрованих корпоративних систем;
- оцінка наявних ресурсів інтегрованих корпоративних систем;
- виявлення факторів ризику;
- здійснення пошуку й обґрунтування нових цілей розвитку інтегрованих корпоративних систем із урахуванням їх пріоритетності.

Дедалі більшого значення для формування дієвого та ефективного організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської

діяльності в інтегрованих корпоративних системах в умовах світової фінансової кризи набуває стратегічний аналіз зовнішнього середовища.

Це пов'язано з тим, що стан і напрям розвитку зовнішнього середовища певною мірою визначають можливості інтегрованих корпоративних систем щодо локалізації кризи та виходу з неї. Слід зазначити, що зовнішнє середовище є джерелом, що забезпечує інтегровані корпоративні системи ресурсами, які необхідні для підтримки його внутрішнього потенціалу.

Аналіз зовнішнього середовища інтегрованих корпоративних систем є важливим чинником для формування дієвого та ефективного організаційно-економічного механізму управління ефективністю діяльності інтегрованих корпоративних систем з метою їх ефективного функціонування в сучасних умовах, що потребує аналізу складових компонентів макросередовища інтегрованих корпоративних систем.

Оцінка складових компонентів макросередовища інтегрованих корпоративних систем, встановлення зв'язків між ними дозволить виявити сильні та слабкі сторони таких систем, оцінити можливості і загрози, а також активізувати їх діяльність й підвищити ефективність та сформувати дієвий та ефективний організаційно-економічний механізм управління ефективністю господарської діяльності в інтегрованих корпоративних системах з метою їх ефективного функціонування в сучасних умовах.

Загалом формування організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності в інтегрованих корпоративних системах відбувається згідно із загальними принципами управління, а саме:

- врахування дії економічних законів ринкових відносин - дає змогу підвищити ефективність використання ресурсів;
- врахування дії законів організації структур і процесів - дає змогу підвищити якість управління;
- врахування наукових підходів до управління;
- орієнтація на певні ринки та потреби;
- застосування сучасних інформаційних технологій для системної і комплексної автоматизації управління;
- застосування сучасних методів аналізу та прогнозування;
- застосування в системі управління стратегічного маркетингу, мотивації та регулювання [9].

Отже, оскільки головною метою створення інтегрованих корпоративних систем є отримання більш високих фінансових результатів від спільної діяльності її членів порівняно з результатами їх діяльності за рамками інтегрованого об'єднання, а основним фінансовим результатом їх діяльності є прибуток, то питанням, які стосуються організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності в інтегрованих корпоративних системах, та напрямам його вдосконалення слід приділяти більше уваги та постійно працювати над його вдосконаленням.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** У підсумку зазначимо, що формування організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності інтегрованих корпоративних систем є складним процесом і потребує врахування всіх його складових, елементів, методів та законів розвитку.

Формування дієвого організаційно-економічного механізму управління ефективністю господарської діяльності таких систем сприятиме вирішенню однієї з найважливіших проблем сучасного господарювання – підвищення конкурентоспроможності українських підприємств.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Мочерний С. В. Економічна теорія : посібник / С. В. Мочерний. – К. : Академія, 2001. – 656 с.
2. Куліков П. М. Економіко-математичне моделювання фінансового стану підприємства : навчальний посібник / П. М. Куліков, Г. А. Іващенко. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2009. – 178 с.
3. Савченко О. В. Сутність та складові організаційно-економічного механізму стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві / О. В. Савченко, В. П. Соловійов // Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”. – 2013. – № 12 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2635>.
4. Лузан Ю. П. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України: теоретично-методологічний аспект / Ю. П. Лузан // Економіка АПК. – 2011. – № 2. – С. 3-12.
5. Фесенко І. А. Організаційно-економічний механізм управління ресурсним потенціалом вугледобувних підприємств / І. А. Фесенко // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 1. – С. 138-142 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45451/>
6. Бидик А. Удосконалення організаційно-економічного механізму сільськогосподарського виробництва / А. Бидик // Наукові записки. – Вип. 15. – 2006. – С. 86.
7. Полозова Т. В. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування підприємств

промисловості [Текст] / Т. В. Полозова, Ю. В. Овсющенко // Вісник МСУ. – Т. VIII. – 2005. – № 1-2. – С. 63-65.

8. Іванілов О. С. Економіка підприємства / О. С. Іванілов. – К. : ЦУЛ, 2009. – 728 с.

9. Русин-Гриник Р. Р. Сутність та структура організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємства / Р. Р. Русин-Гриник // Науковий вісник НЛТУ. – 2010. – Вип. 20 (5). – С. 240-247.

## REFERENCES

1. Mochernyi, S. V. (2001), *Ekonomichna teoriia : posibnyk*, Akademiia, K., 656 s.
2. Kulikov, P. M. (2009), *Ekonomiko-matematychne modeliuvannya finansovoho stanu pidpriemstva: navchalnyi posibnyk*, Vyd. KhNEU, Kharkiv, 178 s.
3. Savchenko, O. V. and Soloviov, V. P. (2013), *Sutnist ta skladovi orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu stymuliuvannya innovatsiinoi diialnosti na pidpriemstvi*, Elektronne naukove fakhove vydannia “Efektyvna ekonomika”, №12, available at : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2635>.
4. Luzan, Yu. P. (2011), *Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm zabezpechennia rozvytku ahropromysloвого vyrobnytstva Ukrainy: teoretychno-metodolohichni aspekt*, Ekonomika APK, № 2, s. 3-12.
5. Fesenko, I. A. (2010), *Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizm upravlinnia resursnym potentsialom vuhledobuvnykh pidpriemstv*, Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy, № 1, s. 138-142, available at : <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45451/>.
6. Bydyk, A. (2006), *Udoskonalennia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu silskohospodarskoho vyrobnytstva*, Naukovi zapysky, vyp. 15, s. 86.
7. Polozova, T. V. and Ovsyuchenko, Yu. V. (2005), *Sutnist orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu funktsionuvannya pidpriemstv promyslovosti [Tekst]*, Visnyk MSU. – T. VIII, № 1-2, s. 63-65.
8. Ivanilov, O. S. (2009), *Ekonomika pidpriemstva*, TsUL, K., 728 s.
9. Rusyn-Hrynyk, R. R. (2010), *Sutnist ta struktura orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizma upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva*, Naukovyi visnyk NLTU, vyp. 20 (5), s. 240-247.

UDC 330.47

Monika Artman,  
Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza w Przeworsku, Przeworsk, Polska  
e-mail: monika\_artman@o2.pl

## ANALIZA METODY KAM (KNOWLEDGE ASSESSMENT METHODOLOGY) - WADY I ZALETY

**Streszczenie:** *We współczesnym świecie nieustannie dokonują się zmiany, które określane są na wiele sposobów, np. „trzecia fala”, „nowa ekonomia”, „gospodarka sieciowa”, czy też „gospodarka oparta na wiedzy” (GOW). Jesteśmy uczestnikami procesu przejścia z gospodarki przemysłowej na gospodarkę opartą na wiedzy. W obecnych czasach diametralnie wzrasta znaczenie niematerialnych zasobów, na wskutek czego jednym z najważniejszych elementów staje się wiedza- jej zdobywanie, przechowywanie i odpowiednie wykorzystywanie. Z całą pewnością można postawić znak równości pomiędzy wiedzą, a źródłem przewagi konkurencyjnej, w rozumieniu jako główny czynnik rozwoju. Artykuł poświęcony jest tematyce problemu związanego z pomiarem zaawansowania rozwoju społeczeństwa informacyjnego oraz gospodarki opartej na wiedzy. W tym celu wykorzystano najpopularniejszą z metod pomiaru KAM (Knowledge Assessment Methodology). W niniejszej publikacji dokonano charakterystyki metody KAM, omówiono metodologiczne problemy w zakresie tego zagadnienia oraz konsensusem publikacji jest przedstawienie wad i zalet metody KAM.*

**Słowa kluczowe:** metoda Knowledge Assessment Methodology (KAM), gospodarka oparta na wiedzy (GOW), społeczeństwo informacyjne.

Моніка Артман,  
Вища Суспільно-економічна школа у Пшеворську, м. Пшеворськ, Республіка Польща  
e-mail: monika\_artman@o2.pl

## АНАЛІЗ МЕТОДУ KAM (KNOWLEDGE ASSESSMENT METHODOLOGY) – НЕДОЛІКИ ТА ПЕРЕВАГИ

**Анотація.** *У сучасному світі постійно відбуваються зміни, які визначаються багатьма способами, наприклад, "третья хвиля", "нова економіка", "мережева економіка" або "економіка, що базується на знаннях" (ЕБЗ). Ми є учасниками процесу переходу від промислової економіки до економіки, що базується на знаннях. Сьогодні кардинально зростає значення нематеріальних ресурсів, внаслідок чого одним з найважливіших елементів стають знання – їх набуття, зберігання та правильне використання. Без сумніву, можна поставити знак рівності між знанням та джерелом конкурентної переваги, у тому сенсі, що це головний чинник розвитку. Стаття присвячена проблемі вимірювання поступу у розвитку інформаційного суспільства та економіки, що базується на знаннях. З цією метою був використаний найпопулярніший спосіб KAM (Knowledge Assessment Methodology). У цій публікації охарактеризовано метод KAM, обговорено методологічні проблеми у цій галузі, а практичне значення публікації полягає в тому, щоб представити переваги та недоліки методу KAM.*

**Ключові слова:** метод Knowledge Assessment Methodology (KAM), економіка, що базується на знаннях (ЕБЗ), інформаційне суспільство.

Monika Artman,  
University of Socio-Economic Przeworsk, Przeworsk, Republic of Poland  
e-mail: monika\_artman@o2.pl

## KNOWLEDGE ASSESSMENT METHODOLOGY (KAM) ANALYSIS - SHORTCOMINGS AND ADVANTAGES

**Abstrakt.** *In modern world constant changes are taken place, which are defined in many ways, for example, "third wave", "new economy", "network economy", "knowledge-based economy" (KBE). We are involved in the transition process from industrial economy towards knowledge economy. Nowadays, the significance of intangible resources are dramatically increasing resulting in knowledge becoming one of the most essential elements, in particular, acquisition of knowledge, storage of knowledge as well as the use of knowledge. Knowledge and source of competitive advantage are certain to be equal in the sense of major development factor. The article considers the problem related to the development assessment of both information society and knowledge-based economy. For this purpose the most common assessment method Knowledge Assessment Methodology (KAM) is applied. This paper characterizes KAM method, highlights methodological problems within this issue. The consensus of this publication is to determine the benefits and drawbacks of KAM method.*

**Keywords:** Knowledge Assessment Methodology (KAM), knowledge-based economy (KBE), the information society.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-15>

### 1. Wprowadzenie do problematyki

Od zarania dziejów człowiekowi towarzyszy nauka, która wraz z upływem czasu podlega ciągłemu procesowi rozwoju. W celu usystematyzowania ogromu zgromadzonej wiedzy, nauka zajmująca się badaniem pewnego rodzaju procesów i zjawisk, które otaczają nas w rzeczywistości, posługuje się właściwymi do tego terminami. Jednakże ich tworzenie, a następnie swoista interpretacja merytoryczna jak i semantyczna często już na tym etapie stanowi problem. Neologizmy utworzone w danym języku często prowadzą do sporów na płaszczyźnie naukowej. Poznawanie nowych elementów rzeczywistości obliuguje do wprowadzania nowych pojęć, które niewątpliwie przekładają się na ludzkie poznanie oraz wzbogacenie języka. Jednocześnie zdarza się też tak, że terminy czy też pojęcia użyteczne, generowane są w środkach masowego przekazu, przy zachowaniu ich ideologicznej funkcji, a w dalszej kolejności przyjmują charakter naukowy lub poznawczy. Przykładami takich pojęć są między innymi: społeczeństwo informacyjne oraz gospodarka oparta na wiedzy.

Pierwsze z wyróżnionych pojęć, nad którymi poświęcone są rozważania w niniejszym artykule to „społeczeństwo informacyjne”. Pojęcie to wprowadził w 1964 roku Japończyk Tadło Umesao w artykule na temat ewolucyjnej teorii społeczeństwa, w którym to gospodarka została przedstawiona w oparciu o przemysł informacyjny. W ujęciu tej koncepcji społeczeństwo informacyjne to społeczeństwo, którego podstawę komunikacji międzyludzkiej stanowią komputery<sup>1</sup>. Na przestrzeni dekad, pojęcie to zmieniało i rozszerzało swoje znaczenie. Z kolei w dokumencie „e-Polska-Strategia rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce na lata 2001-2006” owe społeczeństwo informacyjne zostało sprecyzowane jako modernistyczny system społeczeństwa, który formuluje się w krajach

wykazujących wysoki stopień rozwoju technologicznego, gdzie czynność, jakość i szybkość przepływu zarządzania informacją stanowią główny czynnik konkurencyjności w klasyfikacji działów gospodarki. Z kolei ich stopień rozwinięcia obliuguje do korzystania z technik akumulowania, a następnie analizy, użytkowania i dalszego przekazywania danych informacji<sup>2</sup>. Podobną definicję przedstawia dokument „Nauka, nowoczesne technologie i społeczeństwo informacyjne 2007-2013”. W tym dokumencie, społeczeństwu nadano przyrostek informacyjnego, kiedy osiąga odpowiedni poziom rozwoju, a także skomplikowania procesów społecznych i gospodarczych, które wymagają wprowadzenia technik gromadzenia, przetwarzania i użytku dużych ilości informacji. W takim społeczeństwie wyróżnić można następujące cechy charakterystyczne<sup>3</sup>:

- siłę roboczą tworzą przede wszystkim pracownicy informacyjni,
- informacja, wiedza i technologia są fundamentalnymi determinantami wytwórczymi, a z kolei wszechstronne elementy rozwoju stanowią działanie w zakresie teleinformatyki,
- zdecydowana większa część dochodu narodowego brutto tworzona jest w oparciu o szeroko rozumiany tzw. sektor informacyjny.

Analizując definicje z kilku innych dokumentów i opracowań, stwierdzić można powielanie się trzech podstawowych cech charakteryzujących współczesne społeczeństwo informacyjne. Są one następujące:

- istotna funkcja wiedzy, informacji oraz technologii, postrzegany jest jako podstawowy czynnik wytwórczy;
- sektor informacyjny stanowi główny element tworzenia produktu narodowego brutto;
- pracownicy zatrudnieni w sektorze informacyjnym dominują w strukturze siły roboczej.

<sup>1</sup> M. Galka, *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 79.

<sup>2</sup> [www.nauka.gov.pl](http://www.nauka.gov.pl), s. 62 (dostęp: 20.09.2016)

<sup>3</sup> *Społeczeństwo informacyjne w Polsce- wstęp do formułowania założeń polityki państwa*, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Warszawa 1996, [www.nauka.gov.pl](http://www.nauka.gov.pl) (dostęp: 29.09.2016)

Patrząc krytycznie na przyjęte analizy można stwierdzić, że zaprezentowana ekspozycja zdecydowanie lepiej pasuje do gospodarki opartej na wiedzy, niżeli do pojęcia społeczeństwa informacyjnego.

Czym zatem jest społeczeństwo informacyjne? Zasadne w tym przypadku wydaje się być wyróżnienie takich cech społeczeństwa informacyjnego, jak<sup>4</sup>:

- Internet jako środek informacji publicznej oraz podstawowa komunikacja międzyludzka;
- ogólnodostępna edukacja;
- powszechność dostępu ludzi do informacji.

W niniejszym artykule nie ma możliwości oraz potrzeby przeprowadzenia dalszego przeglądu definicji, czy też dokonywania krytycznej analizy w obszarze społeczeństwa informacyjnego oraz gospodarki opartej na wiedzy.

Zdecydowanie większe zainteresowanie wzbudza problem określenia stopnia zaawansowania rozwoju gospodarki, która oparta jest na wiedzy oraz społeczeństwa informacyjnego. Bazując na współczesnej ekonomii powołać można się na tradycyjną analizę modelowo-ilościową, na przykładzie której wskazać można zestaw mierników i wskaźników, które między innymi pozwalają na:

1. oszacowanie stopnia poziomu rozwoju określonej gospodarki opartej na wiedzy;
2. dokonanie zestawienia porównawczego stopnia zaawansowania informacyjnego określonej gospodarki;
3. dokonanie zestawienia porównawczego w przestrzeni i czasie zaawansowania stopnia informacyjnego danych gospodarek i społeczeństw;
4. rozpoznanie i określenie oczekiwanych kierunków procesu ewolucji współczesnej gospodarki;
5. sporządzenie narzędzi wykonawczych i celów adekwatnej polityki danego państwa;
6. ocenę dokonanych przemian w obszarze społeczno-gospodarczym (ewolucja informatyczno-informacyjna).

Celem niniejszego artykułu jest przybliżenie zagadnienia metody KAM (Knowledge Assessment Methodology), którą wykorzystuje się do pomiaru poziomu zaawansowania badanej gospodarki opartej na wiedzy. W dalszej części Autor artykułu przedstawia elementy metody, jej zalety i wady- co połączone zostało z uwagami na temat problemów metodologicznych w obszarze pomiaru rozwoju zaawansowania gospodarki opartej na wiedzy i społeczeństwa informacyjnego.

## 2. Istota metodologii KAM- wady i zalety

Dokonanie pomiaru poziomu zaawansowania rozwoju danej gospodarki, która oparta jest na wiedzy stwarza wiele problemów, a wśród nich przede wszystkim problemy obrachunkowe oraz natury metodologicznej. Można wyróżnić następujące wady metody KAM:

1. Dobór mierników i wskaźników oddających różne aspekty wymiaru informacyjnego danej gospodarki opartej na wiedzy i społeczeństwa informacyjnego.

2. Niedobór w obszarze dokładnej i umożliwiającej się kwantyfikować definicji gospodarki opartej na wiedzy i społeczeństwa informacyjnego. Dobór właściwego podejścia metodologicznego w celu mierzenia stopnia poziomu rozwoju gospodarki opartej na wiedzy i społeczeństwa informacyjnego.

3. Wybór adekwatnego zestawu mierników i wskaźników biorąc pod uwagę kryteria pokrycia informacyjnego danego badanego problemu, jak i ograniczanie wydatków związanych z pozyskiwaniem tych informacji.

Konieczność posługiwania się dokładnymi i umożliwiającymi się kwantyfikować definicjami stanowi podstawę do rozpoczęcia metodycznej weryfikacji danych zagadnień oraz znalezienie odpowiedzi na następujące pytanie: na jakim etapie rozwoju znajduje się w danym czasie określone społeczeństwo i jego gospodarka oraz czy wykazany poziom zaawansowania jego rozwoju można uznać za usytuowany na dostatecznym poziomie? Innymi słowy poszukuje się odpowiedzi na następujące pytania: Czy badane społeczeństwo można nazwać społeczeństwem informacyjnym? Czy stworzona przez to społeczeństwo gospodarka jest gospodarką opartą na wiedzy? Poszukiwanie odpowiedzi na powyższe pytania tworzy konieczność dokonania wyboru adekwatnego podejścia metodologicznego w obszarze kierunku ewolucji oraz pomiaru stopnia poziomu gospodarki opartej na wiedzy i społeczeństwa informacyjnego<sup>5</sup>. W związku z powyższym oznacza to konieczność doboru oczekiwanych cech, tak aby można było społeczeństwo określić społeczeństwem informacyjnym, a jego gospodarkę gospodarką w pełni opartą na wiedzy. Kwestia ta odnosi się do każdej podjętej w badaniach zmiennej uznanej za: stymulanta, destymulanta, czy też dominanta.

Z kolei dobór mierników i wskaźników oddających różne aspekty wymiaru informacyjnego danej gospodarki opartej na wiedzy i społeczeństwa informacyjnego jest na domiar istotnym i ciekawym zadaniem metodologicznym. Dotychczasowa wiedza umożliwia na opis procesów, które charakteryzują społeczeństwo w ujęciu informacyjnym oraz jego gospodarkę opartą na wiedzy. Wraz ze wzrostem poczucia niedostatku tej wiedzy, wzrastają również kontrowersje z powodu dokonania wyboru mierników i wskaźników. Jednakże z drugiej strony na podstawie danych zmiennych można pojąć i sprecyzować wiedzę o gospodarce opartej na wiedzy i społeczeństwo informacyjne. Należy również podkreślić, że wybór cech oraz opisujących je zmiennych jest wyrazem posiadanej i ciągle rozwijanej

<sup>4</sup> S. Czaja, A. Becla, M. Celińska, *Informacja a współczesna gospodarka i społeczeństwo*, Wydawnictwo PWSZ w Głogowie, Głogów 2011, s. 79.

<sup>5</sup> A. Becla, S. Czaja, M. Hałasa, *Etapy rozwoju (zaawansowania) społeczeństwa informacyjnego. Wybrane zagadnienia*, [w:] *Spoleczeństwo informacyjne. Uwarunkowania społeczne i kulturowe*, red. P. Setlak, P. Szumlich, PWSZ w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2010, s. 41-52.

wiedzy o badanym zagadnieniu oraz stanowi zamierzenie poznawcze.

Proces, który nie w'atpliwie stanowi rozw'oj wiedzy, wymaga przede wszystkim selekcjonowanych informacji, co stanowi podstaw'ę do prowadzenia dalszych bada'ń. Istniej'ą specyficzne rodzaje informacji, dla których nieuniknione jest wdrazanie mechanizm'ow, umożliwiaj'acych: gromadzenie pożądanego danych, a nast'ępnie ich przetwarzanie i wykorzystywanie.

### 3. Przedstawienie metody KAM w ujęciu bada'ń empirycznych

Metoda KAM (Knowledge Assessment Methodology) powstała w 1998 roku, na zlecenie Instytutu Banku Światowego. Ze względu na czynniki deskrypcyjno-poznawczo-interpretacyjne analizy KAM, w krótkim czasie została ona jedn'ą z najbardziej popularnych analiz służących do prowadzenia bada'ń nad gospodark'ą opart'ą na wiedzy i społeczeństwie informacyjnym. Analiza KAM wykorzystywana jest przez analityków z obszaru wszystkich rozwiniętych kraj'ow świata. Jednakże pomimo jej użyteczności i popularności nie jest włączona do ogólnego systemu statystyk społeczno-ekonomicznych, który opiera się obliczeniach narodowych SNA (System of National Accounts).

W podejściu analizy KAM wyszczególnić można dwa warianty, są one nast'ępujące<sup>6</sup>:

- wariant zredukowany;
- wariant rozszerzony.

Wariant zredukowany bazuje przede wszystkim na 14-u wskaźnikach. W praktyce umożliwiają one prowadzenie kalkulacji indeksu wiedzy, jak i indeksu gospodarki wiedzy. Pierwszy z nich, indeks wiedzy wykorzystywany jest do określenia miary zdolności kraju, jego gospodarki i społeczeństwa, do tworzenia, wdrazania oraz upowszechniania wiedzy. Indeks wiedzy obliczany jest za pomocą średniej arytmetycznej poszczególnych wskaźników cząstkowych tj. Technologie informatyczne, edukacja i innowacyjność. Z kolei zadaniem indeksu gospodarki wiedzy jest weryfikacja postawionej hipotezy- w jakim stopniu rozpatrywana gospodarka sprzyja efektywnemu korzystaniu z dostępnej wiedzy w celu rozwoju gospodarki. Indeks gospodarki wiedzy obliczany jest za pomocą średniej arytmetycznej wskaźników z nast'ępujących tematów:

1. siła bodźców instytucjonalnych i gospodarczych (np. reguły prawa, bariery celne);
2. edukacja;
3. innowacyjność (np. wyrażana w przychodach i wydatkach na honoraria autorskie, zgłoszenia patentowe w przeliczeniu na 1 milion obywateli, liczbę artykułów i publikacji naukowych w przeliczeniu na 1 milion obywateli, licencje);
4. technologie informatyczne (np. mierzone liczbą telefonów, czy też komputerów przypadających na 1 tysiąc mieszkańców).

<sup>6</sup> E. Dworak, *Metody mierzenia gospodarki opartej na wiedzy; Gospodarka w praktyce i teorii*, 2008, 4(21), s. 54

Ponad to analizując metodę KAM nie można pominąć uznanych i akceptowanych wskaźników społeczno-ekonomicznych, wyrażonych poprzez średni roczny wzrost PKB (Produkt Krajowy Brutto), a także indeksu HDI (Human Development Index). PKB stanowi najpopularniejszy wskaźnik wykorzystywany do kalkulacji w systemie rachunków narodowych SNA. Stanowi on miarę produkcji generowanej poprzez elementy produkcji w obrębie terytorium danego państwa, bez względu na to kto jest ich właścicielem<sup>7</sup>. Miara ta często określana jest mianem makrowskaźnika, w którym rzutuje kilka użytecznych cech, takich jak:

- zastosowanie metod analizy rachunkowej i ekonomicznej;
- powiązanie ze sobą poszczególnych wielkości ekonomicznych;
- duży stopień porównywalności określonych danych w danym czasie i przestrzeni;
- powiązanie ze sobą wielkości pewnych wielkości ekonomicznych.

Jednakże z drugiej strony PKB, jak i inne makromierniki, wzbudzają również pewnego rodzaju uwagi i kontrowersje. PKB wskazuje na miarę podaży usług i dóbr w danym roku, aczkolwiek nie odzwierciedla on rzeczywistych warunków życia danego społeczeństwa, jak i innych czynników zewnętrznych, które stanowią elementy egzystowania społeczeństwa opartego na wiedzy oraz jego gospodarki. W obrębie takich wskaźników nie uwzględnia się również czynników społecznych, które bezpośrednio związane są z rewolucją informatyczno-informacyjną. Niewątpliwie w środowisku analityków cechy te postrzegane są jako negatywne, ponieważ ograniczają użyteczność makromiernika PKB do analizy społeczeństwa opartego na wiedzy i jego gospodarki.

Indeks HDI stworzony został na zlecenie Organizacji Narodów Zjednoczonych przez zespół A. Sena. We wskaźniku tym można również wyróżnić wiele wad i zalet. Przede wszystkim indeks HDI uwzględnia rozwój gospodarczy, bazując na poprawie jakości życia danego społeczeństwa, z uwzględnieniem trzech innych czynników:

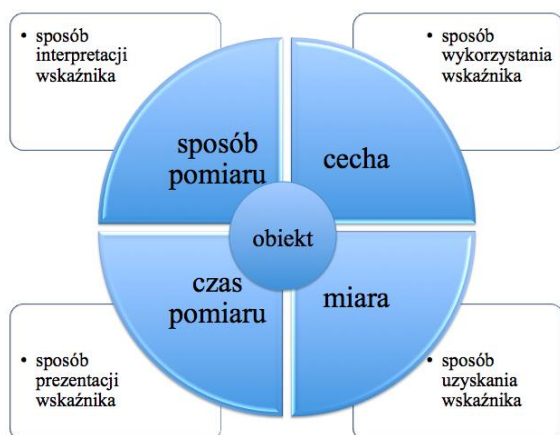
1. produktu krajowego brutto;
2. poziomu wykształcenia ludności (mierzonego liczbą osób dorosłych, które posiadają wykształcenie podstawowe (waga 2/3) oraz średniej ilości lat osób uczęszczających do szkoły (waga 1/3);
3. prognozowanej ilości lat życia ludzi w chwili ich urodzin.

Indeks HDI stosowany jest do dokonywania porównań w obszarze zamożności jednostek w obrębie badanego społeczeństwa oraz do prowadzenia rankingu państw z całego świata pod kątem oceny poziomu rozwoju społeczeństw. Jego wartość została przyjęta w przedziale liczbowym wyrażanym od 1 do 100 (gdzie 80-100 pkt. to rozwój wysoki, 50-80 pkt. to rozwój

<sup>7</sup> A. Becla, S. Czaja i in., *Elementy makroekonomii*, Wydawnictwo I-BIS, Wrocław 2002, s. 30.

średni, a poniżej 50 pkt. to rozwój skrajnie niski, czyli kraje ubogie, zacofane).

Każdy ze wskaźników można zaprezentować w formie pięciu czynników: sposobu pomiaru, czasu pomiaru, jednostki pomiaru, obiektu i cechy mierzonej. Sposób prezentacji wskaźników ilustruje rysunek nr 1.



Rysunek nr 1. Zależności wskaźnika i jego charakterystyka

Źródło: Opracowanie własne.

Wskaźniki można podzielić na: względne i absolutne. Pierwsza grupa wskaźników jest łatwiejsza w porównaniu ze wskaźnikami analogicznymi do innych gospodarek i okresów. Z kolei grupa wskaźników względnych, to wskaźniki o bardziej złożonej strukturze elementów użytkowania. Do najbardziej skomplikowanych należą sposoby uzyskiwania i prezentacji

wskaźników oraz sposoby ich interpretacji. Duże wyzwanie stanowi sposób wykorzystania wskaźników. Koniecznością jest, aby omawiane elementy dopierane były do każdego wskaźnika w sposób indywidualny i adekwatny do niego.

W skład obecnej wersji analizy KAM wchodzi ponad 100 wskaźników częściowych, które ze względu na obszar tematyczny pogrupowane są w 8 zbiorów. Wśród nich wyróżnić można: ogólny stan gospodarki; siła oddziaływania bodźców gospodarczych i instytucjonalnych; zarządzanie gospodarką; system innowacji; edukacja; praca; równość płci; technologie informatyczne. Tabela nr 1 przedstawia grupy i adekwatne do nich wskaźniki KAM wraz z jednostką przeliczeniową.

Metoda KAM bazuje na kilku istotnych założeniach. Pierwszy z nich to odpowiedni dobór wskaźników merytorycznie opisujących analizowane zjawisko, w którym ma miejsce rozwój (ewolucja) gospodarki opartej na wiedzy. Drugie założenie dotyczy normalizacji zmian ujętych w przedziale  $<0,10>$ . Trzecim ważnym czynnikiem jest to, że wszystkie elementy rozpatrywane są jako jednakowo ważne dla gospodarki opartej na wiedzy. Omawiane trzy założenia poddane głębszej analizie wzbudzają pewne kontrowersje. Poprawnie dobrane wskaźniki muszą zostać przyporządkowane w taki sposób, aby zachowany był ścisły związek z rozwojem gospodarki opartej na wiedzy. Jednakże główny problem tkwi w odpowiednim rozpoznaniu samego rozwoju gospodarki, mechanizmów i potencjalnym kierunków dalszego rozwoju. Właściwy wybór wskaźników powinien wpłynąć na realizację przyjętych zadań.

Tabela nr 1. Wskaźniki KAM

GRUPY	WSKAŹNIKI	JEDNOSTKA
1	2	3
<b>OGÓLNY STAN GOSPODARKI</b>	Przeciętny roczny wzrost PKB	%
	PKB per capita	\$ (według PPP)
	PKB	\$ (mld)
	Wskaźnik rozwoju społecznego HDI	
	Wskaźnik ubóstwa HPI	
	Wieloczynnikowy wskaźnik ryzyka	
<b>REŻIM BODŹCÓW GOSPODARCZYCH I INSTYTUCJONALNYCH</b>	Wskaźnik akumulacji kapitału brutto	% PKB
	Handel	% PKB
	Bariery celne i pozacelne	
	Ochrona praw własności intelektualnej	(1-7)
	Solidność banku	(1-7)
	Eksport towarów i usług	% PKB
	Różnice stóp procentowych	
	Intensywność lokalnej konkurencji	(1-7)
	Krajowe kredyty w sektorze prywatnym	% PKB
	Koszty rejestracji firmy	% DNB per capita
	Liczba dni niezbędnych do założenia firmy	
Koszty wyegzekwowania kontraktu	% długu	
<b>ZARZĄDZANIE GOSPODARKĄ</b>	Jakość regulacji	
	Reguły i zasady prawa	
	Efektywność państwa	
	Prawo głosu i wiarygodności	
	Stabilność polityczna	
	Kontrola nad korupcją	
Wolność pracy		

1	2	3	
SYSTEM INNOWACJI	Bezpośrednie inwestycje zagraniczne (wplyw)	% PKB	
	Bezpośrednie inwestycje zagraniczne (naplyw)	% PKB	
	Platność za prawa autorskie i licencje	mln \$	
	Platność za prawa autorskie i licencje (na 1 mln mieszkańców)	\$	
	Otrzymane honoraria za prawa autorskie i licencje	mln \$	
	Otrzymane honoraria za prawa autorskie i licencje (na 1 mln osób)	\$	
	Oplaty i przychody za honoraria autorskie i licencje	mln \$	
	Oplaty i przychody za honoraria autorskie i licencje (na 1 mln osób)	\$	
	Stopecn udziału studentów nauk ścisłych i technicznych	%	
	Stopecn udziału studentów nauk ścisłych	%	
	Naukowcy w sektorze B+R		
	Naukowcy w sektorze B+R (na 1 mln mieszkańców)		
	Ogólne wydatki na B+R	% PKB	
	Handel towarami	% PKB	
	Współpraca badawcza pomiędzy przedsiębiorstwa, a uczelniami	(1-7)	
	Liczba artykułów w czasopiśmach naukowych i technicznych		
	Liczba powyższych artykułów (na 1 mln osób)		
	Dostępność venture capital	(1-7)	
	Zgłoszenia patentowe przyznane przez biuro patentowe		
	Zgłoszenia patentowe przyznane przez biuro patentowe (na 1 mln mieszkańców)		
	Eksport wysokich technologii	% eksport towaru	
	Wydatki na B+R sektora prywatnego	(1-7)	
	Absorpcja technologii na poziomie firm	(1-7)	
	Obecność łańcucha wartości	(1-7)	
	Import brutto dóbr kapitałowych	mln \$	
	Eksport brutto dóbr kapitałowych	mln \$	
	Artykuły naukowe i techniczne z zagranicznym współautorem	%	
	Srednia liczba cytatów na artykuły naukowe i techniczne		
	EDUKACJA	Stopecn alfabetyzacji dorosłych	% osób powyżej 15 lat
		Srednia lat pobierania nauki szkolne	
Udzielanie osób odbierających edukację na poziomie średnim do ogółu populacji w wieku uczniów szkół średnich			
Udział osób odbierających edukację na poziomie wyższym do ogółu populacji w wieku studentów szkół wyższych			
Oczekiwania długości życia w dniu narodzi			
Dostęp do Internetu w szkołach		(1-7)	
Wydatki publiczne na edukację		% PKB	
Wyniki testów matematycznych (2 stopień)			
Wyniki testów z nauk ścisłych (2 stopień)			
Wyniki testów matematycznych (8 stopień)			
Wyniki testów z nauk ścisłych (8 stopień)			
Jakość edukacji w zakresie nauk ścisłych i matematyki		(1-7)	
Jakość kształcenia menedżerów		(1-7)	
Umiejętności matematyczne 15-latków			
Umiejętności z nauk ścisłych 15-latków			
PRACA	Stopecn bezrobocia	% siły roboczej	
	Zatrudnienie w przemyśle	%	
	Zatrudnienie w usługach	%	
	Profesorowie i technicy	% siły roboczej	
	Zakres szkoleń personelu	(1-7)	
	Drenaż mózgów	(1-7)	
	Współpraca w stosunkach pracowników-pracodawca	(1-7)	
	Elastyczność ustalania płac	(1-7)	
	Płace i wydajność	(1-7)	
	Zaufanie do profesjonalnego zarządzania	(1-7)	
	Lokalna dostępność specjalistycznych usług badawczych	(1-7)	
	Trudność z indeksem zatrudnienia		
	Trudność z indeksem zwalniania		
	Koszty zwalniania (tygodniowe wynagrodzenie)		
	Podatek dochodowy i składki emerytalne	%	
	Wskaźniki zatrudnienia ludności (powyżej 15 roku życia)	%	
	Wskaźniki zatrudnienia ludności w wieku 15-24 lata	%	
	Udział bezrobotnych z wykształceniem wyższym		
	Udział bezrobotnych z wykształceniem średnim		
	Wysokość udziału siły roboczej		
	Siła robocza z wyższym wykształceniem	% całości	
	Siła robocza ze średnim wykształceniem	% całości	
	Firmy oferujące formalne szkolenia	% firm	
	RÓWNOŚĆ PŁCI	Indeks rozwoju płci GDI	
		Kobiety w sile roboczej	% siły roboczej
Miejsca w parlamencie zajmowane przez kobiety		% całości	
Skolaryzacja brutto na poziomie średnim kobiet		% brutto	
Skolaryzacja brutto na poziomie średnim kobiet		% brutto	



1	2	3
TECHNOLOGIE TELEINFORMATYCZNE	Liczba telefonów na 1000 osób	
	Główne linie telefoniczne na 1000 osób	
	Telefony komórkowe na 1000 osób	
	Komputery na 1000 osób	
	Gospodarstwa domowe posiadające telewizory	%
	Gazety codzienne na 1000 osób	
	Przepustowość międzynarodowego Internetu	
	Użytkownicy Internetu na 1000 osób	
	Koszyk cen za Internet	\$ na miesiąc
	Elektroniczny dostęp do usług publicznych	(1-7)
	Zakres wykorzystania Internetu w działalności gospodarczej	(1-7)
	Wydatki na technologie teleinformatyczne	% PKB

Źródło: www.wordlbank.org (dostęp: 01.10.2016)

#### 4. Podsumowanie

Scharakteryzowana i oceniona w niniejszym artykule metoda KAM należy do jednych z najpopularniejszych sposobów do przeprowadzenia analizy zaawansowania poziomu rozwoju (ewolucji) badanej gospodarki opartej na wiedzy oraz społeczeństwa informacyjnego. Taki stan można określić efektem dużej pojemności informacyjnej, która wykorzystywana jest w obrębie ich wskaźników, jak i zalet deskrypcyjnych, poznawczych i implementacyjnych danych indeksów. Z kolei do zalet z obszaru technicznego metody KAM należą: łatwość w interpretacji wskaźników, powiązanie ze sobą wskaźników z systemem statystyki społeczno-ekonomicznej, rozwojowy charakter grup użytkowanych wskaźników, co wpływa na szeroko rozumiane rozszerzenia prowadzące do wzrostu wiedzy.

Aczkolwiek, jak zostało to udowodnione w części głównej niniejszej publikacji, metoda KAM posiada również pewne wady, które nierzadko dotyczą jej podstaw metodologicznych (brak zróżnicowania roli informacji, liczne uogólnienia oraz uproszczenia obrachunkowe). Wśród pozostałych wad metody KAM wyróżnić można: bariery pojęciowe oraz informacyjne. Nie wszystkie czynniki można włączyć do mechanizmu analizy KAM, ze względu na to, że procesy zachodzące w gospodarce opartej na wiedzy i jej społeczeństwie informacyjnym nie są dostatecznie sprecyzowane i nie można ich wyrazić w przełożeniu na dane statystyczne. Należy dążyć do jak najdokładniejszego sprecyzowania warstwy pojęciowej, co przełoży się na łatwość dopasowania metody KAM do ciągle to nowych wymagań. Należy jednak w tym miejscu podkreślić, że

nie uniknie się kontrowersji związanych z tą problematyką, ponieważ jest to cecha współczesnych analiz ekonomicznych.

Metoda KAM nie jest jedyną metodą modelowo-ilościową, służącą do prowadzenia badań nad społeczeństwem informacyjnym i gospodarką opartą na wiedzy. Jednakże bez wątplenia posiada ona największe perspektywy rozwoju w tym kierunku.

#### Literatura:

1. M. Galka, Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 79.
2. S. Czaja, A. Becla, M. Celińska, Informacja a współczesna gospodarka i społeczeństwo, Wydawnictwo PWSZ w Głogowie, Głogów 2011, s. 79.
3. A. Becla, S. Czaja, M. Hałasa, Etapy rozwoju (zaawansowania) społeczeństwa informacyjnego. Wybrane zagadnienia, [w:] Społeczeństwo informacyjne. Uwarunkowania społeczne i kulturowe, red. P. Setlak, P. Szumlich, PWSZ w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg 2010, s. 41-52.
4. E. Dworak, Metody mierzenia gospodarki opartej na wiedzy; Gospodarka w praktyce i teorii, 2008, 4(21), s. 54
5. A. Becla, S. Czaja i in., Elementy makroekonomii, Wydawnictwo I-BIS, Wrocław 2002, s. 30.

#### Źródła internetowe:

1. www.nauka.gov.pl, s. 62 (dostęp: 20.09.2016)
2. www.wordlbank.org (dostęp: 01.10.2016)

УДК 005.51:332.14

*Іванченко Г. В.,*

*к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту та адміністрування, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Вінниця;*

*Міценко Н. Г.,*

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

*Широких В. Д.,*

*магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

## **РОЗРОБКА АЛГОРИТМУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЇ**

***Анотація.** В статті розглянуто теоретичні підходи до планування стратегічного розвитку, обґрунтовано алгоритм процесу стратегічного планування територіального розвитку та виокремлено основні етапи розробки та реалізації стратегії економічного розвитку території. Обґрунтовано необхідність діагностики економічного потенціалу регіону на підготовчому етапі та її основні складові. Виділено головні акценти аналізу стану регіональної економіки. Узагальнено принципи та основні вимоги до формування стратегії економічного розвитку території. Запропоновано головні параметри для оцінки розробленої стратегії економічного розвитку території. Визначено переваги, які дозволяє отримати ефективно побудована стратегія економічного розвитку території.*

**Ключові слова:** стратегія економічного розвитку території, принципи планування територіального розвитку, алгоритм процесу стратегічного планування, параметри оцінки стратегії, реалізація стратегії економічного розвитку території.

*Ivanchenko H. V.,*

*Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Administration of Vinnytsia Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Vinnytsia*

*Mitsenko N. G.,*

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

*Shurokuh V. D.,*

*Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

## **DEVELOPMENT OF STRATEGIC PLANNING ALGORITHM OF THE TERRITORY'S ECONOMIC DEVELOPMENT**

***Abstract.** In the article the theoretical approaches to strategic development planning are considered, the algorithm of the territorial development strategic planning is substantiated and the main stages of development and implementation of the territory's economic development strategy are outlined. The necessity of diagnosing the economic potential of the region at the preparatory stage and its main components is substantiated. The main accents of the regional economy state analysis are highlighted. The principles and basic requirements for territory's economic development strategy formation are generalized. The main parameters for developed strategy estimation of territory's economic development are offered. The advantages, which allow to receive effectively constructed territory's economic development strategy are determined.*

**Keywords:** territory's economic development strategy, principles of territorial development planning, algorithm of strategic planning process, parameters of strategy evaluation, implementation of territory's economic development strategy.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-16>

**Постановка проблеми.** Поглиблення світових інтеграційних процесів і загострення територіальної конкуренції актуалізують оновлення механізмів стимулювання економічного розвитку регіонів України. Щоб в умовах глобалізації сформувати успішну відкриту територіальну економічну систему, потрібна добре продумана стратегія, яка дозволяє підвищити ефективність взаємодії в регіоні, формує основу для конструктивного діалогу між представниками підприємницького сектора і державою з метою виявлення проблем розвитку науки і виробництва, виокремлення шляхів найбільш ефективної реалізації наявних інвестиційних можливостей, обґрунтування необхідних заходів державної політики, що, своєю чергою, дає поштовх до розвитку регіональної економіки, а, відповідно, й до підвищення її конкурентоспроможності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні положення, методологічні та методичні основи формування стратегії регіонального розвитку, планування території викладені в роботах О. Амоші, О. Берданової [1], Б. Буркинського, А. Газарян [2], В. Гесця, М. Долішнього, Г. Дробенка [5], М. Лендєла, О. Карого [6], В. Куйбіди [7-8], В. Пархоменка [13], Т. Уманець [14], Ю. Шарова [16] та ін. Аналіз економічної літератури дає підстави стверджувати, що в сучасних теоретичних і прикладних дослідженнях регіонального управління значна увага приділяється питанням розробки, обґрунтування та реалізації стратегій в процесі стратегічного планування. Зважаючи на доробок авторів, варто зазначити, що відсутність чіткого алгоритму формування стратегії є одним із стримуючих факторів ефективного розвитку території.

**Постановка завдання** полягає в дослідженні сучасного стану та проблем розробки стратегії економічного розвитку на рівні регіону, обґрунтуванні алгоритму процесу стратегічного планування економічного розвитку території.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Місцевий розвиток характеризується комплексом різноманітних просторових, економічних, соціальних, культурно-духовних, екологічних та інших особливостей, які необхідно враховувати в процесі територіального планування. Саме тому на території розробляється не один, а низка планових документів, кожен з яких має свій об'єкт, принципи, призначення, а разом вони формують цілісну систему планування територіального розвитку. Обов'язковими для розробки, базовими видами планових документів на місцевому рівні є: стратегії територіального розвитку; просторові програми (Генеральні плани населених пунктів); щорічні програми соціально-економічного та культурного розвитку територій. Стратегії та щорічні програми місцевого розвитку спрямовані на формування сприятливого середовища для розвитку підприємницького сектора, залучення інвестицій, забезпечення соціальних потреб населення, підвищення рівня його життя. Просторові програми (Генеральні плани) стосуються розвитку території як об'єкта реалізації містобудівної політики місцевої влади. Усі види документів тісно пов'язані між собою,

сприяють вирішенню питань підвищення ефективності функціонування території.

В Україні, як і в інших країнах, активно впроваджується стратегічний підхід до планування сталого територіального розвитку. Розробка довгострокового стратегічного документа необхідна для визначення діючих тенденцій і закономірностей місцевого розвитку, формування на цій основі сценаріїв перспективного соціально-економічного та екологічного розвитку території, визначення етапів і термінів досягнення місцевих пріоритетів. Стратегія економічного розвитку території – це взаємоузгоджений комплекс дій, які здійснюються для досягнення поставлених цілей з формування ефективної території з урахуванням існуючого ресурсного потенціалу, факторів та обмежень зовнішнього середовища. Вона являє собою ділову концепцію (бізнес-концепцію), направлену на створення реальних конкурентних переваг території, які здатні зберігатися тривалий час.

В сучасних умовах стратегічне планування регіонального розвитку в Україні базується на Державній стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року [4]. Її розробка та прийняття були обумовлені низкою обставин екзогенного та ендогенного характеру, які суттєво змінили умови розвитку країни та окремих територій:

- недосконалість існуючої державної регіональної політики;
- анексія Криму, негативний вплив військових дій та нестабільності політичної ситуації на економічний розвиток східних регіонів України;
- важливість врахування впливу таких світових тенденцій просторового розвитку, як: урбанізація, депопуляція села, зміна системи розселення; загальна відкритість світу до руху робочої сили; фінансово-економічна криза, обмеженість ресурсів, зростання світової потреби у продовольстві, орієнтація на території, які є найбільшими виробниками продовольства;
- необхідність розробки в умовах євроінтеграції стратегічних орієнтирів розвитку відповідно до європейських стандартів на період, що синхронізується з плановими та бюджетними циклами Євросоюзу [4].

Зауважуючи, що згадана Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року змінила попередню *Державну стратегію регіонального розвитку на період до 2015 року*, деякі науковці стверджують, що "...концепція стратегічного планування регіонального розвитку в Україні з урахуванням найкращих практик країн Європейського Союзу наразі лише формується" [2, с. 35], та наголошують на слабких місцях в організації та інформаційно-методичному забезпеченні стратегічного планування. А. Бойко виділяє серед основних чинників низької результативності стратегічного планування регіонального розвитку в Україні "формальне сприйняття Стратегії як документа, що визначає основні напрями та пріоритети розвитку на тривалу перспективу; нехтування ключовими принципами розробки та реалізації стратегії; недостатнє кадрове забезпечення та низький рівень володіння

інструментарієм стратегічного планування; закріплення відповідальності за розробку та реалізацію Стратегії виключно за органами влади; формальний підхід до оцінювання результативності реалізації стратегії регіонального розвитку” [2, с. 30].

Разом з тим, звертаючи увагу на недосконалість та недоліки в державній регіональній політиці, вважаємо, що за період незалежності України було накопичено й певний досвід стратегічного регіонального управління. О. О. Лукашов акцентує, що “сучасна регіональна влада вже достатньо спроможна формулювати життєздатні стратегії свого розвитку, що “синхронізовані” з глобальними економічними трендами і навіть проектами, містять просторову проекцію на національні стратегічні пріоритети України й істотно впливають на економічні процеси та порядок денний на субнаціональному рівні з використанням різних інструментів державного управління” [9, с. 2].

Підкреслимо, що розробка стратегії є складним процесом, крім того, як свідчить аналіз фахової літератури, єдиного підходу до порядку її формування не існує. Слід зазначити, що послідовність процесу прийняття кожного конкретного рішення стосовно формування стратегії економічного розвитку території багато в чому визначається особливістю ситуації, спеціалізацією, специфікою підприємств, що здійснюють господарську діяльність, а тому на кожному етапі планування набір процедур може змінюватися, залишаючи незмінною лише загальну технологію процесу. Підтримуємо думку Г. О. Ніколенка стосовно того, що методіку стратегічного планування розвитку територіальної громади необхідно обирати та розробляти на основі прагматичного відбору елементів різних концепцій і методик та їх синтезу з метою забезпечення необхідної гнучкості, відносної свободи дій у виборі механізму та інструментів реалізації стратегії в специфічних соціально-економічних умовах життєдіяльності територіальної громади [11].

З огляду на це та інші дослідження [5; 13; 16] нами розроблено алгоритм процесу стратегічного планування економічного розвитку території, що передбачає логічну послідовність здійснення процесу планування та враховує можливість коригування дій у разі прийняття необґрунтованих рішень та виявлення неефективності розвитку території (рис. 1).

На першому етапі відбувається оцінка досягнутого рівня розвитку території за допомогою використання системи показників економічного і соціального розвитку (система показників повинна бути сформована максимально репрезентативно, а самі показники коректно розраховані на основі достовірної інформаційної бази). І хоча Т. Уманець зауважує, що “в науковій літературі останніх років можна зустріти найрізноманітніші думки з приводу оцінки соціально-економічного розвитку регіону” [14, с. 6], вважаємо, що на особливу увагу тут заслуговує діагностика економічного потенціалу регіону та рівня управління ним, яка може здійснюватися за допомогою визначення загального

рівня економічного розвитку, а також за компонентною оцінкою окремих складових потенціалу та ступеня їх використання. У функціональному складі економічного потенціалу регіону слід розглядати такі елементи, як: природно-просторовий, економічний, трудовий, науково-інформаційний, інноваційно-інвестиційний, організаційно-управлінський потенціал.

Аналіз дає змогу визначити такі характеристики, як: місткість розміщених ресурсів і виробництва, ефективність ресурсних обмежень, сприйнятливість регіону до інновацій, ступінь використання наявних ресурсів або потенціалу, тенденції економічного зростання та зміни соціально-економічних параметрів. Важливим є також аналіз взаємопов’язаності регіонального комплексу, що окреслює його відносну автономність або, навпаки, залежність від інших регіонів, тобто характер міжрегіональних зв’язків. Оцінка рівня економічного розвитку регіону дозволяє зробити висновок про те, наскільки розвинене середовище для роботи бізнес-структур, сприятливі умови для розвитку підприємницької діяльності та про ризики, з якими стикаються власники бізнесу в регіоні.

На другому етапі відбувається оцінка галузевої спеціалізації та пріоритетних напрямів розвитку регіональної економіки, що дозволяє визначити галузі, які є найбільш привабливими для інвесторів, найбільш перспективні ринки продукції, галузі, в яких існує незадоволений попит, а також можливості для розвитку суміжних галузей. Співвідношення наявних галузей кожної з груп діяльності має значення для визначення перспектив подальшого розвитку регіону. Також аналіз галузевої специфіки регіону дозволяє визначити ризики, властиві економіці регіону в разі його спеціалізації у певних видах діяльності. З метою проведення ґрунтовного аналізу регіональної економіки ми пропонуємо здійснювати його за наступними складовими: дослідження чисельності та зайнятості населення в розрізі галузей; аналіз обсягу та галузевої структури інвестицій; оцінка екологічної ситуації в регіоні; аналіз стану промисловості; аналіз стану сільського господарства; оцінка стану транспорту і логістики; аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності; аналіз стану внутрішньої торгівлі; аналіз стану сфери обслуговування тощо. Таке дослідження дозволяє визначити базові для регіону галузі, які, як правило, є основними експортерами, підтримують інші сфери і виробництва.

Подальші етапи аналітичного дослідження пов’язані з визначенням сильних і слабких сторін зовнішнього середовища, переваг і можливостей, детермінантів розвитку території. Вивчення зв’язків між наукою, бізнесом, владою, територіальною громадою як головних стейкхолдерів, їх інтересів та цілей в економічному розвитку території дозволяє оцінити узгодженість останніх, виявити проблеми розвитку території в умовах євроінтеграції та обґрунтувати доцільність розробки стратегії економічного розвитку території для їх вирішення.

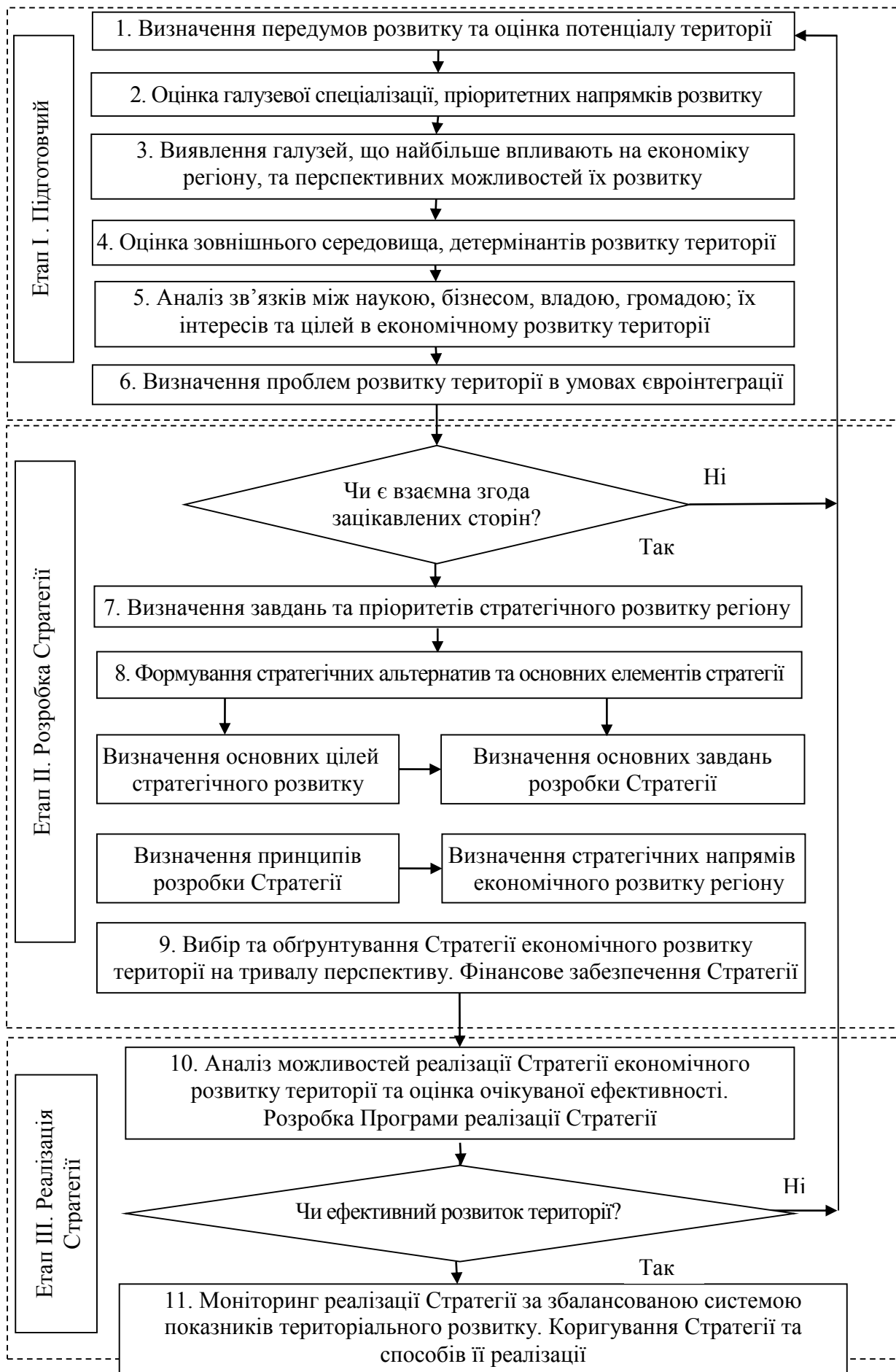


Рис. 1. Алгоритм стратегічного планування економічного розвитку території

Наступним кроком є створення механізму формування стратегії економічного розвитку території, що включає сукупність цілей, завдань, принципів, функцій, методів, важелів та інструментів, які використовуються в процесі її побудови. У формуванні такого механізму пріоритетна роль має належати державі. Державна та регіональна влада повинні взяти на себе координуючу функцію, виступити активним ініціатором і, що важливо, учасником інноваційних проектів територіального розвитку. Механізм формування стратегії покликаний створити умови для інтеграції науки, бізнесу, влади та територіальної громади з метою забезпечення сталого економічного розвитку території.

Стратегію не можна розглядати як просте вибудовування програми під задалегідь поставлені цілі. Еволюція цілей є невід'ємною частиною формування стратегії. Ефективні стратегії розвиваються навколо декількох ключових концепцій та напрямів, що надає їм узгодженість, збалансованість та сфокусованість на досягненні поставленої мети. Концепція формулює основні цілі та макрозавдання, а стратегія забезпечує їх виконання [8, с. 44].

Узагальнюючи підходи вчених [2; 15], виокремимо основні принципи ефективного стратегічного планування як інструмента забезпечення сталого розвитку регіону:

- чітка ідентифікація цілей, пріоритетів і напрямів розвитку регіону, конкретизація індикативних показників для моніторингу рівня їх досягнення;
- використання системного, ситуаційного та цільового підходів;
- гнучкість: можливість внесення коректив та координації заходів з реалізації стратегії;
- адаптивність до змін в загальному суспільному та соціально-економічному житті країни, в зовнішньополітичній ситуації;
- обґрунтованість, науковість внаслідок залучення до розробки, крім зацікавлених сторін (представників бізнесу та громадського сектора), кваліфікованих фахівців, вчених, експертів, в т.ч. зарубіжних;
- комплексність: розгляд регіону як складної соціально-економічної системи;
- інформаційна відкритість, об'єктивність та реальність: стратегія повинна базуватися на об'єктивній оцінці наявного потенціалу регіону, рівня його використання та потенційних можливостей у досягненні стратегічних цілей та завдань;
- соціальна відповідальність перед територіальною громадою та суспільством.

При цьому реалізація стратегічного планування передбачає дотримання таких вимог: тривалий горизонт планування (5 і більше років); спрямування плану на подальший розвиток регіону та забезпечення позитивної динаміки; забезпечення максимального використання наявного потенціалу регіону.

Визначення основних цілей та завдань стратегічного розвитку обумовлює ідентифікацію стратегічних напрямів економічного розвитку території. Варто наголосити, що збільшення кількості стратегічних альтернатив утруднює розрахунки та

вибір, а зменшення – знижує обґрунтованість вибору. Тому на даному етапі стратегічного планування важливо: оптимізувати кількість альтернатив вибору й здійснення Стратегії; виключити ті альтернативи, що за даними попереднього аналізу не зможуть бути реалізованими, не відповідають визначеним цілям чи не дадуть бажаних (очікуваних) результатів; визначити витрати та джерела їх покриття; порівняти стратегічні альтернативи за критерієм “витрати – ефективність”. Оцінка розробленої Стратегії економічного розвитку території має провадитися за такими головними параметрами:

- ступінь її узгодженості із зовнішнім середовищем (відповідність розробленої Стратегії прогнозованому розвитку економіки країни, змінам кон'юнктури товарного та фінансового ринків);
- рівень внутрішньої збалансованості Стратегії (взаємоузгодженість окремих цілей та цільових показників, достатність фінансового забезпечення для реалізації Стратегії, ефективність й взаємоузгодженість заходів щодо забезпечення її реалізації);
- можливість реалізації Стратегії з урахуванням наявного потенціалу регіону (природно-просторового, економічного, трудового, науково-інформаційного, інноваційно-інвестиційного, організаційно-управлінського);
- прийнятність рівня ризиків, пов'язаних з реалізацією Стратегії (допустимість рівня господарських ризиків для функціонування регіону з позицій можливого розміру фінансових втрат);
- очікувані результати реалізації Стратегії.

Важливими аспектами формування та подальшої успішної реалізації Стратегії є: чітке визначення заходів, направлених на досягнення стратегічних цілей і завдань, в Програмі реалізації Стратегії; реалізація заходів, які приносять швидкі результати та надають упевненості у загальному успіху; постійне інформування зацікавлених сторін про виокремлення (коригування) поточних цілей та досягнуті результати; чітке визначення обов'язків та виконавців за окремими розділами Програми реалізації Стратегії; точне дотримання проміжних часових рамок; визначення проміжних критеріїв та відповідних пунктів на шляху до визначених пріоритетів розвитку території.

Перехід до етапу реалізації Стратегії передбачає оцінку ефективності та моніторинг реалізації Стратегії за збалансованою системою показників територіального розвитку. Налагоджена система постійного моніторингу стану виконання заходів Програми реалізації Стратегії необхідна для своєчасного коригування Стратегії та способів її реалізації.

Ефективно побудована стратегія економічного розвитку території дозволить отримати наступні переваги: виокремити конкретні цілі та перспективні напрями економічного розвитку території; оцінити сильні та слабкі сторони економіки регіону з позицій конкурентів, можливостей, обмежень та змін навколишнього середовища; скоординувати діяльність всіх стейкхолдерів щодо забезпечення внутрішніх та зовнішніх потреб територіального розвитку; встановити взаємозв'язки, що сприятимуть

посиленню конкурентних позицій території; забезпечити раціональний розподіл обмежених економічних ресурсів; використати планування, організацію, управління та контроль як функції регіональної системи стратегічного менеджменту.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Стратегічне планування дозволяє узгодити діяльність науки, підприємницьких структур, територіальної громади та органів місцевої влади, оптимально використати наявний економічний потенціал та переваги території. Основними етапами розробки та реалізації Стратегії економічного розвитку території є: визначення передумов та детермінантів розвитку; оцінка галузевої спеціалізації, пріоритетних напрямків розвитку, потенціалу території; аналіз зв'язків між наукою, бізнесом, владою, громадою, їх інтересів та цілей в економічному розвитку території; визначення завдань та пріоритетів стратегічного розвитку регіону; обґрунтування Стратегії економічного розвитку території та її фінансове забезпечення; розробка Програми реалізації Стратегії; організація системи управління та контролю за реалізацією Стратегії.

Успішна реалізація Стратегії економічного розвитку території дозволить активізувати розвиток науки, запровадити сучасні методи виробництва, забезпечити високий рівень якості та конкурентоспроможність продукції, розширити ринки її збуту (всередині країни та за її межами), збільшити кількість робочих місць і, як наслідок, скоротити трудову міграцію, підвищити рівень життя населення в регіоні.

Подальших досліджень потребує відображення аспектів соціальної відповідальності стейкхолдерів в Стратегії економічного розвитку території.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Берданова О. Стратегічне планування місцевого розвитку / О. Берданова, В. Вакулєнко; Швейцарсько-український проект "Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO". – К. : ТОВ "Софія-А", 2012. – 88 с.
2. Бойко А. Планування регіонального розвитку в Україні / А. Бойко // Вісник КНТЕУ. – 2017. – № 1. – С. 19-35.
3. Газарян А. Стратегічне планирование в местном самоуправлении. Теоретические заметки и методический материал для тренингов / А. Газарян. – К. : Largis, 2002. – 100 с.
4. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF>.
5. Дробенко Г. О. Стратегічне планування розвитку територіальних громад / Г. О. Дробенко, Р. Л. Брусак, Ю. І. Свірський. – Львів : Вид-во "СПОЛОМ", 2001. – 118 с.
6. Карий О. Стратегічне планування розвитку міста / О. Карий. – Львів : ЗУКЦ, 2007. – 317 с.

7. Куйбіда В. С. Регіональний розвиток та просторове планування територій: досвід України та інших держав-членів Ради Європи : зб. / В. С. Куйбіда, В. А. Негода, В. В. Толкованов. – К. : Вид-во "Крамар", 2009. – 170 с.

8. Куйбіда В. С. Територіальне планування в Україні: європейські засади та національний досвід / В. С. Куйбіда, Ю. М. Білоконь. – К. : Логос, 2009. – 108 с.

9. Лукашов О. О. Стратегічний розвиток регіону під впливом викликів глобалізації: концептуальна постановка / О. О. Лукашов // Теорія та практика державного управління. – 2016. – № 3(54). – С. 1-6.

10. Мамонова В. В. Концептуальні засади створення нової національної системи планування розвитку регіонів / В. В. Мамонова // Управління сучасним містом. – 2002. – № 1-3 (5). – С. 43-49.

11. Ніколенко Г. О. Організація стратегічного планування розвитку регіонів [Електронний ресурс] / Г. О. Ніколенко. – Режим доступу : <https://www.sworld.com.ua/konfer27/827.pdf>.

12. Нудельман В. Розробка Стратегії розвитку територіальної громади: загальні засади методики / В. Нудельман, І. Санжаровський. – К. : Вид-во "Дата Банк Україна", 2002. – 232 с.

13. Пархоменко В. Громада планує майбутнє: практич. посіб. зі стратегічного планування розвитку міст / В. Пархоменко, В. Прошко // Аспекти самоврядування. – 2000. – № 2. – С. 1-20.

14. Уманець Т. В. Методологія оцінки регіонального економічного розвитку в умовах трансформації економіки України : дис. ... доктора екон. наук : 08.00.05 "Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка" / Т. В. Уманець. – Одеса, 2008. – 387 с.

15. Чухно І. А. Стратегічне планування як інструмент забезпечення сталого розвитку регіону [Електронний ресурс] / І. А. Чухно. – Режим доступу : <https://repo.knmu.edu.ua>.

16. Шаров Ю. П. Стратегічне планування та реалізація політики на центральному, регіональному та місцевому рівнях / Ю. П. Шаров. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 56 с.

## REFERENCES

1. Berdanova, O. and Vakulenko, V. (2012), *Stratehichne planuvannya mistsevoho rozvytku, DESPRO, TOV "Sofyia-A"*, Kyiv.
2. Bojko, A. (2017), *Planuvannya regional'nogo rozvytku v Ukrayini, Visnyk KNTEU*, vol. 1, s. 19-35.
3. Hazarian, A. (2002), *Stratehichnoe planyrovanye v mestnom samoupravlenyy*, Largis, Kyiv.
4. *Derzhavna strategiya regional'nogo rozvytku na period do 2020 roku* [Online], available at : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF>.
5. Drobenko, H. O., Brusak, R. L. and Svyrskiy, Yu. I. (2001), *Stratehichne planuvannya rozvytku terytorial'nykh hromad, SPOLOM*, L'viv.
6. Karyj, O. (2007), *Stratehichne planuvannya rozvytku mista, ZUKT*, L'viv.

7. Kujbida, V. S., Negoda, V. A. and Tolkovanov, V. V. (2009), Regional'nyj rozvytok ta prostorove planuvannia terytorij: dosvid Ukrainy ta inshykh derzhav-chleniv Rady Yevropy, Kramar, Kyiv.

8. Kujbida, V. S. and Bilokon', Yu. M. (2009), Terytorial'ne planuvannia v Ukraini: ievropejs'ki zasady ta natsional'nyj dosvid, Lohos, Kyiv.

9. Lukashov, O. O. (2016), Strategichnyj rozvytok regionu pid vplyvom vyklykiv globalizaciyi: konceptual'na postanovka, Teoriya ta praktyka derzhavnogo upravlinnya, vol. 3(54), s. 1-6.

10. Mamonova, V. V. (2002), Conceptual basis for the creation of a new national regional development planning system, Management of a Modern City, vol. 1-3 (5), s. 43-49.

11. Nikolenko, G. O. Organizaciya strategichnogo planuvannya rozvytku regioniv [Online], available at : <https://www.sworld.com.ua/konfer27/827.pdf>.

12. Nudel'man, V. and Sanzharovs'kyj, I. (2002), Rozrobka Stratehii rozvytku terytorial'noi hromady: zahal'ni zasady metodyky, Data Bank Ukraina, Kyiv.

13. Parkhomenko, V. and Proshko, V. (2000), Hromada planuie majbutnie: Praktychnyj posibnyk zi stratehichnoho planuvannia rozvytku mist, Self-government's Aspects, vol. 2, s. 1-20.

14. Umanets', T. V. (2008), Methodology for assessing regional economic development in the conditions of transformation of the Ukrainian economy: synopsis of a thesis for a doctor of economic science: spec. 08.00.05, Odesa, 387 p.

15. Chuxno, I. A. Strategichne planuvannya yak instrument zabezpechennya stalogo rozvytku regionu [Online], available at : <https://repo.knmu.edu.ua>.

16. Sharov, Yu. P. (2004), Stratehichne planuvannia ta realizatsiia polityky na tsentral'nomu, rehional'nomu ta mistsevomu rivniakh, Tsentri navchal'noi literatury, Kyiv.



УДК 004.738.5:658.8

*Шиндировський І. М.,  
к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський  
торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Мищук І. П.,  
д.е.н., проф., завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський  
торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Шалева О. І.,  
к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський  
торговельно-економічний університет, м. Львів*

## **ХАРАКТЕРИСТИКА КОРИСТУВАЧІВ ВСЕСВІТНЬОЇ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

***Анотація.** У статті досліджуються світова і вітчизняна аудиторія інтернет-користувачів: загальна кількість, географічне розташування, демографічні характеристики, досвід роботи в Інтернеті, мотивація присутності в мережі, витрати часу на пошук інформації, обсяги купівель через Інтернет. Охарактеризовано особливості розвитку Інтернету в Україні. Подано соціологічно-демографічну характеристику аудиторії української частини Інтернету. За результатами дослідження визначаються напрями подальшого розвитку застосування Інтернету в процесі здійснення господарської діяльності в умовах глобалізації. У перспективі використання глобальної мережі Інтернет, застосування сучасних інформаційних технологій суб'єктами господарювання є необхідним засобом забезпечення їх позитивної результативності і підвищення конкурентоспроможності.*

**Ключові слова:** бізнес, глобальна мережа, електронна комерція, Інтернет, інформаційні технології, користувач.

*Shyndyrovskiy I. M.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and  
Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Mishchuk I. P.,  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Entrepreneurship, Trade and  
Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Shaleva O. I.,  
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and  
Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

## **CHARACTERISTICS OF THE USERS OF GLOBAL INTERNET NETWORK**

***Abstract.** The article investigates the global and domestic Internet users' audience: total number, geographical location, demographic characteristics, Internet experience, motivation for online presence, time spent searching for information, volume of purchases over the Internet. The peculiarities of Internet development in Ukraine are characterized. The sociological and demographic characteristics of the Ukrainian part of the Internet audience are presented. According to the results of the study, the directions of further development of the Internet use in the process of economic activity in the conditions of globalization are*

*determined. In the future, the use of the global Internet network, the use of modern information technologies by business entities is essential to ensure their positive effectiveness and competitiveness increase.*

**Keywords:** business, global network, e-commerce, Internet, information technologies, user.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-17>

**Постановка проблеми.** Глобальна мережа Інтернет на сучасному етапі розвитку людства стала всеохоплюючим явищем світового масштабу. Вона назавжди змінила життя людини, поведінку користувачів Інтернету. Як прості громадяни, так і суб'єкти господарювання все частіше спілкуються, проводять дослідження, приймають рішення щодо купівлі-продажу, рекламують товари, послуги та ін., шукають підтримку щодо вирішення різних проблем в Інтернеті.

Успіх господарської діяльності, до якої активно залучене середовище Інтернету, де самі користувачі керують процесом навігації, може визначатися тільки тим, наскільки такий бізнес враховує потреби, бажання та переваги користувачів Інтернету. Відповіді на ці питання повинні дослідження аудиторії мережі Інтернет та її уподобань. Володіння достовірною інформацією про кількісний і якісний склад груп населення, які постійно користуються Інтернетом, дозволяє не лише відшукати правильний підхід до цих людей, але й мудро спланувати господарську діяльність, проводити окремі заходи в сфері бізнесу з використанням мережі Інтернет.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В науковій літературі як у теоретичному, так і практичному аспекті вивчалися проблеми використання окремих ресурсів і сервісів Інтернету суб'єктами господарювання, а також приватними особами. Такі дослідження проводили І. В. Бойчук [1], А. М. Виноградська [2], В. В. Дергачова [3] та ін. Джерелами статистичної інформації, новин і аналітики щодо розвитку Інтернету є ряд спеціалізованих організацій, які досліджують світову і вітчизняну аудиторію інтернет-користувачів. Узагальнення таких досліджень дає можливість суб'єктам господарювання правильно вибудовувати свою ринкову стратегію з метою здобуття конкурентних переваг, здійснюючи пошук своїх клієнтів і кращих ринків для продажу товарів і послуг.

**Постановка завдання.** В даний час є потреба подальшого дослідження аудиторії інтернет-користувачів, практики використання Інтернету в господарській діяльності суб'єктів, створення ефективного

механізму функціонування суб'єктів господарювання в умовах глобалізації.

З огляду на зазначене вище основною метою статті є дослідження аудиторії інтернет-користувачів, їх уподобань і переваг з метою визначення напрямів їх подальшого розвитку, перспектив застосування Інтернету в процесі здійснення господарської діяльності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні більше половини населення світу користуються Інтернетом. Число інтернет-користувачів у світі в 2018 році перевищило позначку в 4 мільярди осіб (на 30 червня 2018 року кількість глобальних користувачів Інтернету склала 4208571287 осіб; в 2017 році глобальних користувачів Інтернету нараховувалось 3,777 мільярди). Останні дані згідно зі звітами 2018 Global Digital від We Are Social ([www.wearesocial.com.uk](http://www.wearesocial.com.uk)) та Hootsuite ([www.hootsuite.com](http://www.hootsuite.com)) показують таке:

- чисельність глобальних користувачів у соціальних мережах склала 2,80 мільярди, що дорівнює 37% проникнення;
  - глобальних мобільних користувачів нараховувалось 4,92 мільярда, що дорівнює 66% проникнення;
  - глобальних користувачів мобільних соціальних мереж було 2,57 мільярди, що дорівнює 34% проникнення;
  - глобальних користувачів електронної комерції – 1,61 мільярди осіб, що дорівнює 22% проникнення;
  - майже чверть мільярда нових користувачів з'явилися в Інтернеті вперше в 2017 році. Одинадцять нових користувачів Інтернету на секунду.
- Значну частину зростання інтернет-користувачів у 2017 році спричинили більш доступні смартфони та мобільні плани даних. У цьому році понад 200 мільйонів людей отримали свій перший мобільний пристрій, а дві третини жителів світу – 5,135 мільярда – тепер мають мобільний телефон.

Більше половини телефонів, які використовуються сьогодні, є "розумними" пристроями, тому людям стало ще простіше користуватися багатьма можливостями Інтернету.

Таблиця 1

**Чисельність користувачів Інтернету в 2018 році (на початок року) [7, 8]**

Регіони світу	Кількість користувачів Інтернету, млн	Активні медіа-користувачі, млн	Мобільний Інтернет, млн	Активні мобільні користувачі, млн
Африка	435	191	1040	172
Америка	741	648	1070	581
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	2007	1779	4318	1713
Європа	674	448	1106	376

В Африці спостерігаються найшвидші темпи зростання кількості користувачів Інтернету. Кількість користувачів Інтернету контенту збільшилася більш ніж на 20 відсотків у порівнянні з попереднім роком, а кількість користувачів Інтернету в Малі збільшилася майже в 6 разів. Кількість користувачів Інтернету в Беніні, Сьєрра-Леоне, Нігері та Мозамбіку зросла за 2017 рік більше ніж удвічі.

Темпи проникнення Інтернету все ще є низькими в більшості країн Центральної Африки та Південної Азії. Але в цих регіонах також спостерігаються швидкі темпи зростання доступу до Інтернету.

В країнах, що розвиваються, також спостерігаються позитивні тенденції щодо доступу до Інтернету користувачів, оскільки такі компанії, як Google, Facebook, Alibaba, Tencent, прагнуть постачати масштабні глобальні продукти, які відповідають потребам і контекстам цих нових користувачів.

Використання соціальних мереж продовжує стрімко зростати, і кількість людей, що використовують топ-платформу в кожній країні, за 2017 рік щоденно збільшувалася майже на 1 млн осіб нових користувачів. Понад 3 мільярди людей у всьому світі зараз використовують соціальні мережі щомісяця, а 9 з 10 користувачів отримують доступ до обраних платформ через мобільні пристрої.

Протягом 2017 року загальна кількість людей, які користуються соціальними мережами, зросла на 13%, а Центральна та Південна Азія відзначають найвище зростання (на 90% та 33% відповідно).

Саудівська Аравія демонструвала динамічні темпи зростання – 32 відсотки, Індія показала 31 відсоток річного приросту користувачів соціальних мереж.

Таблиця 2

**Рейтинг проникнення Інтернету в окремих країнах світу [7, 8]**

Країни	% користувачів	Кількість користувачів, осіб
Катар	99	2640360
ОАЕ	99	9376171
Кувейт	98	4100000
Бахрейн	98	1499193
Норвегія	98	5222786
Андорра	98	75366
Данія	97	5571635
Люксембург	98	572216
Ісландія	98	329675
Бермудські острови	98	60125
Демократична Республіка Конго	6	5133940
Північна Корея	0,06	16000
Еритрея	1	71000
Західна Сахара	5	28000
Нігерія	4	946440
Бурунді	6	617116
Гвінея-Бісау	6	120000
Мадагаскар	7	1900000

Таблиця 3

**Активні користувачі соціальних мереж у світі на 2018 рік [7, 8]**

Соціальна мережа	Користувачі, млн осіб
Facebook	2167
YouTube	1500
WhatsApp	1300
Instagram	800
Tumblr	794
Sina Weibo	376
Twitter	330
Telegram	100
BBM	63
Vkontakte	97

Вже третій рік поспіль філіппінці витрачають найбільше часу на соціальні медіа. Середній користувач у країні витрачає майже 4 години на соціальні послуги щодня. Бразильці дещо відстали, але утримують друге місце. Індонезійці та тайці обігнали аргентинців, щоб зайняти третю і четверту сходинки в рейтингу.

Всі платформи Facebook Inc демонстрували значне зростання протягом 2017 року. Основна платформа Facebook все ще домінує у глобальному соціальному ландшафті. При цьому загальна кількість користувачів збільшилася на 15 відсотків у порівнянні з попереднім роком, що на початку 2018 року становить майже 2,17 мільярди осіб.

WhatsApp і Facebook Messenger зростають вдвічі швидше, ніж основна платформа Facebook, хоча кількість користувачів, що використовують кожну програму Messenger, збільшувалась на 30 відсотків на рік.

Останні дані від SimilarWeb показують, що WhatsApp має сильнішу географічну позицію. WhatsApp тепер є найпопулярнішою програмою Messenger у 128 країнах світу, порівняно з 72-ма країнами, де лідерство утримує Facebook Messenger.

У даний час в усьому світі існують лише 25 країн, де додаток, що належить компанії Facebook, не є основною платформою для обміну повідомленнями.

У межах загального зростання ми бачимо більшу кількість старших користувачів, які також приєднуються до соціальних мереж. Тільки на Facebook кількість користувачів у віці 65 років і вище зросла майже на 20 відсотків за 2017 рік.

Кількість підлітків, що використовують Facebook, також збільшилась. Але кількість користувачів віком від 13 до 17 років зросла лише на 5 відсотків з січня 2017 року.

Гендерні співвідношення залишаються проблемою в Інтернеті. За останніми даними Facebook жінки все ще слабо представлені в більшості країн Центральної Африки, Близького Сходу та Південної Азії.

Останні дані Statista's Digital Market Outlook показують, що загальний обсяг ринку електронної комерції на споживчі товари зріс на 16 відсотків за 2017 рік. Загальні річні витрати в 2017 році досягли майже 1,5 трильйона доларів США. Найбільш популярною категорією в електронній комерції є продукція моди. У всьому світі кількість людей, які використовують платформи електронної комерції для придбання споживчих товарів (наприклад, мода, продукти харчування, електроніка та іграшки), зросла на 8 відсотків, при цьому майже 1,8 мільярди людей у всьому світі купують товари в Інтернеті.

Приблизно 45 відсотків усіх користувачів Інтернету зараз використовують сайти електронної комерції, але проникнення значно відрізняється між країнами.

Сума, яку витрачає кожна людина на електронну комерцію, зростає, а середні доходи на одного користувача (ARPU) зросли на 7 відсотків порівняно з попереднім роком і досягли 833 дол. США.

Британці є найбільшими споживачами електронної комерції. Щорічні витрати у Великобританії зараз перевищують 2000 доларів США на одного користувача.

Варто підкреслити, що це лише цифри для товарів народного споживання; якщо додати витрати на інші категорії, такі як подорожі, цифрові технології та мобільні додатки, загальна вартість електронної комерції в глобальному масштабі, імовірно, буде ближче до 2 трильйонів доларів США.

Згідно з дослідженнями міжнародної організації We are social ([www.wearesocial.com/uk](http://www.wearesocial.com/uk)) в Україні у 2018 році фіксується 25,59 млн активних користувачів Інтернету. Вони складають 58% від загальної кількості населення країни. Через смартфони Інтернетом користуються 18,7 млн громадян України (42% від загального населення).

Згідно з даними дослідження компанії Factum Group Ukraine ([www.factum-ua.com](http://www.factum-ua.com)) в Україні за підсумками 2017 року частка жінок у загальній кількості інтернет-користувачів становить 51%. У містах з населенням більше 100 тисяч осіб регулярними користувачами Інтернету є 73% населення, менше 100 тисяч – 59%, в селах – 52% жителів.

Якщо говорити про соціальні мережі, то в Україні налічується 13 млн користувачів, з них 22% користуються Twitter та іншими мережами через смартфони. 13 млн українців хоч раз у місяць з'являються у Facebook. З усіх користувачів більшість складають жінки (57%).

Також популярністю в українців користується Instagram. Соціальна мережа для публікації фото і відео налічує 7,2 млн українців. Це 16% від загальної кількості населення України.

Інші дослідження провела компанія Kantar TNS ([www.tns-ua.com](http://www.tns-ua.com)). За даними компанії Kantar TNS за 2018 рік кількість інтернет-користувачів в Україні зросла на 7% – якщо рік тому глобальною мережею користувалося 63% українців у віці від 12 до 70 років, то в поточному році їх кількість зросла до 70%.

Проникнення Інтернету досить рівномірно зростає серед всіх вікових категорій. В трійці лідерів очікувано підлітки і молодь віком від 14 до 35 років (всі три вікові групи в даному діапазоні набрали частку понад 90%). Найменше Інтернетом користуються люди, які старші від 56 років. Відзначається, що навіть в найбільш пасивних категоріях помітний явний приріст – наприклад, у діапазоні 46-55 років частка з 2017 по 2018 рік зросла на 13% (з 48% до 61%) (рис. 2).

Мобільними пристроями для виходу в Інтернет користуються 54,5% українців у віці 12-70 років (абсолютна кількість – 16,7 млн осіб), хоча роком раніше ця частка становила лише 39%. Найактивніше зростає частка смартфонів – з 37% в 2016 до 57% в 2017 і 74% в 2018 році. Частка планшетів практично не змінюється, складаючи близько 20%, а ось десктопи втрачають свою частку (з 89% до 82%) за рахунок помітного приросту смартфонів і розвитку 3G і 4G мереж в Україні.

У 2017 році смартфони назвали головним інтернет-пристроєм для виходу в Інтернет 28% опитаних, ноутбук – 67%, а планшет – всього 5%. У 2018 році ці ж частки розподілилися наступним чином: смартфон – 45% (+17%), ноутбук – 49% (-18%), планшет – 4% (-1%). При цьому під смартфоном мається на увазі досить велика модель (59% з екраном 5 дюймів і більше) під керуванням Android OS (82%).

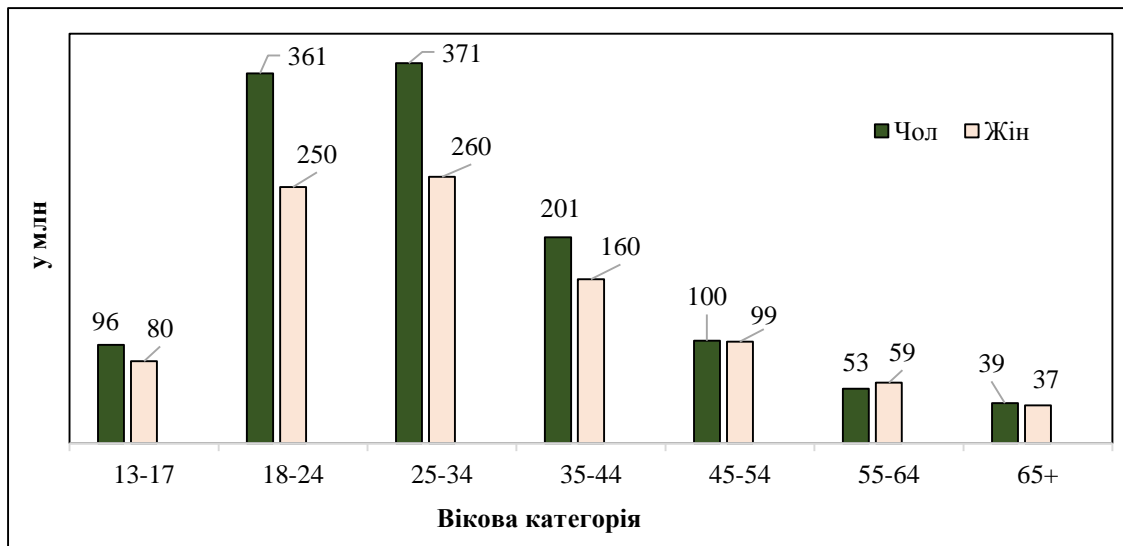


Рис. 1. Вікова структура користувачів Facebook станом на 2018 рік [7, 8]

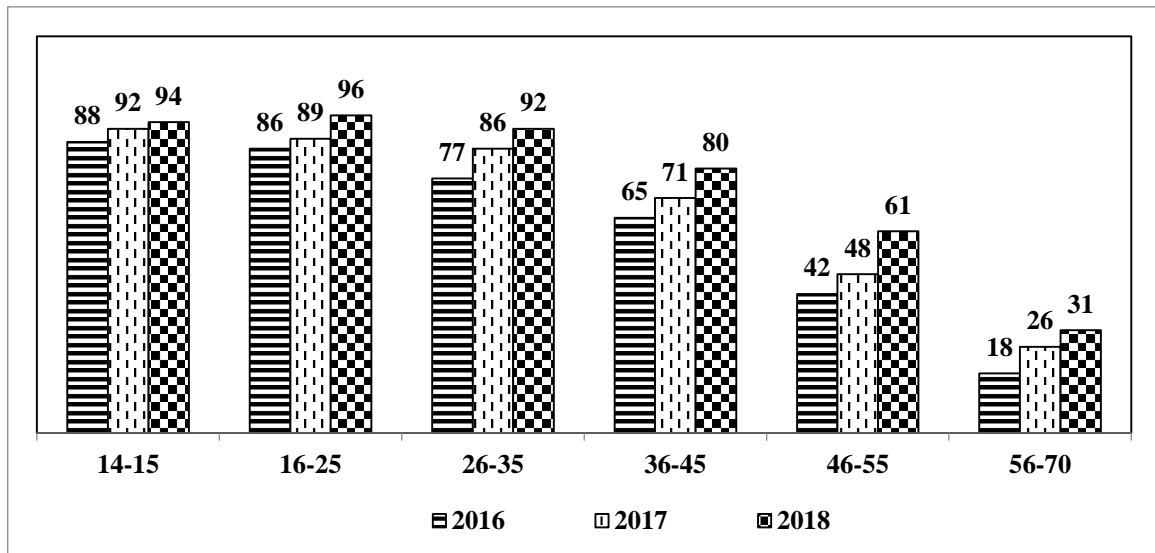


Рис. 2. Вікова структура користувачів Інтернету в Україні за 2016-2018 роки (у % до загальної чисельності користувачів вікової групи) [10]

Таблиця 4

**Відмінності у використанні категорій додатків серед мобільних користувачів Інтернету в Україні (у % до загальної чисельності користувачів) [10]**

Категорії додатків	Мобільні користувачі	Вікові групи, років					
		12-15	16-25	26-35	36-45	46-55	56-70
Соціальні мережі	84	88	92	88	79	73	64
Месенджери	58	57	66	59	56	52	40
Додатки відеоконтенту	57	62	64	58	54	49	47
Ігри	37	62	50	36	29	24	14
Банківські додатки	31	8	30	37	34	30	20
Додатки для покупок	31	20	34	35	32	27	15
Додатки сайтів новин/видавництва	17	9	16	17	18	20	20
Додатки для заняття спортом	10	15	14	10	7	6	5

Середньостатистичний українець проводить в Інтернеті близько 5,5 годин на добу, з яких 58% припадає на стаціонарні комп'ютери (десктопи), 33% – на смартфони і 9% – на планшети. Близько 80% часу користування смартфоном спрямовується на додатки, яких у середньому в кожного українця встановлено 40 одиниць, при цьому найчастіше вони використовуються для пошуку інформації про товари (39%), перегляду відео (36%) і купівель онлайн (25%).

Таблиця 5

**Рейтинг мобільних додатків в Україні у березні 2018 року [10]**

Мобільний додаток	Охоплення, %
Viber	95
YouTube	88
Chrome	88
Gmail	76
Facebook	68
Google Карти	65
Приват24	58
Facebook Messenger	56
Instagram	51
OLX.ua	45
Вконтакте	38
AliExpress	31
Telegram	31
Skype	27
WhatsApp	24

Найпопулярніші серед українців мобільні додатки – Viber (95%), YouTube і Chrome (по 88% кожен), Gmail (76%) і Facebook (68%).

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Проведені дослідження показали, що світова аудиторія Інтернету стрімко зростає. Спостерігається зростання використання Інтернету та соціальних мереж приватними особами і суб'єктами господарювання в усьому світі. Проникнення Інтернету зростає серед всіх вікових категорій, хоча є відмінності щодо окремих регіонів світу. Користувачі все активніше використовують соціальні мережі щодо доступу до Інтернету.

З року в рік рівень комерційного використання Інтернету також зростає, стає атрибутом ділового життя. Приблизно 45 відсотків усіх користувачів Інтернету використовують сайти електронної комерції. Це обумовлено потребою застосування сучасних інформаційних технологій під час пошуку корисної інформації, потенційних клієнтів і ділових партнерів, просування товарів і послуг, розширення ринків збуту, забезпечення результативності рекламних кампаній, для організації ефективної системи зворотного зв'язку з

покупцями та споживачами, реалізації прогресивних технологій у сфері управління. У перспективі використання глобальної мережі Інтернет, застосування сучасних інформаційних технологій суб'єктами господарювання є необхідним засобом забезпечення їх позитивної результативності і підвищення конкурентоспроможності.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Бойчук І. В. Інтернет в маркетингу : підручник / І. В. Бойчук, О. М. Музика. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.
2. Виноградська А. М. Комерційне підприємство: сучасний стан, стратегії розвитку : монографія / А. М. Виноградська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 807 с.
3. Дергачова В. В. Глобалізація бізнесу та Інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми : монографія / В. В. Дергачова, О. О. Скибіна. – Донецьк : ДонДЕУТ, 2007. – 216 с.
4. Куклінова Т. В. Інтернет-торгівля як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах глобалізації / Т. В. Куклінова // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія / [за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2017. – С. 183-191.
5. Шиндировський І. М. Використання глобальної мережі Інтернет у бізнесі / Шиндировський І. М. // Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2018. – Вип. 22. – С. 132-135.
6. Шиндировський І. М. Теоретичні та прикладні аспекти формування системи дистрибуції засобами електронного бізнесу / О. І. Шалева, І. М. Шиндировський, А. І. Міщук // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2018. – № 2 (84).
7. [www.wearesocial.com/uk](http://www.wearesocial.com/uk).
8. [www.hootsuite.com](http://www.hootsuite.com).
9. [www.factum-ua.com](http://www.factum-ua.com).
10. [www.tns-ua.com](http://www.tns-ua.com).

**REFERENCES**

1. Wojchuk, I. V. and Muzyka, O. M. (2010), Internet v marketynhu : pidruchnyk, Tsentr uchbovoi literatury, K., 512 s.
2. Vynohrads'ka, A. M. (2004), Komertsijne pidpryemnytstvo: suchasnyj stan, stratehii rozvytku : monohrafiia, Tsentr navchal'noi literatury, K., 807 s.
3. Derhachova, V. V. and Skybina, O. O. (2007), Hlobalizatsiia biznesu ta Internet-marketynh: perspektvyv i problemy : monohrafiia, DonDEUT, Donets'k, 216 s.
4. Kuklinova, T. V. (2017), Internet-torhivlia iak zasib pidvyschennia konkurentospromozhnosti pidpryemstv v umovakh hlobalizatsii, Teoretichni, metodolohichni ta praktychni aspekty konkurentospromozhnosti

pidpriemstv : monohrafiia, za zah. red. O. H. Yankovoho, Atlant, Odesa, s. 183-191.

5. Shyndyrov's'kyj, I. M. (2018), Vykorystannia hlobal'noi merezhi Internet u biznesi, Pidpriemnytstvo i torhivlia : zbirnyk naukovykh prats', Vydavnytstvo LTEU, L'viv, vyp. 22, s. 132-135.

6. Shyndyrov's'kyj, I. M. Shaleva, O. I. and Mischuk A. I. (2018), Teoretychni ta prykladni aspekty

formuvannia systemy dystrybutsii zasobamy electronoho biznesu, Naukovyj visnyk Poltav's'koho universytetu ekonomiky i torhivli, № 2 (84).

7. [www.wearesocial.com/uk](http://www.wearesocial.com/uk).

8. [www.hootsuite.com](http://www.hootsuite.com).

9. [www.factum-ua.com](http://www.factum-ua.com).

10. [www.tns-ua.com](http://www.tns-ua.com).

## ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 338.48.:334.02

*Барна М. Ю.,*

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

*Білецька І. М.,*

*к.е.н., доц., завідувач кафедри міжнародної економіки, маркетингу і менеджменту, Івано-Франківський навчально-науковий інститут менеджменту Тернопільського національного економічного університету, м. Івано-Франківськ*

### МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ МУЛЬТИСИСТЕМНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

*Анотація.* Метою статті є розробка механізму реалізації стратегії мультисистемного інноваційного розвитку туристичних підприємств України. У роботі досліджено роль стратегії управління інноваційним розвитком туристичних підприємств України як основного документа, що структурує і спрямовує інноваційну діяльність підприємства на забезпечення досягнення визначеної мети та реалізацію поставлених стратегічних цілей. Розглянуто стратегічне бачення та мету стратегії мультисистемного інноваційного розвитку. Висвітлено стратегічні та операційні цілі стратегії інноваційного розвитку туристичного підприємства. Акцентовано увагу на необхідних умовах ефективною реалізації стратегії інноваційного розвитку, серед яких: інформаційно-аналітична, нормативно-правова, фінансова, кадрова, матеріально-технічна. Охарактеризовано та графічно зображено механізм реалізації Стратегії мультисистемного інноваційного розвитку туристичних підприємств України. Перспективою подальших досліджень є обґрунтування умов формування на підприємстві ефективного інституціонального забезпечення, що скеровуватиме інноваційні процеси на досягнення окресленої мети та визначених стратегічних цілей.

**Ключові слова:** механізм, інноваційний розвиток, туристичне підприємство, стратегія, мультисистемність.

*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*

*Biletska I. M.,*

*Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of International Economics, Marketing and Management, Ivano-Frankivsk Educational and Scientific Institute of Management, Ternopil National Economic University, Ivano-Frankivsk*

### MECHANISM OF IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY OF MULTI- SYSTEMIC INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TOURIST ENTERPRISES OF UKRAINE

*Abstract.* The purpose of the article is to develop a mechanism for implementation of the multi-system innovative development strategy of tourist enterprises of Ukraine. The role of the strategy of innovative development management of tourist enterprises of Ukraine as the main document is investigated, which



*structures and directs the innovative activity of the enterprise to ensure achievement of a certain goal and implementation of the set of strategic objectives. The strategic vision and objectives of the multi-system innovative development strategy are considered. The strategic and operational objectives of the innovative development strategy of the tourist enterprise are highlighted. The attention is focused on the necessary conditions for the effective implementation of the innovative development strategy, among which: information-analytical, normative-legal, financial, human resources, material and technical. The mechanism of implementation of the Strategy of Multisystem Innovative Development of Tourist Enterprises of Ukraine is characterized and graphically depicted. The prospect of further research is to substantiate the conditions for the formation of effective institutional support at the enterprise, to direct the innovative processes to achieve the intended goal and identified strategic objectives.*

**Key words:** mechanism, innovative development, tourist enterprise, strategy, multi-system.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-18>

**Постановка проблеми.** Окреслення перспективних сфер та напрямів інноваційного розвитку туристичного підприємства, необхідність їх планування та впровадження в умовах активних інформаційно-технологічних змін, зростання інтерактивності та глобалізації функціонування сучасного туристичного ринку обумовили актуальність розробки стратегії інноваційного розвитку, реалізація якої забезпечить стабільний, структурно збалансований розвиток туристичного підприємства на інноваційних засадах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед сучасних науковців, що займаються дослідженням концепцій стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства, такі вчені як Л. Шульгіна, В. Юхименко. Дослідженню видів забезпечення інноваційного розвитку присвятили свої праці О. Колодізев, А. Крамаренко, О. Пашенко, В. Шимкова, Т. Васильців, Р. Лупак. Проте питання функціонування механізму реалізації політики інноваційного розвитку туристичних підприємств як мультисистемної стратегії є новим і недостатньо розкритим.

**Постановка завдання.** Метою статті є розробка механізму реалізації стратегії мультисистемного інноваційного розвитку туристичних підприємств України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** За сучасних соціально-економічних та технологічних умов, забезпечення активного інноваційного розвитку суб'єктів господарювання України здійснюється за допомогою розробки та впровадження стратегії управління інноваційним розвитком як основного документа, що визначає стратегічну мету та стратегічні цілі – завдання впровадження інновацій, структурує і спрямовує інноваційну діяльність підприємства на забезпечення досягнення визначеної мети та реалізацію поставлених стратегічних цілей.

Стратегічне бачення мультисистемного інноваційного розвитку туристичного підприємства полягає у розбудові туристичного підприємства, з ефективно функціонуючою інноваційною системою, з високим рівнем інноваційного потенціалу функціональних підсистем підприємства, спрямованим на забезпечення конкурентоспроможності та активного й ефективного інноваційного розвитку [6].

Метою стратегії мультисистемного інноваційного розвитку туристичних підприємств України є

забезпечення стабільного і структурно збалансованого розвитку підприємства на інноваційних засадах.

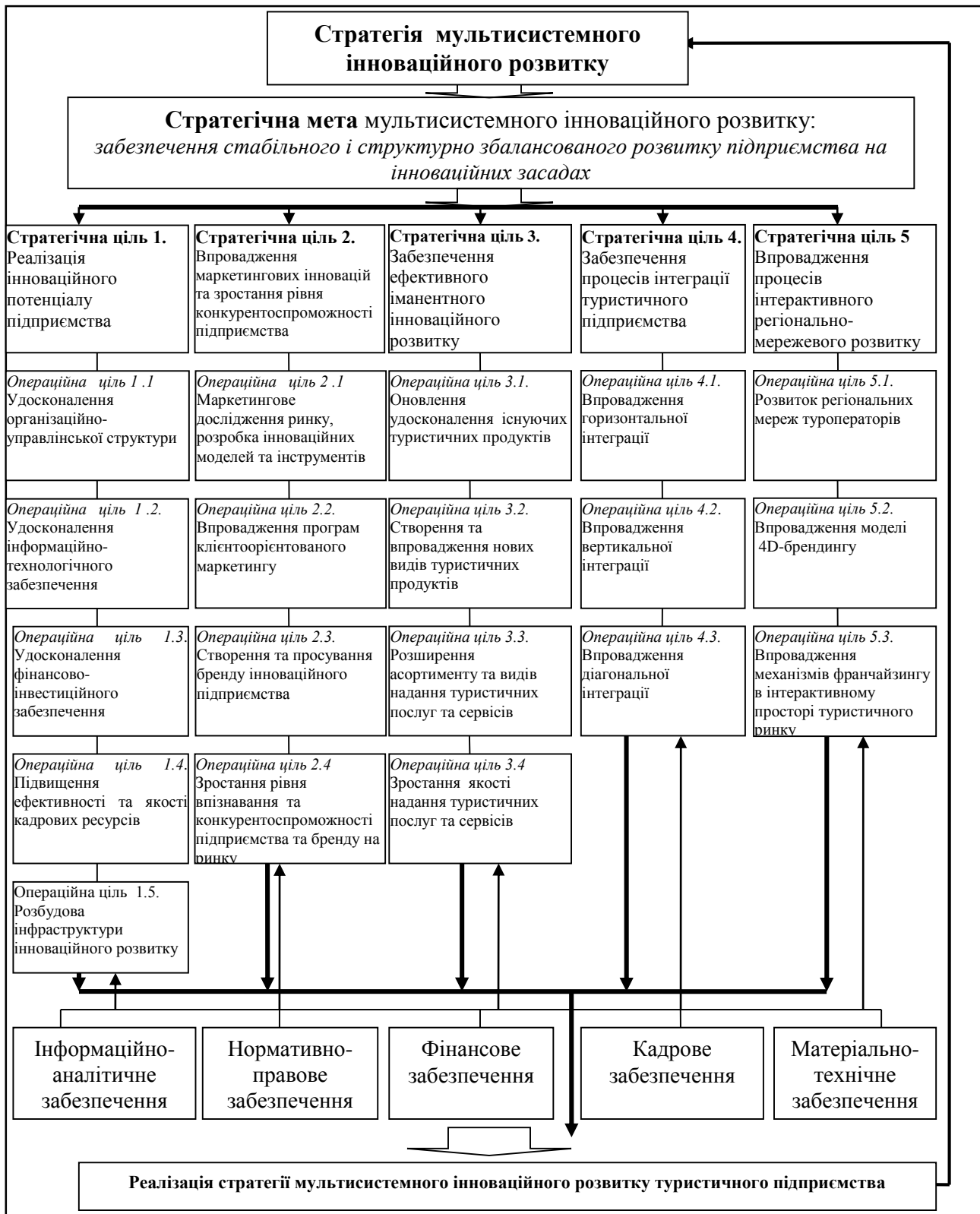
З урахуванням стратегічного бачення, мети, стратегії та перспективних напрямів інноваційного розвитку туристичного підприємства сформовано основні стратегічні цілі інноваційного розвитку: реалізація інноваційного потенціалу підприємства; впровадження маркетингових інновацій; забезпечення ефективного іманентного інноваційного розвитку; забезпечення процесів інтеграції туристичного підприємства; впровадження процесів інтерактивного регіонально-мережевого розвитку та окреслено очікувані результати їх досягнення (рис. 1).

Від обсягів, якості надходження всіх видів забезпечення значною мірою залежить ефективність здійснення інноваційного розвитку та результативність досягнення визначених цілей.

Інформаційно-аналітичне забезпечення реалізації стратегії інноваційного розвитку туристичного підприємства передбачає збір, обробку, аналіз і оцінку, збереження та використання інформації, необхідної для реалізації стратегії інноваційного розвитку туристичного підприємства та загалом впровадження інноваційного розвитку туристичного підприємства. Інформація щодо розвитку ринку, конкурентів, розвитку інноваційних технологій та послуг туристичного ринку, стану і діяльності контрагентів, дослідження попиту споживачів є цінним важливим ресурсом, без якого неможливо розбудувати та реалізувати інноваційну діяльність [3].

Відповідно, аналіз та оцінка інформації, формування на підприємстві дієвого інформаційно-аналітичного забезпечення необхідні не лише з метою дослідження інноваційної діяльності, але й для ефективного функціонування туристичного підприємства та здійснення ним операційної та фінансово-господарської діяльності, майбутнього розвитку.

Нормативно-правове забезпечення реалізації стратегії інноваційного розвитку передбачає розробку, прийняття та виконання необхідних внутрішніх нормативно-правових документів, що регламентують та визначають правові засади здійснення заходів впровадження стратегії.



**Рис. 1. Механізм реалізації Стратегії мультисистемного інноваційного розвитку туристичних підприємств України**

Первинним документом у цьому переліку є сама стратегія інноваційного розвитку туристичного підприємства, установчі документи підприємства, програми та плани розвитку, програми маркетингу та стимулювання збуту продукції. Важливою складовою є процес державної реєстрації торгової

марки - бренду туристичного підприємства [2]. З цієї метою здійснюється підготовка значного пакета документації, а результатом цього процесу є отримання підприємством державного свідоцтва на торгову марку. Вагомими є також реєстрація патентів та ліцензій та нові туристичні продукти,

сервіси чи послуги, розроблені та впроваджені туристичним підприємством. Договірна діяльність підприємства, його інтеграція, кооперація, впровадження інструментів аутсорсингу, франчайзингу, співпраця підприємства з іншими постачальниками, партнерами, мережами представників та представництв супроводжується розробкою та укладанням значного обсягу договорів, угод, контрактів, що обумовлюють умови взаємодії та комерційних відносин між підприємствами і є важливою частиною документації туристичного підприємства, що забезпечує реалізацію та захист його економічних, юридичних та майнових інтересів.

Фінансове забезпечення пов'язане з формуванням фінансового бюджету, що необхідне для впровадження інноваційної діяльності та фінансування заходів із реалізації стратегії інноваційного розвитку та включає планування бюджету на інноваційний розвиток, визначення обсягу потрібних фінансових ресурсів, фінансування впровадження стратегії та контроль за використанням спрямованих коштів [1].

Кадрове забезпечення реалізації стратегії інноваційного розвитку туристичного підприємства пов'язане із забезпеченням кадровими ресурсами та передбачає залучення як кадрового складу підрозділу інноваційного розвитку та проектних груп, так і залучення фахівців, спеціалістів із інших структурних підрозділів підприємства, що в тій чи в іншій мірі задіяні у процесі реалізації стратегічних та операційних цілей стратегії інноваційного розвитку туристичного підприємства [5]. Це фахівці інформаційно-технічного відділу, відділу маркетингу та збуту, відділу логістики та постачання, фінансового відділу чи бухгалтерії, юридичного відділу та спеціалісти – менеджери, що безпосередньо здійснюють роботу з клієнтами, із прийняття та формування туристичних замовлень.

Матеріально-технічне забезпечення реалізації стратегії інноваційного розвитку передбачає модернізацію комп'ютерної бази підприємства, розбудову архітектури інформаційних мереж та інформаційної системи підприємства, встановлення спеціалізованого програмного забезпечення та приєднання до діючих міжнародних інформаційних мереж туристичного ринку, що забезпечує доступ до інформаційних баз та ресурсів та дає можливість формування замовлення, здійснення бронювання, оплати та забезпечення комплексу сервісного обслуговування замовників туристичного підприємства, інтеграції інформаційної системи підприємства та забезпечення її взаємодії в інтерактивному просторі [4]. В межах цього напрямку забезпечується технічне, технологічне, програмне забезпечення та супровід впровадження стратегії інноваційного розвитку туристичного підприємства.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Отже, сутністю та особливістю розробленої стратегії є визначення стратегічної мети та стратегічних цілей, спрямованих на здійснення системного, комплексного впливу на управлінську, операційну, технологічну, фінансову, інформаційну, маркетингову, логістичну

та інші підсистеми функціонування туристичного підприємства, що реалізуються в умовах безперервних та поступових інноваційних змін і зумовлюють її збалансованість та мультисистемність.

Метою стратегії інноваційного розвитку визначено забезпечення стабільного і структурно збалансованого розвитку підприємства на інноваційних засадах. Стратегічні та операційні цілі стратегії інноваційного розвитку туристичного підприємства спрямовані на: реалізацію інноваційного потенціалу підприємства, що забезпечується з удосконаленням: організаційно-управлінської структури, інформаційно-технологічного, фінансово-інвестиційного забезпечення, підвищення ефективності та якості використання кадрових ресурсів, розбудовою інноваційної інфраструктури; впровадження маркетингових інновацій та зростання рівня конкурентоспроможності підприємства, впровадження програм клієнтоорієнтованого маркетингу, створення та популяризації бренду туристичного підприємства; забезпечення ефективного іманентного внутрішнього розвитку туристичного підприємства, що передбачає розширення асортименту, удосконалення, зростання якості існуючих та створення і впровадження нових туристичних продуктів, послуг; забезпечення інтеграції туристичного підприємства з поступовим впровадженням процесів горизонтальної, вертикальної та діагональної інтеграції, об'єднання, приєднання, організацію спільної діяльності з іншими суб'єктами ринку; впровадження процесів інтерактивного регіонального розвитку з формуванням регіональних мереж, впровадженням моделі 4D-брендингу та механізмів франчайзингу.

Необхідними умовами ефективного реалізації стратегії інноваційного розвитку є повнота, комплексність та достатність інформаційно-аналітичного, нормативно-правового, фінансового, кадрового, матеріально-технічного забезпечення.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Колодізев О. М. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку національної економіки : дис. д-ра екон. наук / О. М. Колодізев. – Суми, 2011. – 508 с.
2. Пашенко О. П. Брендинг туристичного підприємства: стратегічний аспект / О. П. Пашенко // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 566-573.
3. Крамаренко А. В. Сучасні тенденції розвитку глобальних інноваційних мереж / А. В. Крамаренко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – Вип. 119(1).
4. Семак Б. Б. Удосконалення методики оцінювання конкурентоспроможності та розробки конкурентної стратегії підприємств сфери послуг / Семак Б. Б., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права : зб. наук. праць. – 2016. – Вип. 14. – С. 26-31. – (Серія економічна).

5. Шимкова В. Є. Механізми інформаційного забезпечення туристичних підприємств на засадах логістики / Шимкова В. Є. // Вісник ДІТБ. – 2009. – №13. – (Серія Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері)).

6. Шульгіна Л. М. Сучасні концепції стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства / Л. М. Шульгіна, В. В. Юхименко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3(2). – С. 79-84 [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

[http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2011\\_3\(2\)\\_\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_3(2)__13).

#### REFERENCES

1. Kolodizyev, O. M. (2011), Finansove zabezpechennya innovacijnogo rozvytku nacional'noyi ekonomiky, Sumy, p. 508.

2. Pashhenko, O. P. (2017), Brendyng tury'stychnogo pidpryemstva: strategichnyj aspekt, Ekonomika i suspil'stvo, № 9, p. 566-573.

3. Kramarenko, A. V. (2014), Suchasni tendenciyi rozvytku global'nyx innovacijnyx merezh, Aktual'ni problemy mizhnarodnyx vidnosyn, № 119(1).

4. Semak, B. B. Vasylyciv, T. G. and Lupak, R. L. (2016), Udoskonalennya metodyky ocinyuvannya konkurentospromozhnosti ta rozrobky konkurentnoyi strategiyi pidpryemstv sfery poslug, Naukovi zapysky Lviv'skogo universytetu biznesu ta prava : zb. nauk. pracz, №14, p. 26-31. – (Seriya ekonomichna).

5. Shymkova, V. Ye. (2009), Mexanizmy informacijnogo zabezpechennya tury'stychny'x pidpryemstv na zasadax logistyky, Visnyk DITB, №13. – (Seriia Ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpryemstvamy (v turystychnij sferi)).

6. Shul'gina, L. M. and Yuxymenko, V. V. (2011), Suchasni koncepciyi strategichnogo upravlinnya innovacijnym rozvytkom pidpryemstva, Marketyng i menedzhment innovacij, №3(2), p. 79-84, available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi\\_2011\\_3\(2\)\\_\\_13](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_3(2)__13).

УДК 658.0:338.46:339.137.2+331.101.3

Міценко 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

## МОТИВАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

*Анотація.* У статті обґрунтовано необхідність розробки мотиваційної складової стратегії підприємства сфери обслуговування в умовах конкуренції. Визначено стратегічні цілі системи управління мотивацією праці підприємств сфери обслуговування. Обґрунтовано вплив особливостей функціонування різних за розмірами підприємств сфери обслуговування на мотивацію праці їх персоналу. Розроблено систему координат стратегічних орієнтирів розвитку мотивації персоналу на малих, середніх і великих підприємствах санаторно-курортного комплексу. Запропоновано інструменти удосконалення управління мотивацією праці на підприємствах санаторно-курортного комплексу. Подальших досліджень потребує узгодження інструментів мотивації зі стратегічним баченням глобальної ролі фахівця певної категорії персоналу у забезпеченні розвитку підприємства сфери обслуговування.

**Ключові слова:** стратегія підприємства сфери обслуговування, мотивація праці персоналу, стратегічні цілі системи управління мотивацією праці, стратегічні орієнтири розвитку мотивації, інструменти удосконалення управління мотивацією праці.

Mitsenko N. G.,  
Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics, Lviv University of Trade  
and Economics, Lviv

Riznyk D. V.,  
Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Vasykiv Y. V.,  
Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

## MOTIVATIONAL ASPECTS OF SERVICE SECTOR ENTERPRISE STRATEGY IN THE COMPETITIVE CONDITIONS

*Abstract.* The article substantiates the necessity of developing the motivational component of service sector enterprise strategy in the competitive conditions. The strategic objectives of the labor motivation management system of service sector enterprises are determined. The influence of the peculiarities of functioning of different scale service sector enterprises on the motivation of their personnel work is substantiated. The system of coordinates of strategic guidelines for the development of personnel motivation at small, medium and large enterprises of the sanatorium and resort complex has been developed. The tools of improving the labor motivation management at the enterprises of sanatorium and resort complex are offered. Further research requires the coordination of motivational tools with a strategic vision on the global role of a specialist in a certain category of personnel in providing the development of the service sector enterprise.

**Key words:** strategy of the service sector enterprise, motivation of personnel work, strategic objectives of labor motivation management system, strategic guidelines for the development of motivation, tools for improving the labor motivation management.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-19>

**Постановка проблеми.** Одним з найважливіших завдань, що постали сьогодні перед керівництвом підприємств за сучасних ринкових умов господарювання, є ефективне використання ресурсного потенціалу та зокрема – інтелектуально-кадрових ресурсів. Особливу значущість цей процес набуває на тлі нестабільності зовнішнього середовища та конкуренції, що потребує від підприємств постійного посилення конкурентоспроможності та гнучкості в проведенні внутрішніх і зовнішніх змін. Як зауважує М. В. Семикіна, “аналіз світового досвіду свідчить, що в розвинених країнах із соціально орієнтованою ринковою економікою конкуренція не лише слугує регулятором попиту і пропозиції, заробітної плати, а й засобом трансформації соціально-економічних мотивів поведінки найманих працівників і роботодавців на ринку праці у напрямі орієнтацій на зростання конкурентоспроможності” [8, с. 118]. В цьому аспекті мова має йти про формування збалансованої й ефективної системи мотивації праці – сукупності її елементів, які між собою взаємодіють, взаємопов’язані та створюють відповідне середовище, в якому формується та ефективно використовується персонал підприємства. Відтак основою ефективної діяльності підприємств сфери обслуговування в умовах конкуренції є раціональна система мотивації, а головним джерелом, двигуном і резервом будь-яких змін стає людський ресурс. Тому забезпечення його максимального генерування й ефективного використання – це стратегічно важливий аспект в діяльності підприємств.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню теоретичних і практичних аспектів стратегічного управління присвятили свої праці такі вчені, як Г. Азоев, І. Ігнат’єва, Г. Кіндрацька, М. Книш, Ф. Котлер, М. Портер, М. Сасенко, А. Дж. Стрікленд, А. Томпсон, З. Шершньова, А. Юданов, А. Файоль, Л. Урвік, А. Чандлер та ін. Проблеми управління мотивацією персоналу підприємств вивчали Д. Богиня, Г. Дж. Болт, П. Буряк, О. Грішнова, Н. Єсінова, Г. Завіновська, А. Колот [2; 3], А. Лаурент [11], Е. Лібанова, Т. Лобанова [4], Н. Нечева [7], В. Нижник [5], О. Новикова, В. Парсяк [6], В. Семенов [7], М. Семикіна [8], В. Скурська [9], Т. Хілл [10], Г. Шредер та ін. Проте відображення мотиваційної складової стратегії підприємства сфери обслуговування потребує більш глибоких досліджень.

**Постановка завдання** полягає в обґрунтуванні необхідності та стратегічних орієнтирів розвитку системи мотивації праці персоналу підприємств сфери обслуговування в умовах конкуренції та прикладних інструментів удосконалення управління нею.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На сучасному етапі все більше активізується увага підприємств сфери обслуговування до розробки новітніх підходів до формування системи мотивації праці. Значною мірою це обумовлено зростанням впливу трудового ресурсу на конкурентоспроможність підприємства. Підвищений попит на ефективну працю змушує керівників шукати нові

підходи до формування та удосконалення систем мотивації праці. Зазначена проблема загострюється у зв’язку з тим, що “переважна більшість працівників українських підприємств та організацій в існуючих умовах масово орієнтовані на реалізацію у праці так званої «ближньої мотивації», яка за змістом наближена до мотивації «виживання» в умовах сьогодення і не орієнтована на досягнення цілей «дальньої мотивації», пов’язаних з творчістю, постійним інвестуванням у саморозвиток, піднесенням конкурентоспроможності” [8, с. 120].

Система мотивації повинна бути керованою і змінюваною водночас. При зміні ситуації на ринку чи всередині підприємства, цілей або завдань керівники повинні приймати негайні рішення, пов’язані з оптимізацією та удосконаленням мотиваційного управління на підприємстві. Загалом система мотивації праці на підприємстві має відігравати важливу роль по усіх внутрішніх факторах, що впливають на його розвиток, адже мотивація працівників до більш ефективної праці є необхідною умовою ефективного функціонування підприємства у довгостроковому періоді.

Вважаємо, що, крім визначення елементів системи мотивації праці на підприємствах сфери обслуговування, важливим для їх розвитку на перспективу є:

- оцінка поточного стану та визначення цільової системи мотивації (аналіз організаційно-функціональної структури підприємства сфери обслуговування, уточнення відповідальності та повноважень посадових осіб і підрозділів при виконанні поставлених завдань; проведення інтерв’ю з керівництвом підприємства та керівниками підрозділів з метою уточнення їх відповідальності і повноважень при виконанні поставлених завдань; аналіз існуючої системи організації і контролю діяльності; аналіз існуючої системи мотивації праці; розробка цільової системи мотивації персоналу та узгодження її з керівництвом підприємства);

- проектування системи окладів/тарифної сітки (адаптація методики оцінки посад до індивідуальних особливостей підприємства сфери обслуговування; організація та проведення процедури експертної оцінки посад; побудова схеми окладів/тарифної сітки; застосування математичної моделі розрахунку окладів/тарифних ставок; розробка Положення про оплату праці працівників підприємства);

- проектування системи преміальних винагород співробітникам (розробка ключових показників ефективності діяльності підрозділів; розробка індивідуальних показників діяльності працівників; розробка системи регулярного преміювання; розробка системи проектного преміювання; розробка Положення про систему преміювання працівників підприємства);

- проектування системи непрямого матеріального і нематеріального стимулювання (погодження з керівництвом підприємства пропозицій щодо методів непрямого матеріального та нематеріального стимулювання; розробка системи компенсацій і пільг (непряме матеріальне стимулювання);

розробка системи заохочень та стягнень (нематеріальне стимулювання); розробка Положення про соціальний пакет, пільги та компенсації, Положення про заохочення та стягнення).

Додамо, що становлення соціально орієнтованої ринкової економіки України потребує від підприємств сфери обслуговування забезпечення виконання практичних завдань менеджменту трудової діяльності працівників за допомогою реалізації ефективної системи мотивації, що сприятиме активізації їх продуктивної праці. Стратегічними цілями системи управління мотивацією праці підприємств сфери обслуговування є: зміцнення конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках; покращення фінансово-економічних і соціальних результатів підприємств та галузі; створення конкурентоспроможних робочих місць; розвиток галузевого комплексу, його інфраструктури, матеріально-технічного та ресурсного забезпечення, галузево-територіального ринку праці.

Об'єктивно існують особливості у функціонуванні підприємств сфери обслуговування різних розмірів, що було підтверджено результатами проведеного нами дослідження показників діяльності підприємств санаторно-курортного комплексу України. Ці особливості накладають безпосередній відбиток на управління персоналом підприємств, а також на розвиток систем мотивації праці їх персоналу (лікарняного, середнього медичного, адміністративного, обслуговуючого). Передусім різними є фінансово-ресурсні можливості підприємств сфери обслуговування, обсяги їх діяльності, масштаби надаваних послуг та обслуговуваних споживачів, чисельність штату персоналу і т. ін. Все це закономірно позначається на тому, що не можна пропонувати для абсолютно різних типів і видів підприємств єдині підходи до вдосконалення системи мотивації праці, тим більше аналогічні рішення – для всіх видів і категорій персоналу.

Варто також враховувати, що мотивація праці як окремий важливий елемент в системі управління підприємством не може функціонувати відокремлено та ізольовано від всіх інших стратегічно-планових і господарських процесів, які відбуваються на підприємстві. Вважаємо, що в іншому випадку витрати на мотивування працівників до праці є низькоєфективними. Менеджер з персоналу має чітко розуміти, до яких дій, завдань, типів поведінки тощо йому слід мотивувати тих чи інших працівників і вже у відповідності до цього планувати, організувати і реалізувати заходи, орієнтовані на мотивацію праці. Своєю чергою, розуміння того, до чого слід скерувати персонал підприємства, також не виникає нізвідки і залежить від стратегічного та операційного розвитку бізнесу. Це вельми важливий і невід'ємний аспект управління мотивацією праці підприємств сфери обслуговування. Тому на один з перших планів виходить специфіка стратегічного планування розвитку підприємств малого, середнього та великого бізнесу у зазначеній галузі.

Аргументи на користь таких висновків наступні. Одним з головних принципів та критеріїв ефективності мотивації праці є її вплив на

досягнення стратегічних цілей функціонування та розвитку підприємства, його стратегічних господарських об'єктів. Відповідно, формуванню якісної та ефективної системи мотивації персоналу підприємств сфери обслуговування передують визначення цілей, стратегії розвитку об'єкта та вибудовування системи мотивації таким чином, щоб працівники докладали максимальних зусиль для отримання результатів, які сприяють досягненню загальних цілей розвитку підприємства. Лише у випадку, коли кожен працівник зрозуміє, що від ефективності його праці залежить досягнення стратегічних цілей розвитку підприємства, слідування стратегічному плану поступу бізнесу, власне, і стане повсякденною працею та завданням кожного працівника.

Іншим підтвердженням доречності та необхідності узгодження політики удосконалення системи мотивації праці на підприємствах сфери обслуговування з положеннями стратегічних планів їх подальшого розвитку є те, що це дозволяє одночасно вирішити інше важливе завдання – формування та реалізацію конкурентних переваг бізнесу. В умовах сучасної конкуренції очевидно, що для комплексного підвищення рівня якості і конкурентоспроможності послуг необхідні відповідна політика і заходи всередині підприємств. Рушійним аспектом тут слугують і різноманітні ситуації та стилі поведінки, які об'єктивно різняться для малих, середніх і великих підприємств галузі. Непохитним пріоритетом у досягненні успіху в середовищі зростаючої конкуренції є інтелектуально-кадрове забезпечення підприємств галузі, постійне навчання та зростання кваліфікації кадрів, чинником і рушієм чого в значній мірі слугує ефективна мотивація праці.

Додамо, що визначення стратегії розвитку бізнесу (залежно від його розмірів і масштабів) та формування у відповідності до неї системи мотивації праці, особливо у сфері обслуговування, є чи не найважливішим елементом загального управління підприємством. В основі стратегії перспективного розвитку малих, середніх та великих підприємств сфери обслуговування має знаходитися метод управління, що забезпечує швидку реакцію на зміну ринку аналізованих послуг. Головними перевагами такого підходу є створення на підприємствах атмосфери якісного ставлення до праці задля підвищення рівня послуг як основи конкурентоспроможності підприємств.

Підкреслимо, що фінансово-ресурсні і кадрові можливості малих підприємств галузі об'єктивно обмежені. Відтак, в основі стратегічного планування їх розвитку має закладатися стратегія фокусування. Йдеться про одну-дві ключових послуги, що індивідуально створюватимуться і надаватимуться кожному зі споживачів послуг. Значно ширші можливості великих підприємств дають їм змогу приймати стратегію обслуговування масового попиту або реалізувати низку можливих стратегічних альтернатив. Для середніх підприємств сфери обслуговування найбільш доречно орієнтуватися на диференціацію послуг та сегментацію ринку, коли акценти робляться не на всьому діапазоні послуг, а на найбільш перспективних сегментах і споживачах.

Стратегічні можливості в значній мірі визначають і стратегічні підходи до політики управління мотивацією праці. Можливості великих підприємств і тут ширші: вони можуть обирати можливі підходи з розроблених в менеджменті персоналу або орієнтуватися на т. зв. системний підхід, коли застосовуються всі методи і складові мотивації до всіх категорій персоналу підприємств. З іншого боку, вважаємо, що на підприємствах малого бізнесу на ринку санаторно-курортних послуг ставка має робитися на ключових фахівцях. Це в основному лікарі, але можуть бути й фахівці з групи середнього медичного персоналу. Для них слід розробити і реалізувати комплекс заходів з акцентом на внутрішній (власне якісне ставлення до праці) та економічній (матеріальна винагорода) компонентах мотивації праці.

Для середніх підприємств галузі, з огляду на конкурентну стратегію диференціації послуг і сегментації ринку, важливо спланувати та реалізувати диференційовані стимулюючі заходи, цільовим орієнтиром яких є вплив на управлінський та обслуговуючий персонал. Підставами для такого висновку є те, що для суб'єктів середнього бізнесу дещо нижчою є роль т. зв. ключових вузько-спеціалізованих фахівців, але й при цьому не надто великими є й фінансові та інші можливості щодо пропонування широкого асортименту послуг для великої кількості споживачів. За таких обставин зростає значимість управлінського персоналу (для правильного визначення напрямів розвитку і засобів, які цьому слугуватимуть) та обслуговуючих фахівців (для створення позитивного іміджу підприємства і надання споживачам якісних лікувальних та оздоровчих послуг).

Розроблена система координат стратегічних орієнтирів розвитку системи мотивації на малих, середніх і великих підприємствах санаторно-курортного комплексу подана на рис. 1.

Підкреслимо, що при оцінюванні стану, а також при розробці заходів з удосконалення системи мотивації праці на підприємствах санаторно-курортного комплексу потрібно враховувати та брати за основу особливості робочого процесу та соціально-трудова відносин за категоріями (головними групами) працівників підприємства. Для підприємств санаторно-курортного комплексу такими яскраво вираженими групами персоналу є лікарі, адміністративний, середній медичний та обслуговуючий

персонал. Із врахуванням виявлених недоліків та слабких місць мотивації праці (за категоріями працюючих) на підприємствах цього виду економічної діяльності нами розроблено комплексний інструментарій заходів з удосконалення управління мотивацією праці (табл. 1).

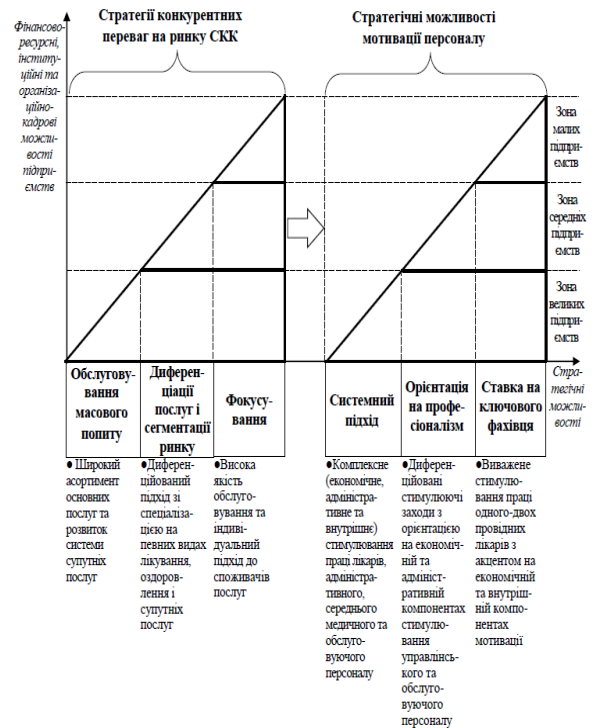


Рис. 1. Система координат стратегічних орієнтирів розвитку мотивації праці на підприємствах санаторно-курортного комплексу в залежності від розмірів підприємств

Впровадження такої системи заходів, на нашу думку, дозволить більш диференційовано (а відтак і ефективніше) підійти до підсилення дії тих чи інших чинників мотивації праці на аналізованих підприємствах, а також забезпечити системний і комплексний підхід при цьому, адже пропозиції стосуються як всіх категорій працюючих, так і базових складових мотивації – економічної, адміністративної та внутрішньої.

Таблиця 1

Система інструментів удосконалення управління мотивацією праці на підприємствах санаторно-курортного комплексу

Суб'єкти мотивації	Стратегічні вектори:		Інструменти (заходи) удосконалення системи мотивації праці за складовими мотивації		
	↑ розвиток персоналу	↑ розвиток мотивації праці	економічна	адміністративна	внутрішня
1	2		3	4	5
Лікарі	Створення штату відомих висококваліфікованих фахівців-лікарів, що забезпечують якість медико-оздоровчих послуг		• Встановлення системи оплати праці за інтегральними коефіцієнтами (у	• Розширення участі провідних лікарів в управлінні розвитком підприємства,	• Формування високого рівня мобільності та престижності вищого лікарського



Продовження табл. 1

1	2	3	4	5
	Мотивація до зростання професіоналізму та відданості справі	відповідності до групи значимості та категорії конкурентоспроможності працівника)	прийнятті ключових фінансово-господарських рішень	персоналу у санаторно-курортній сфері
Адміністративний персонал	Розвиток та диверсифікація бізнесу, зростання якості та покращення асортименту санаторно-курортних послуг, підвищення рівня інноваційності підприємства	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Впровадження коефіцієнтів підвищення рівня оплати праці за інноваційність бізнес-процесів</li> <li>• Формування системи преміювання за результати функціонування і розвиток об'єктів санаторно-курортного комплексу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Включення ключового управлінського персоналу до вищих органів управління і контролю бізнесу, надання частки у власності</li> <li>• Моніторинг оцінювання ефективності на всіх рівнях оргструктури управління</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Реалізація PR-програм з розвитку прес-тижності і соціальної відповідальності підприємства на території функціонування, включно з роллю управлінського персоналу</li> </ul>
	Мотивація до розвитку інноваційної конкурентоспроможності персоналу			
Середній медичний персонал	Удосконалення професійних навичок, якісне обслуговування споживачів, вплив на розвиток асортименту послуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Впровадження категоріально-професійної сітки оплати праці для середнього медичного персоналу</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Можливості участі у формуванні і розвитку управлінських кадрів, формуванні штату професійних управлінців-лідерів, конструювання відносин в системі управління</li> <li>• Впровадження системи розвитку кар'єри</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Системна реалізація комплексу заходів з формування середовища задоволеності від надання медико-оздоровчих послуг і результатів праці</li> </ul>
	Мотивація до формування професійної конкурентоспроможності			
Обслуговуючий персонал	Розвиток професійно-кваліфікаційних якостей, медико-лікарських компетентностей	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Узгодження рівня оплати праці з категоріями конкурентоспроможності обслуговуючого персоналу</li> <li>• Надання пільг і зniżок на відпочинок і оздоровлення</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Посилення стандартизації функціональних обов'язків, завдань та виконуваної роботи, мінімізація "контактів" з керівниками, підвищення рівня "трудової свободи"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Визнання результатів праці, покращення умов і режимів праці та відпочинку, впровадження технічних і технологічних інновацій в обслуговуючі бізнес-процеси</li> </ul>
	Мотивація до навчання і розвитку			

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Подальших досліджень потребує узгодження інструментів мотивації персоналу зі стратегічним баченням з боку керівництва підприємства місії (глобальної ролі) фахівця відповідної категорії персоналу у забезпеченні подальшого розвитку підприємства сфери обслуговування. За рахунок цього не лише забезпечуватиметься позитивний вплив управління мотивацією на результати праці фахівця, але й зростатиме його роль у стратегічному розвитку підприємства. Своєю чергою, у відповідності до визначеної стратегічної ролі працівників кожної з ключових категорій персоналу визначатиметься й стратегічна лінія щодо управління мотивацією їх праці, в узгодженості з якою підбираються найбільш дієві інструменти та заходи за економічною, адміністративною та внутрішньою складовими мотивації праці персоналу підприємств сфери обслуговування.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гідна праця: імперативи, українські реалії, механізми забезпечення : моногр. / [А. М. Колот, В. М. Данок, В. М. Петюх та ін. ; за наук. ред. А. М. Колота]. – К. : КНЕУ, 2017. – 504 с.
2. Колот А. М. Мотивація персоналу : підруч. / А. М. Колот, С. О. Цимбалюк. – К. : КНЕУ, 2011. – 397 с.
3. Лобанова Т. Н. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / Т. Н. Лобанова. – М. : Юрайт, 2018. – 482 с.
4. Нижник В. М. Механізм мотивації високопродуктивної праці персоналу підприємств : моногр. / В. М. Нижник, О. А. Харун. – Хмельницький : ХНУ, 2011. – 210 с.
5. Парсяк В. Н. Мотиваційне управління в сфері малого підприємництва : моногр. / В. Н. Парсяк. – Херсон : ОЛДІ-Плюс, 2003. – 186 с.
6. Семенов В. Ф. Ефективність мотивації праці трудових ресурсів підприємств санаторно-курортного комплексу / В. Ф. Семенов, Н. В. Нечева // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва

: зб. наук. праць ХНАДУ. – 2015. – № 2(9).– С. 127-133.

7. Семикіна М. В. Мотивація праці: нова парадигма в умовах конкурентного середовища / М. В. Семикіна // Чернігівський науковий часопис Чернігівського державного інституту економіки і управління. – 2011. – № 2. – С. 117-124. – (Сер. Економіка і управління).

8. Скурська В. А. Мотиваційний механізм управління трудовим потенціалом підприємства : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / В. А. Скурська. – Хмельницький, 2015. – 245 с.

9. Hill T. On goods and services / T. Hill // Rev. of income & wealth. – W., 1977. – Ser. 23. – № 4. – P. 315-338.

10. Laurent A. The cross-cultural puzzle of international human resource management / A. Laurent // Spring. – 1986. – Vol. 25 (1). – P. 91-102. – (Ser. Human Resource Management).

#### REFERENCES

1. Kolot, A. M., Daniuk, V. M. and Petiukh, V. M. (2017), *Hidna pratsia: imperatyvy, ukraïnski realii, mekhanizmy zabezpechennia*, KNEU, Kyiv.

2. Kolot, A. M. and Tsymbaliuk, C. O. (2011), *Motyvatsiia personalu*, KNEU, Kyiv.

3. Lobanova, T. N. (2018), *Motivaciia i stimulirovaniie trudovoj dejatel'nosti*, Jurajt, Moscow.

4. Nyzhnyk, V. M. and Kharun, O. A. (2011), *Mekhanizm motyvatsii vysokoproduktyvnoi pratsi personalu pidpriemstv*, KhNU, Khmelnytskyi.

5. Parsiak, V. N. (2003), *Motyvatsiine upravlinnia v sferi maloho pidpriemnytstva*, OLDI-Plus, Kherson.

6. Semenov, V. F. and Niecheva, N. V. (2015), *Efektivnist motyvatsii pratsi trudovykh resursiv pidpriemstv sanatorno-kurortnoho kompleksu, Problems and prospects of entrepreneurship development*, vol. 2(9), s. 127-133.

7. Semykina, M. V. (2011), *Motyvatsiia pratsi: nova paradyhma v umovakh konkurentnoho seredovyshcha*, Chernihiv Scientific Journal of the Chernihiv State Institute of Economics and Management, vol. 2, s. 117-124.

8. Skurska, V. A. (2015), *Motyvatsiinyi mekhanizm upravlinnia trudovym potentsialom pidpriemstva: synopsis of a thesis for PhD in economics* : spec. 08.00.04, Khmelnytskyi, 245 p.

9. Hill, T. (1977), *On goods and services*, Rev. of income & wealth. Ser. 23. Vol. 4, p. 315-338.

10. Laurent, A. (1986), *The cross-cultural puzzle of international human resource management*, Spring, vol. 25 (1), p. 91-102.

УДК 338:336.76

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

Петрів І. В.,  
аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

## СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*Анотація.* Ключовим фактором ефективного розвитку будь-якого підприємства є досягнення усіх поставлених перед ним стратегічних цілей. Для вирішення цієї проблеми запропоновано використати збалансовану систему показників (ЗСП) та побудувати стратегічну карту підприємства. Обгрунтовано необхідність впровадження ЗСП та досліджено її вплив на вартість підприємства. Сформовано етапи введення ЗСП на підприємстві. Виділено основні показники на прикладі діяльності ПАТ “Карлсберг Україна” відповідно до складових ЗСП. Проведено аналіз ефективності ПАТ “Карлсберг Україна” на основі ЗСП та запропоновано оптимальну стратегію розвитку на основі отриманих розрахунків.

**Ключові слова:** збалансована система показників, вартість підприємства, стратегічне управління, стратегічна карта, стратегія розвитку.

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

Petriv I. V.,  
Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

## BALANCED SCORECARD AS A COMPONENT OF EFFECTIVE CORPORATE VALUATION

*Abstract.* A key factor in the effective development of any business is to achieve all its strategic goals. To solve this problem it is proposed to use balanced scorecard (BSC) and build a strategic map of the enterprise. The necessity of introduction of the BSC and investigating its impact on corporate valuation is substantiated. The stages of introduction of BSC at the enterprise are formed. The main indicators are outlined on the example of the activity of PJSC "Karlsberg Ukraine" in accordance with the components of the BSC. The analysis of efficiency of PJSC "Karlsberg Ukraine" on the basis of BSC was conducted and the optimal strategy of development on the basis of received calculations was proposed.

**Keywords:** balanced scorecard (BSC), corporate valuation, strategic management, strategic map, development strategy.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-20>

**Постановка проблеми.** Головним орієнтиром на ефективний розвиток підприємства є процес введення у дію поставлених перед ним стратегічних цілей. Для контролю виконання даних цілей необхідно удосконалювати традиційні та розробляти нові методи управління, які допомогли б підвищити вартість підприємства. Як показує світова практика, в основу стратегічного планування покладається система, яка включає загальні принципи управління,

при цьому обираючи більш впливові та основні з точки зору конкретного підприємства. Саме ці принципи є основою ефективної системи стратегічного планування підприємства.

Будь-яка стратегія включає у себе напрямки та пріоритети діяльності того чи іншого підприємства. Вона містить у собі інформацію про практичну реалізацію поставлених цілей підприємства відповідно до кожного рівня ієрархії на ньому. Проте на

практиці часто можна побачити те, що розроблена стратегія не використовується усіма співробітниками підприємства, а про неї знають лише управлінці. Буває і так, що нижчі ланки робітників, не знаючи усіх позицій, які представлені у стратегії, здійснюють звичну для них роботу на тих самих засадах, не коригуючи їх відносно нових стратегічних цілей. Існують випадки, коли спланована та розроблена стратегія керівництвом не може бути здійснена, оскільки підлеглі не повністю розуміють можливості самого процесу виробництва.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питанням використання ЗСП на підприємствах та оцінки вартості підприємства присвячено багато наукових праць іноземних та вітчизняних вчених Нортон Д., Каплана Р. [1], Гетьмана О. О. [2], Калінеску Т. В. [3], Мальярца Л. М. [4], Мельника Ю. М. [5], Мізюка Б. М. [6], Подольної В. В. [8], Пономарьової І. В. [9], Саблінової Н. В. [10] та інших. Проте існує проблема у більш детальному дослідженні питань впровадження ЗСП на вітчизняних підприємствах та її впливу на їх вартість, що вказує на актуальність нашого дослідження.

**Постановка завдання.** Мета нашого дослідження полягає в обґрунтуванні необхідності впровадження ЗСП як ефективної системи управління на вітчизняних підприємствах та її впливу на збільшення вартості суб'єктів господарювання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В сучасних умовах діяльності важливим постає питання щодо прогнозування та своєчасного реагування на зміни навколишнього середовища, в якому функціонує підприємство, аби забезпечити йому стабільний розвиток та високу конкурентоспроможність. Стратегічне планування діяльності підприємства на основі використання збалансованої системи показників (ЗСП) забезпечує його стійкий розвиток.

Б. М. Мізюк стверджує, що стратегічне управління передбачає довгострокове керування організацією, визначення специфічних цілей діяльності, розроблення стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні (найсуттєвіші) зовнішні та внутрішні умови [6, с. 232].

На думку Т. В. Калінеску, стратегічне управління як процес передбачає визначення цільових орієнтирів організації, здійснення стратегічного аналізу (зовнішнього та внутрішнього середовища організації), розробку й реалізацію стратегії та здійснення стратегічного контролю [3, с. 26].

На нашу думку, під стратегічним управлінням потрібно розуміти управління підприємством, яке включає у себе планування діяльності підприємства з урахуванням його стратегічних цілей, беручи до уваги як фактори мікросередовища, так і макросередовища.

Однак при стратегічному управлінні досить часто постає ряд проблем, пов'язаних із необґрунтованим вибором технологій стратегічного планування, які націлені на оптимальний результат діяльності, порушенням технологічного процесу стратегічного планування, неможливістю досягнення поставлених цілей у реаліях сьогодення тощо.

У процесі стратегічного планування використовують стратегічні карти, в яких міститься інформація про цілі підприємства на перспективу, вказано напрями діяльності тощо. Головним завданням таких карт є донесення стратегічних планів від найвищої ланки управління до найнижчої, тобто до виконання щоденних операційних процесів. Завдяки використанню ЗСП на підприємствах можна досягти розвитку системи менеджменту та вчасно усунути проблеми. Однією з основних переваг ЗСП серед інших існуючих методик у наш час є врахування не лише фінансових, а і нефінансових показників, що впливають на стратегічне планування. Це дає можливість виокремити ЗСП від інших методик.

Збалансовану систему показників було розроблено ще у 1990 році американськими вченими Д. Нортоном та Р. Капланом. Це унікальна, якісно нова модель оцінки ефективності діяльності підприємств, яка була зрозуміла для усіх працівників підприємства з поетапним розписом їх дій [1].

Мальярець Л. М. зауважує, що збалансована система показників - це інструмент, який пов'язує розробку стратегії підприємства з тактикою, передбачає зв'язок стратегічних і тактичних планів та інтеграцію з підсистемами управління підприємством; стратегічна карта ЗСП - це наочна модель інтеграції причинно-наслідкових цілей організації в наявній кількості її складових [4, с. 67].

Завдяки використанню ЗСП інтегрується оцінка вартості підприємства з врахуванням фінансових та нефінансових факторів впливу, з аналізом їх впливу та взаємозв'язку. Важливо, що завдяки їй можна досягти більшого взаємозв'язку між місією підприємства та цілями, відстежити процес реалізації обраної підприємством стратегії та оцінити її ефективність, легко отримати оцінку комплексного стану діяльності підприємства та виявити і вчасно усунути існуючі проблеми, спираючись на підібраний інструментарій впливу під час розроблення стратегії. ЗСП забезпечує виконання таких управлінських функцій, як: планування, організація, регулювання, стимулювання, координація та контроль.

Спрямовуючи свою діяльність у контексті стратегії підвищення вартості підприємства, використовуючи ЗСП, можна чітко розробити сценарій розвитку діяльності підприємства. Вибір факторів, які впливають на вартість підприємства, чітко вказує на взаємозв'язок між організаційною роботою на підприємстві та обраною стратегією. Окрім цього, організована таким чином робота проникає в усі підрозділи діяльності підприємства, що допомагає визначити цілі від найнижчої до найвищої ланки управління. Це дасть змогу чітко контролювати поетапно процес реалізації стратегії на кожному рівні та забезпечить узгодження цілей стратегії з працівниками.

Процес оцінки стану діяльності конкретного суб'єкта господарювання включає наступну послідовність етапів процесу її реалізації на практиці:

1. Представлення місії, мети та принципів роботи підприємств як основи для розроблення їх стратегії.

2. Підбір найбільш оптимальних стратегічних цілей підприємства та їх відображення на його стратегічній карті.

3. Групування факторів впливу на діяльність підприємства та групування їх відповідно до кожної складової ЗСП.

4. Отримання результатів дослідження, їх опрацювання, аналіз та пропонування різних заходів щодо покращення наявного стану речей на підприємстві.

Доцільно зауважити, що ЗСП зорієнтована на забезпечення реалізації стратегії на великих підприємствах, які здійснюють свою діяльність за умов розвинутої ринкової економіки, оскільки на таких підприємствах розробляють стратегії розвитку, наявні висококваліфіковані кадри, забезпечений високий рівень розвитку корпоративної культури тощо.

Здійснимо аналіз стратегічного розвитку однієї серед п'яти найбільших компаній по виробництву пива в Україні ПАТ "Карлсберг Україна".

Стратегічний розвиток ПАТ "Карлсберг Україна" базується на загальноприйнятих принципах, що призводять до загального ефективного розвитку суб'єкта господарювання. Досліджуване підприємство спирається у своїй роботі на корпоративну соціальну відповідальність, справедливо та прозоро веде свою діяльність. Основа стратегія його діяльності націлена на те, що підприємство функціонує у сучасному навколишньому середовищі, тому воно проявляє певну турботу про це середовище та функціонує у гармонії з суспільством, оскільки воно є основою його успішної та стабільної роботи.

ПАТ "Карлсберг Україна" у своїй діяльності сповідує високі моральні цінності між співробітниками, партнерами, акціонерами та споживачами, що якісно виводить його на новий рівень у порівнянні з рядом існуючих аналогічних підприємств. Місія ПАТ "Карлсберг Україна" звучить так: "Збережемо вікові традиції пивоваріння для майбутнього покоління".

Для успішної роботи ПАТ "Карлсберг Україна" використовує наступні принципи: врахування та орієнтація на чинне законодавство у своїй роботі; якісне задоволення потреб споживачів; висока якість виробленої продукції; інвестиції у розвиток кадрового потенціалу; забезпечення безпечних умов праці на підприємстві; піклування про навколишнє середовище; чесність та прозорість у своїй діяльності; системний підхід у співпраці з партнерами, базований на взаємовигідних умовах.

Наступним етапом дослідження є побудова стратегічної карти підприємства, яка залежить від його інформаційного забезпечення. Для якісної розробки такої карти будь-яке підприємство повинно залучати фактично всіх працівників і в обов'язковому порядку проводити роз'яснювальну роботу. В ідеалі, коли на підприємствах не сформовано спеціального підрозділу по розробці стратегічних карт, задіяні працівники повинні проходити

відповідну підготовку та отримувати за це справедливу винагороду. Але одного розроблення стратегічних карт недостатньо. Для досягнення наявних стратегічних цілей їх потрібно використовувати у своїй діяльності щоденно. Завдяки стратегічним картам ми можемо відслідкувати логічний зв'язок між поставленими цілями на підприємстві. Представимо стратегічну карту, розроблену нами для ПАТ "Карлсберг Україна" (рис. 1).

Відповідно до запропонованої вище стратегічної карти ПАТ "Карлсберг Україна" ми бачимо основні цілі, які поставило перед собою підприємство відповідно до складових ЗСП. Насамперед ПАТ "Карлсберг Україна", здійснюючи свою діяльність, прагне бути лідером на ринку пива та отримувати максимально можливий прибуток від цього. Задля досягнення даної мети підприємство готове забезпечувати гідні умови для навчання працівників по підвищенню кваліфікації, впроваджувати різноманітні інноваційні процеси, модернізувати обладнання, зацікавлювати та мотивувати персонал, оптимізувати логістичні процеси тощо.

Слід зауважити, що використовувана ЗСП на одному підприємстві, яка приносить очікуваний результат, на іншому підприємстві, яке використовуватиме таку ж ЗСП, може призвести до отримання додаткових та неочікуваних витрат.

Відповідно до представлених на стратегічній карті ПАТ "Карлсберг Україна" цілей, враховуючи різну спрямованість напрямків ЗСП, оберемо найбільш доцільні показники (відкорегувавши їх на показник вагомості) та охарактеризуємо ефективність досягнення тієї чи іншої цілі підприємством, розрахувавши сукупний інтегральний показник, який вкаже на реальний стан речей на досліджуваному підприємстві та допоможе обрати для нього оптимальну базову стратегію (табл. 1).

Відповідно до отриманих результатів сукупного інтегрального показника ЗСП по роках оберемо найбільш оптимальну стратегію розвитку досліджуваного підприємства, яка відповідає отриманим результатам. Для цього скористаємося наступною шкалою для обрання базових стратегій:

– від 0 до 0,35 - відповідає базовим стратегіям змін "Скорочення або виходу з бізнесу" або "Перебудови". Підприємство функціонує неефективно;

– від 0,35 до 0,70 - відповідає базовим стратегіям змін "Перебудови" або "Оптимізації". Необхідним є перегляд планово-управлінських рішень;

– від 0,70 до 0,85 - відповідає базовим стратегіям змін "Розвитку" або "Оптимізації", тобто показники ефективності достатньо високі;

– від 0,85 до 1 - відповідає базовим стратегіям змін "Розвитку" або "Випередження", тобто йдеться про високі показники діяльності [2, с. 324].

З таблиці 1 видно, що величина сукупного інтегрального показника ЗСП ПАТ "Карлсберг Україна" протягом досліджуваного періоду коливалася, а це означає, що в діяльності підприємства спостерігалися негативні моменти, які впливали на зміну рівня даного показника.

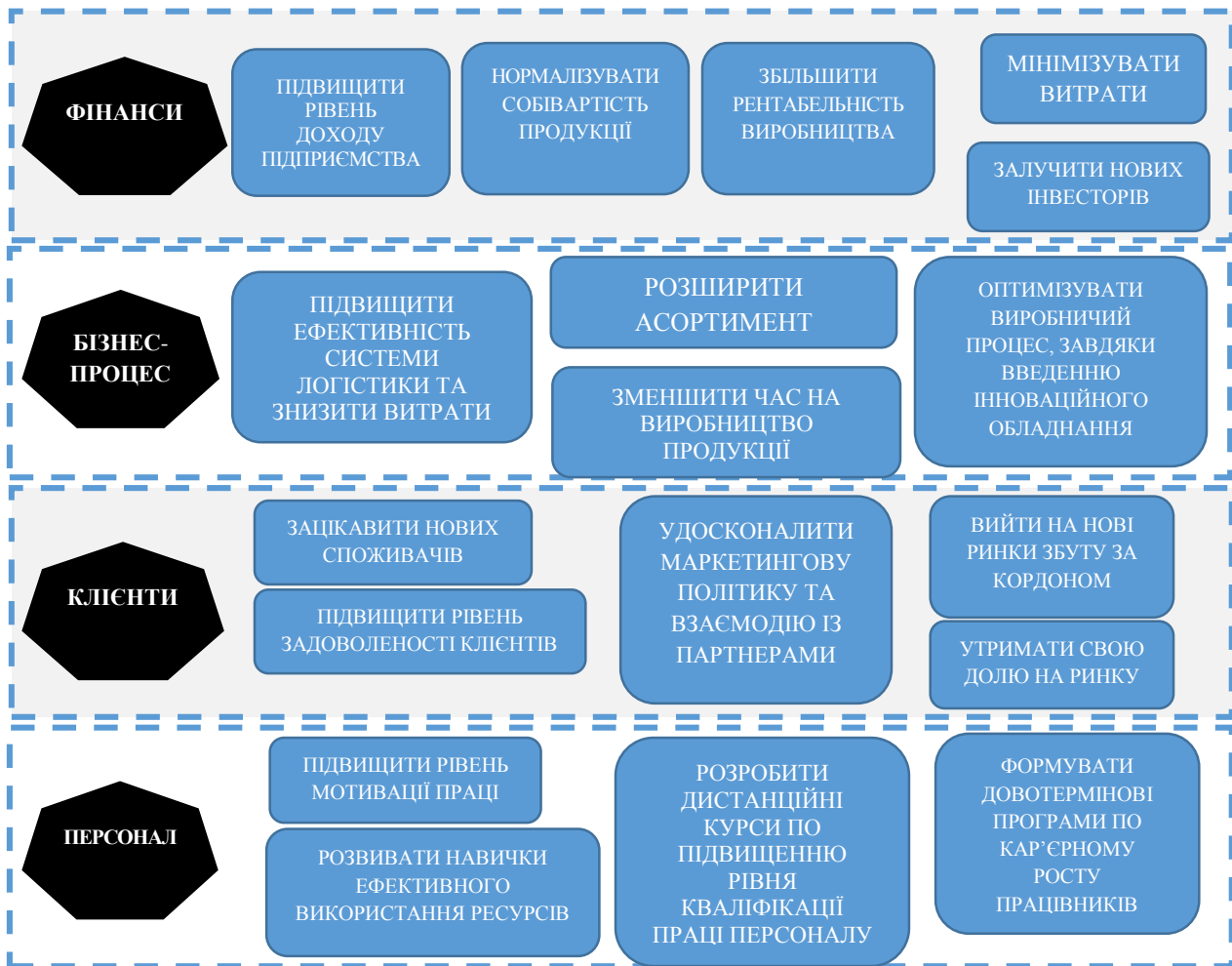


Рис. 1. Стратегічна карта ПАТ “Карлсберг Україна”  
Джерело: [авторська розробка]

Таблиця 1

Показники ефективності діяльності ПАТ “Карлсберг Україна” відповідно до проєкцій ЗСП із врахуванням вагомості показника за 2013-2017 роки

Показник	Вагомість показника	Відкореговані показники по роках				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7
<b>Фінанси</b>						
Коефіцієнт фінансової залежності	0,23	0,281	0,304	0,308	0,439	0,354
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,12	0,098	0,091	0,089	0,062	0,078
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,25	0,460	0,318	0,428	0,275	0,243
Коефіцієнт загальної ліквідності	0,25	0,665	0,525	0,598	0,355	0,373
Коефіцієнт фінансової стабільності	0,15	0,249	0,165	0,209	0,063	0,074
Інтегральний показник по складовій (Іф)	-	1,753	1,402	1,631	1,195	1,121
<b>Клієнти</b>						
Частка сегмента на ринку	0,24	0,067	0,068	0,077	0,072	0,075
Коефіцієнт покриття виручки виробничими витратами	0,21	0,116	0,122	0,134	0,124	0,122
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0,15	1,134	0,926	1,272	1,445	1,728
Коефіцієнт рентабельності продаж	0,22	0,039	0,054	0,044	0,043	0,040
Коефіцієнт рентабельності виручки від реалізації	0,18	0,082	0,076	0,065	0,043	0,040

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
Інтегральний показник по складовій (І <sub>к</sub> )	-	1,438	1,244	1,593	1,727	2,004
Бізнес-процеси						
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,25	0,120	0,130	0,145	0,155	0,145
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,28	0,504	0,473	0,423	0,367	0,675
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,11	0,057	0,053	0,046	0,042	0,046
Коефіцієнт рентабельності продукції	0,25	0,209	0,181	0,141	0,171	0,182
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	0,11	0,068	0,057	0,064	0,032	0,036
Інтегральний показник по складовій (І <sub>бп</sub> )	-	0,958	0,894	0,819	0,767	1,084
Персонал						
Індекс зміни продуктивності праці	0,25	0,039	-0,016	0,034	0,084	0,077
Індекс зміни фактичного обсягу активів на 1 працівника	0,25	0,027	0,017	0,079	0,052	- 0,031
Коефіцієнт рентабельності витрат на оплату праці	0,2	0,299	0,289	0,366	0,316	0,371
Індекс зміни кількості працівників	0,15	-0,006	-0,006	-0,010	-0,007	- 0,008
Індекс зміни фонду оплати праці	0,15	0,004	0,005	0,007	0,043	0,001
Інтегральний показник по складовій (І <sub>п</sub> )	-	0,363	0,288	0,475	0,489	0,410
Сукупний інтегральний показник (І <sub>ф</sub> *І <sub>к</sub> *І <sub>бп</sub> *І <sub>п</sub> )	-	0,878	0,450	1,010	0,774	0,998

**Джерело:** [розраховано авторами на основі фінансової звітності ПАТ “Карлсберг Україна”]

Проте розрахований сукупний інтегральний показник ЗСП ПАТ “Карлсберг Україна” у 2017 році становив 0,998, що на 0,224 пункти вище, ніж у попередньому році, вказуючи на позитивну динаміку, і потрапляє у межі, що відповідають стратегіям “Розвитку” або “Випередження”. Це зумовлено високими (еталонними або близькими до еталонних) показниками ефективності діяльності підприємства по всіх чотирьох аспектах ЗСП. Тобто результати аналізу за допомогою ЗСП свідчать про високу конкурентоспроможність підприємства та ефективність його функціонування завдяки розвитку та взаємодії усіх напрямів його діяльності. Такий результат був досягнутий також завдяки ефективній політиці управління персоналом, яка спрямована на підвищення рівня його кваліфікації, ефективній системі його організації тощо. Варто зауважити, що ПАТ “Карлсберг Україна” не потрібно зупинятися на досягнутому рівні, а використовувати стратегію розвитку у взаємодії зі стратегією випередження і далі залишатися лідером на ринку пива в Україні. Про це свідчать наступні дані нашого дослідження. У березні 2016 року в діяльність ПАТ “Карлсберг Україна” було введено стратегію “Парус 22”, яка мала посилити ключові напрями бізнесу, забезпечити умови задля досягнення поставлених цілей перед підприємством та отримання вищого прибутку акціонерам підприємства. В 2017 році була запущена у дію програма “Ціль 4НУЛЯ: разом для майбутнього” як частина стратегії ПАТ “Карлсберг Україна”. “Парус 22” є відповіддю на глобальні виклики в сфері сталого розвитку. Програма включає чотири довгострокові стратегічні цілі ПАТ “Карлсберг Україна”: нуль вуглецевого сліду, нуль втрати води, нуль безвідповідального споживання і нуль нещасних випадків. Вона базується на науковому підході і відповідає глобальним цілям ООН зі сталого розвитку. Завдяки цьому в 2017 році

ПАТ “Карлсберг Україна” заощадило понад 890 тис. квтг електроенергії і виробило на очисних спорудах своїх заводів більше 1,4 млн. м<sup>3</sup> біогазу – альтернативного джерела енергії [7].

Використовуючи збалансовану систему показників на підприємствах, керівники в будь-який момент зможуть отримати вичерпну інформацію про рівень виконання поставленої перед підприємством цілі. Однак варто зауважити, що з метою досягнення найбільш оптимального варіанта для контролю над виконанням стратегії у ЗСП потрібно використовувати декілька основних показників по кожній із складових, щоб не розмити важливу інформацію і сфокусуватися у правильному напрямку. Тому ЗСП, використовуючи в своїй основі випереджаючі показники, дозволить виявити та вчасно усунути недоліки у діяльності досліджуваних підприємств, надасть можливість створювати вартість підприємства, використовуючи нефінансові показники, що призведе до підвищення конкурентоспроможності та зробить діяльність підприємств більш прозорою для інвесторів.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Виходячи з проведеного дослідження, можна зробити наступні висновки:

- на підприємствах необхідно впроваджувати ЗСП, оскільки для вітчизняних підприємств це відносно новий метод управління, який допоможе спрямувати їх діяльність на вихід із кризового стану, вдосконалити систему планування, забезпечити покращення системи контролю, підвищити ефективність виробничо-господарської діяльності та спрямувати діяльність на максимізацію вартості підприємства;

- перевагою у використанні ЗСП на вітчизняних підприємствах є високий рівень адаптивності

системи відносно зміни умов внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства;

- дана система включає у себе не лише показники-стимулятори, а й показники-дестимулятори, що підвищує її результативність для ефективного стратегічного планування та націлює управлінців на прийняття ефективних фінансово-господарських рішень;

- ЗСП сприяє переосмисленню процесу планування на підприємстві та отриманню результатів, які можуть бути застосовані для введення альтернативних моделей управління і підбору стратегій на вітчизняному ринку.

Тобто ЗСП є оптимальною системою цілісної оцінки підприємства, завдяки якій можна оцінити не лише фінансову складову, а і нефінансову, взаємопов'язати між собою основні показники. Формування вартості підприємства закладається у системі цілей, що є в основі ЗСП. Завдяки стратегічним картам видно, як одна ціль призводить до досягнення іншої, тим самим максимізуючи вартість підприємства. ЗСП дозволяє сфокусуватися на основоположних факторах формування вартості підприємства і дає можливість розставити справжні значення показників, які вказують на міру досягнення поставленої цілі. Отже, можна стверджувати, що основним фактором формування вартості підприємства є переосмислення процесу формування стратегій розвитку підприємств.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Kaplan, R. S. and Norton, D. P. (1996). The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Harvard Business School Press, Boston, MA.
2. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посібник / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – [2-ге видання]. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
3. Калінеску Т. В. Методологія аналізу і оцінки ефективності переміщення сфери діяльності підприємств : монографія [Текст] / Т. В. Калінеску. – Луганськ : Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2003. – 280 с.
4. Малярець Л. М. Збалансована система показників в оцінці діяльності підприємства : монографія / Л. М. Малярець, А. В. Штереверя. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2008. – 180 с.
5. Мельник Ю. М. Проблеми застосування збалансованої системи показників на вітчизняних підприємствах / Ю. М. Мельник, О. С. Савченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 1. – С. 192-203.
6. Мізюк Б. М. Основи стратегічного управління : підручник / Б. М. Мізюк. – Львів : Магнолія, 2009. – 544 с.

7. Наші цілі [Електронний ресурс] // Офіційний сайт ПАТ “Карлсберг Україна”. – Режим доступу: <https://carlsbergukraine.com/v-dpov-dal-nii-rozvitok/nash-f-l/>.

8. Подольна В. В. Використання стратегічних карт для обґрунтування маркетингової стратегії розвитку торгового підприємства / В. В. Подольна, О. І. Хоменко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – Т. 2, № 6. – С. 93-96.

9. Пономарьова І. В. Реалізація стратегії розвитку підприємства за допомогою збалансованої системи показників / І. В. Пономарьова // Економічний простір : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2009. - №27. - С. 202-210.

10. Сабліна Н. В. Формування стратегічних карт у рамках реалізації процесу управління фінансовою безпекою підприємства / Н. В. Сабліна, Т. Б. Кузенко // Бізнес Інформ. – 2013. – № 4. – С. 326-331.

#### REFERENCES

1. Kaplan, R. S. and Norton, D. P. (1996), The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Harvard Business School Press, Boston, MA.
2. Het'man, O. O. and Shapoval, V. M. (2010), *Ekonomika pidpriemstva*, 2 nd. ed., Tsentr uchbovoi literatury, K., 488 s.
3. Kalinesku, T. V. (2003), *Metodolohiia analizu i otsinky efektyvnosti peremischennia sfery diial'nosti pidpriemstv*, Vyd-vo SNU im. V. Dalia, Luhansk, 280 s.
4. Maliarets', L. M. and Shtereveria, A. V. (2008), *Zbalansovana systema pokaznykiv v otsintsi diial'nosti pidpriemstva*, Vyd-vo KhNEU, Kh., 180 s.
5. Mel'nyk, Yu. M. and Savchenko, O. S. (2011), *Problemy zastosuvannia zbalansovanoi systemy pokaznykiv na vitchyznianskykh pidpriemstvakh*, Marketing i menedzhment innovatsij, № 1, s. 192-203.
6. Miziuk, B. M. (2009), *Osnovy stratehichnoho upravlinnia*, Mahnoliia, L'viv, 544 s.
7. Nashi tsili // Ofitsijnyj sajт PAT “Karlsberh Ukraine”, available at: <https://carlsbergukraine.com/v-dpov-dal-nii-rozvitok/nash-f-l/>.
8. Podol'na, V. V. and Khomenko, O. I. (2011), *Vykorystannia stratehichnykh kart dlia obgruntuvannia marketingovoi stratehii rozvytku torhovooho pid-priemstva*, Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu, T. 2, № 6, s. 93-96.
9. Ponomar'ova, I. V. (2009), *Realizatsiia stratehii rozvytku pidpriemstva za dopomohoiu zbalansovanoi systemy pokaznykiv*, Ekonomichnyj prostir : zb. nauk. pr., PDABA, Dnipropetrovs'k, №27, s. 202-210.
10. Sablina, N. V. and Kuzenko, T. B. (2013), *Formuvannia stratehichnykh kart u ramkakh realizatsii protsesu upravlinnia finansovoiu bezpekoiu pid-priemstva*, Biznes Inform, № 4, s. 326-331.



УДК 331.1

Кліпкова О. І.,

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

## ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

**Анотація.** Актуальність статті полягає у необхідності формування парадигми залежності інтелектуального капіталу підприємства та інноваційного потенціалу через побудову мережевої моделі зв'язку працівника та інноваційних технологій. Метою статті є ретроспективний аналіз дефініції "інтелектуальний капітал" різних економічних шкіл. Застосовано аналітичні та експертні методи дослідження, що дозволяють в повній мірі висвітлити шляхи досягнення поставленої мети. В статті висвітлено трактування категорії "інтелектуальний капітал" в економічних школах меркантилізму, фізіократизму, маржиналізму та політичної економії. Відображено складові та напрями формування інтелектуального капіталу підприємства, зосереджено увагу на створенні та практичному застосуванні мережевої моделі зв'язку між працівниками та інноваційними технологіями в напрямі зростання інноваційного потенціалу організації.

**Ключові слова:** капітал, інтелектуальний капітал, інноваційність, людський капітал, інноваційний потенціал.

Klipkova O. I.,

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

## INTELLECTUAL CAPITAL AS A FACTOR OF FORMATION OF ENTERPRISE'S INNOVATIVE POTENTIAL

**Abstract.** The topicality of the article is the need to formulate the paradigm of the dependence of the enterprise's intellectual capital and the innovation potential through the development of a network model of employee and innovative technologies communication. The goal of the article is a retrospective analysis of the definition of "intellectual capital" of various economic schools. Analytical and expert research methods have been applied, which allow to fully highlight the ways to achieve the goal. The article highlights the interpretation of the "intellectual capital" category in economic schools of mercantilism, physiocraticism, marginality and political economy. The components and directions of intellectual capital formation of the enterprise are shown as well as attention is focused on the creation and practical application of the network model of communication between employees and innovative technologies in the direction of growth of the organization's innovative potential.

**Key words:** capital, intellectual capital, innovation, human capital, innovative potential.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-21>

**Постановка проблеми.** В умовах економіки знань активізуються процеси створення нової площини сприйняття підприємства, що ґрунтується на основі концепції формування та використання інтелектуального капіталу, в якій ключову роль відіграють інтелект, знання, інформація та способи її отримання й обробки [1].

Людські складові капіталу відіграють важливу роль як у забезпеченні можливості отримання доходу безпосередньо (завдяки природним здібностям, соціальним зв'язкам та ін.), так і в забезпеченні розвитку виробництва (завдяки інноваціям, використанню сучасних технологій та ін.).

### Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Поняття інтелектуального капіталу стало об'єктом дослідження численних представників економічної науки, починаючи з 1990 рр. XX ст.: Т. Стюарта, Р. Каплана, Д. Нортон, В. Хадсона, Л. Едвінссона, М. Меллоуна, К. Свейбі, М. Братницького, Я. Стрижини, В. Макарова, А. Гапоненко, Ю. Бажала, О. Бутнік-Сіверського, В. Врублевського, В. Гесця, Н. Гавкалової, А. Колота, А. Чухна, О. Кендюхова, І. Михасюка, В. Петренка, С. Ілляшенка та ін.

**Постановка завдання.** Основним завданням, яке поставлене при написанні статті, є дослідження

місця та ролі інтелектуального капіталу при формуванні інноваційного потенціалу підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Інтерес до інтелектуального капіталу пов'язаний із діяльністю, яка полягає у збільшенні вартості компанії. Здійснюючи аналіз ринкових змін, виявлено, що все більшого значення при формуванні цінності компанії набуває здатність використовувати нематеріальні ресурси, тобто інтелектуальний капітал.

Ототожнення нематеріальних активів із інтелектуальним капіталом є також питанням дискусійним, оскільки нематеріальні активи – це лише одна частина залученого інтелектуального капіталу, виражена у вартісній формі. Решта частин формують потенційні можливості щодо створення та зростання вартості підприємства.

На підставі досліджень літературних джерел інтелектуальний капітал може бути описаний як нефінансовий капітал, що відображає прихований розрив між ринковими та обліковими цінностями, явними та неявними вартостями. Цей розрив – це знання, технології, відносини з клієнтами, професійні навички, корисні для компанії, що можуть бути перетворені в цінність і, як наслідок, є стратегічно важливим ресурсом і надають організації конкурентну перевагу на ринку.

Інтерес до інтелектуального капіталу також виникає при зміні субособистості людського капіталу. Працівник вже не просто робоча сила, а фундаментальний чинник створення вартості підприємства. Інтелектуальний капітал, як і інші види капіталу, має певну фінансову цінність і відображає здатність генерувати економічні ресурси.

Л. Едвінссон порівняв підприємство з живим організмом – деревом. Воно складається з стовбура та листя, які символізують організаційну структуру та документообіг на підприємстві. Однак це лише видима частина дерева, а інша половина – прихована підземна система – інтелектуальний капітал. Успішна компанія не буде зосереджуватися виключно на поточних фінансових результатах, але, думаючи стратегічно, буде міркувати про можливості розвитку та створення довгострокових цінностей [2].

Таким чином, інвестиції в інтелектуальний капітал є умовою його відтворення та визначають не тільки рівень розвитку в майбутньому, але і безпосередній вплив на виробничий потенціал і на структуру сукупного попиту [3].

Концепція управління вартістю підприємства ґрунтується на припущенні, що менеджери фірми зорієнтовані на стратегічні управлінські рішення, які передбачають певну філософію бізнесу з відповідними ключовими параметрами.

Науково-технічний прогрес є одним із важливих чинників економічного розвитку. Найвидатніші представники різних напрямів розвитку економічної науки А. Сміт, Д. Рікардо, К. Маркс, Е. Бем-Баверк приділяли увагу досягненням у сфері нової техніки й технології. Так, Адам Сміт перший розділ своєї праці “Дослідження про природу і причини багатства народів” присвятив, головним чином,

тому, що сучасні економісти називають науково-технічним прогресом і економічним зростанням.

Важливе значення технічного прогресу в економічному розвитку простежується в працях Дж. Мілля, який був співтворцем напрямку утилітаризму в економічній науці та представником неокласичної школи, та К. Маркса – засновника політичної економії праці. К. Маркс визначав нововведення, що вивільняють основний капітал, як будь-яке вдосконалення, що дає можливість скоротити необхідну робочу площу чи продовжити експлуатаційний термін машин [4].

Для розуміння економічної сутності інтелектуального капіталу варто дослідити його місце в системі продуктивних сил суспільства. Ще за часів фізіократів вченими виділено два основних фактори виробництва – землю і робочу силу. В процесі еволюції економічних вчень і предмета економічної теорії еволюціонує, власне, і концепція продуктивних сил: так, Ж. Б. Сей виділяє вже капітал, землю і робочу силу, Дж. Б. Кларк додає підприємницькі здібності до “Сеевої трійки”, а Ф. Махлуп, вживаючи вперше термін “економіка знань”, надає знанням значення головного і вирішального фактора суспільного виробництва й економічного зростання.

Основоположники маржиналізму на першому етапі “маржинальної революції” – К. Менгер та його послідовники Ф. Візер та О. Бем-Баверк, вважали, що технологічні нововведення призводять до продовження періоду виробництва, який може змінитися лише тоді, коли завдяки технології будуть створені нові продукти.

Р. Солоу, Й. Шумпетер вважали, що науково-технічний прогрес і його врахування на підприємстві є одним із важелів економічного розвитку. Це означає, що інноваційний розвиток підприємства – єдиний процес, що об'єднує науку, техніку, економіку, підприємництво й управління [5].

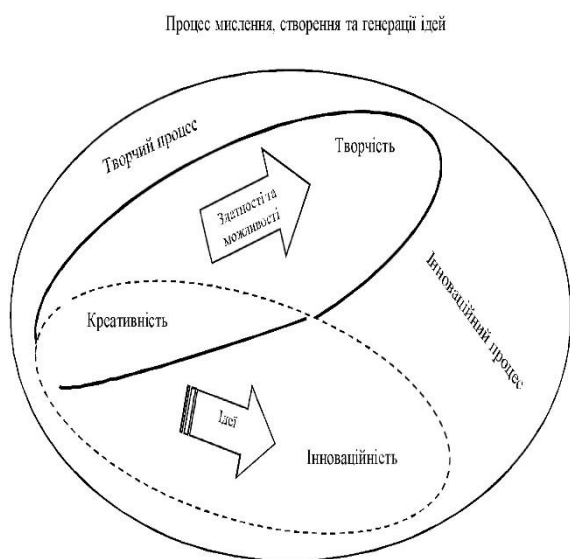
Мультихарактерна природа знань та системна неоднорідність вирізняє їх з-поміж “традиційних” економічних факторів. Так, частина знань не може бути відокремленою від їх носія або не піддається копіюванню, інші, навпаки, – активно і вільно тиражуються. Таким чином, використовуючи концепцію інтелектуального капіталу, в розрізі його структури, видається можливим конкретизувати економічний зміст знань, а саме:

– людський капітал – знання, невідокремлювані від людини-носія (вміння, навички, досвід, ноу-хау тощо), потенціал генерації знань людиною. Вимірною якістю використання людського потенціалу через креативність та інноваційність.

Порівняльна характеристика креативності та інноваційності дає змогу зауважити, що інноваційність – це процес перетворення існуючих можливостей у вигляді нових ідей та їх практична реалізація. На відміну від цього, креативність – процес, що базується на створенні нових ідей, концепцій або нових асоціацій у неперервному зв'язку з існуючими ідеями та концепціями. Креативність може насправді відобразитися формуванням ідеї, як спалаху натхнення, але він

залишається марним, поки не буде реалізованим, тобто не пройде комерціалізація ідеї. Годі креативна ідея може стати інноваційним продуктом. Інноваційний процес не може бути зупинений на стадії формування концепції, оскільки враховує фінансові ресурси, затрачені на дослідження. Креативність на противагу цьому полягає лише у формуванні множини ідей. Тобто креативний процес формування ідей є поняття менш глобальне, ніж інноваційний процес [6].

Відмінність між цими поняттями не тривіальне завдання, але так, щоб не плутати, слід пам'ятати, що креативність (творчість) може залишатися лише у вигляді сформованих у свідомості ідей, а інноваційність повинна дати відчутний, корисний ефект (рис. 1).



**Рис. 1. Змістове співвідношення між основними поняттями творчості, креативності та інноваційності**

– структурний капітал – знання, що забезпечують умови функціонування людського капіталу (культура, звичаї, бази даних, процеси, патенти, авторські права, торгові марки, інформаційні системи, організаційна структура, корпоративна культура тощо). Через багатогранність структурного капіталу виділяють також його елементи: організаційний, процесний та інноваційний капітал.

Концепція “організаційної культури” з’явилася у 1950-х роках. Е. Джейк в своїй науковій публікації “Змінювальна культура заводу” інтерпретувала цю концепцію як загальноприйнятий і стандартний спосіб мислення та перелік дій, який формальні та неформальні групи підприємства повинні використовувати з метою прийняття оптимальних для організації рішень [7];

– споживчий капітал – знання, що виникають у процесі економічних відносин (ринкові відносини, відносини власності, кооперація, репутація серед клієнтів, імідж тощо).

Гнучкість у прийнятті рішень забезпечує формування нового техніко-економічного співвідношення між працівником, інноваційними технологіями та засобами виробництва. Таке співвідношення уособлює єдність інтелектуального капіталу і його матеріального вияву в технологіях, системах виробництва та розподілу. Особливість такого системного підходу до управління факторами виробництва у тому, що за працівниками залишаються функції загального контролю за процесами та прийняття ефективних креативних рішень. На цій основі формується принципово новий тип взаємодії між усіма факторами виробництва, зростає їх організаційний потенціал, виникають ефективні методи управління виробництвом та соціальними процесами. Формування мережевої структури співвідношень між працівниками та інноваційними технологіями враховує два основні моменти: інноваційну політику та карту організації, які виникають на підприємстві під впливом технологічної та наукової політики (рис. 2).

Зростає значення інтелектуального капіталу в досягненні успіху на ринку в розрізі ефективності використання його компонентів. Пропозиція розділити компоненти інтелектуального капіталу є підходом, альтернативним традиційному. Для цілей цього дослідження варто зосередити увагу на таких компонентах:

1. Організаційна сфера, тобто створення у компанії векторів напряму розвитку: місії, цілей, стратегії функціонування організації. Створення рачоюнальної організаційної структури, ефективного внутрішнього спілкування та розвитку знань, лідерства. Планування та підбір персоналу на засадах створення освітньої платформи для розвитку креативності персоналу, його професійних та соціальних компетенцій, створення організаційної культури та системи мотивації.

2. Область управління знаннями в організації з моменту отримання даних до розвитку знань. Базовими елементами виступають інформаційні технології як інструменти досягнення цілей, оновлення та зміцнення знань.

3. Імідж компанії на ринку, відносини з клієнтами та партнерами.

Значення кожної з областей для конкретно взятої організації може бути різним, але лише прогрес у всіх сферах забезпечить підприємству ефект від використання інтелектуального капіталу та створення, як наслідок, інноваційного потенціалу працівників, технологічної бази, структури та ін.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** В результаті проведених досліджень можна дійти висновку, що на сьогодні управління інтелектуальним капіталом зосереджене переважно на мікрорівні – існує множина теорій і концепцій, стратегій управління, застосовуваних організаціями різного роду [4]. Проте структуризація знань у розрізі інтелектуального капіталу дає підставу припустити, що ефективність управління ними окремим суб’єктом залежить від ефективності управління загальним інтелектуальним капіталом країни.



Рис. 2. Мережева модель співвідношення між працівником та інноваційними технологіями (авторська розробка)

## ЛІТЕРАТУРА

1. Собко О. М. Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства : монографія / О. М. Собко. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 444 с.
2. Końska M. Wpływ kapitału intelektualnego na kreowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw / M. Końska // Nauki o zarządzaniu management sciences. – 2011. – № 8. – С. 356-369.
3. Ластовенко О. В. Теоретичні аспекти визначення суті інвестиційного капіталу в сучасних умовах / О. В. Ластовенко // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 2. – С. 92-95.
4. Єрешко Ю. О. Економічна сутність інтелектуального капіталу як фактора інноваційного розвитку економіки / Ю. О. Єрешко // Економічний вісник НЕУУ “КПР”. – 2016. – № 13. – С. 9-13.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 53 с.

6. Куцик В. І. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності креативних індустрій інноваційних систем розвитку : моногр. / В. І. Куцик, О. І. Кліпкова. – Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. – 268 с.

7. Захарчин Г. Механізм формування організаційної культури на підприємстві / Г. Захарчин // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – № 19 – С. 241-248.

## REFERENCES

1. Sobko, O. M. (2016), *Intelektualnyi kapital i kreatsiia vartosti pidpriemstva*, TNEU, Ternopil, 444 s.
2. Końska, M. (2011), *Wpływ kapitału intelektualnego na kreowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw*, *Nauki o zarządzaniu management sciences*, № 8, s. 356-369.

3. Lastovenko, O. V. (2013), Teoretychni aspekty vyznachennia suti investytsiinoho kapitalu v suchasnykh umovakh, Ekonomichnyi visnyk Donbasu, № 2, s. 92-95.

4. Yereshko, Yu. O. (2016), Ekonomichna sutnist intelektualnogo kapitalu yak faktora innovatsiinoho rozvytku ekonomiky, Ekonomichnyi visnyk NEUU "KPI", № 13, s. 9-13.

5. Shumpeter, Y. (1982), Teoryia ekonomycheskoho rozvytyia, Prohress, M., 53 s.

6. Kutsyk, V. I. and Klipkova, O. I. (2017), Komertsializatsiia ob'ektiv intelektualnoi vlasnosti kreatyvnykh industrii innovatsiinykh system rozvytku : monohr, Vyd-vo Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu, Lviv, 268 s.

7. Zakharchyn, H. (2009), Mekhanizm formuvannia orhanizatsiinoi kultury na pidpriemstvi, Formuvannia rynkovoï ekonomiky v Ukraini, № 19, s. 241-248.

## УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

УДК 336.743:004.056.55

Васильців Т. Г.,

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

Гудзовата О. О.,

к.е.н., доц., доцент кафедри комп'ютерних наук, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

### ІНСТРУМЕНТИ ДЕТИНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

**Анотація.** Метою статті є аналіз і визначення шляхів детінізації грошово-кредитного сектору України. У статті доводиться, що тіньова діяльність в грошово-кредитній сфері пов'язана передусім із нелегальною конвертацією грошових коштів, незаконною емісією цінних паперів банків, вексельним обігом, розкраданням безготівкової грошової маси і бюджетних коштів шляхом фальсифікації даних щодо фінансово-господарської діяльності підприємств, заставного майна, застосування механізму фіктивного банкрутства тощо. Це призводить до втрати дієвості грошово-кредитної політики через значний обсяг грошової маси. У контексті посилення проявів тінізації грошово-кредитної сфери, які формують ризики та загрози фінансової безпеки держави, запропоновано набір інструментів у грошовій сфері, на валютному ринку та на ринку цінних паперів, використання яких дасть позитивні результати в контексті посилення фінансової безпеки України.

**Ключові слова:** фінансова політика, детінізація, грошово-кредитний сектор, доходи, фінансова безпека держави.

Vasylytsiv T. G.,

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

Gudzovata O. O.,

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

### DESHADOWING TOOLS OF THE FINANCIAL SECTOR OF UKRAINE

**Abstract.** The purpose of the article is to analyze and determine the ways of deshadowing the monetary&credit sector of Ukraine. The article proves that the shadowed activity in the monetary&credit sphere is primarily related to the illegal conversion of funds, the illegal issue of bank securities, bills of exchange circulation, the theft of cashless money and budget funds by falsifying data on financial and economic activity of enterprises, mortgaged property, application of the fictitious bankruptcy mechanism, etc. This leads to a loss of monetary&credit policy efficacy due to the significant amount of money supply. In the context of strengthening the manifestations of the monetary&credit sphere shadowing, which form the risks and threats to the financial security of the state, a set of tools in the monetary sphere, in the currency market and in the securities market is proposed. Using this set of tools will give positive results in the context of strengthening Ukraine's financial security.

**Key words:** financial policy, deshadowing, money&credit sector, incomes, financial security of the state.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-22>

**Постановка проблеми.** Значні масштаби тіньової економіки визначено серед ключових глобальних ризиків найближчого майбутнього, що характерно як для розвинених країн, так і країн, що розвиваються. Успадкована Україною радянська модель економічного розвитку традиційно містила вагомий тіньовий складник. Відповідно до ст. 7 Закону України “Про основи національної безпеки України” тіннізацію національної економіки визнано загрозою національним інтересам і національній безпеці України в економічній сфері, зокрема фінансовій безпеці держави [1]. Так, Міністерство економічного розвитку та торгівлі України, оцінюючи масштаби неформальної економіки за чотирма методами, визначило інтегральний показник рівня тіньової економіки в Україні у 2017 р. в межах 31 % від офіційного ВВП. Натомість Міжнародний валютний фонд, згідно з оприлюдненими в січні 2018 р. даними, оцінив розмір тіньового сектору в структурі економіки України в 44,8 %. У зв’язку з цим доцільним є визначення інструментів детінізації фінансового сектору України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналізу шляхів детінізації грошово-кредитного сектору присвячено праці таких науковців, як С. Дяченко, С. Аржевітін, А. Ковальчук та ін., проте питання вивчення інструментів детінізації грошово-кредитного сектору в контексті посилення фінансової безпеки України залишається недостатньо розглянутим.

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз і визначення шляхів детінізації грошово-кредитного сектору України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Тіньова діяльність в грошово-кредитній сфері пов’язана передусім із нелегальною конвертацією грошових коштів, незаконною емісією цінних паперів банків, вексельним обігом, розкраданням безготівкової грошової маси і бюджетних коштів шляхом фальсифікації даних щодо фінансово-господарської діяльності підприємств, заставного майна (оцінювання його вартості чи наявності), застосування механізму фіктивного банкрутства тощо. Це призводить до втрати дієвості грошово-кредитної політики через значний обсяг грошової маси, що не підпадає під регулювання, а також дієвості фіскальних інструментів, зменшення податкових надходжень до бюджету, впливу капіталу та дестабілізації валютної системи, погіршення інвестиційного клімату та зниження можливостей щодо обслуговування зовнішнього боргу [3].

Зазначимо, що, за даними НБУ, на початок 2018 р. поза межами банківської системи знаходилося 27,5 % грошової маси в національній валюті. Значне збільшення позабанківського грошового обігу спостерігалось у 2014 р. (на 45,2 млрд грн у порівнянні з 2013 р.), що становило близько 30 % всієї грошової маси. Ці кошти широко використовуються для розрахунків у тіньовому секторі економіки, перетворившись на постійний інструмент незаконних валютних операцій. Поповнюють тіньовий позабанківський грошовий обіг також і неповернені кредити. За даними НБУ, на початок 2016 р.

заборгованість за ними становила 2,13 млрд грн або 22,1 % у загальному обсязі кредитів, наданих суб’єктам господарської діяльності та населенню [2]. Крім того, активного використання набули банківські операції з переказу безготівкових коштів у невраховану готівку, що є значною статтею неконтрольованого прибутку більшості банків.

В Україні, починаючи з 2013 р., НБУ встановило обмеження щодо проведення розрахунків готівкою за продані товари, здійснені роботи чи надані послуги [6]. З метою ефективного управління ризиком обігу готівки необхідно переглянути граничні пороги для готівкових розрахунків; створити необхідні умови для здійснення безготівкових розрахунків населення з використанням платіжних карток за житлово-комунальні послуги, спожиту електричну енергію, природний газ, послуги зв’язку і транспорту, здійснення грошових переказів через об’єкти поштового зв’язку, а також при сплаті податків і зборів під час переміщення товарів, транспортних засобів через митний кордон України; розширити можливості здійснення безготівкових розрахунків у закладах торговельної мережі та пунктах надання послуг; забезпечити розвиток мобільних платежів та мобільних додатків; підвищити рівень фінансово-економічної безпеки безготівкових розрахунків; розвинути виробництво платіжних терміналів, банківських автоматів, інших технічних і програмних засобів (компонентів платіжних систем), які використовуються в платіжних системах; удосконалити систему моніторингу для виявлення незаконних операцій під час здійснення безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток та обміну інформацією між банками (платіжними системами) і правоохоронними органами; в цілях підвищення фінансової грамотності населення у сфері використання платіжних карток розробити заходи з підвищення рівня обізнаності населення через засоби масової інформації та інтернет-ресурси щодо чинної системи безготівкових платежів і використання платіжних карток.

Традиційні особливості грошово-кредитного сектору, зокрема швидкість здійснення трансакцій, міжнародні масштаби угод і висока адаптивність, створюють передумови для використання його інструментів у схемах мінімізації податкових зобов’язань, ухилення від оподаткування, виведення коштів за межі України та легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом. Такими інструментами є операції з “технічними” цінними паперами. Найбільш використовуваним цінним папером у конвертаційних центрах, при реалізації схем відмивання злочинних доходів, є вексель, який тісно пов’язаний з торговими операціями, оскільки є засобом платежу за постачання товарів, робіт та послуг.

Для зменшення обсягів емісії та обігу цих паперів необхідно розробити інструменти щодо обмеження можливостей використання технічних акцій та посилення державного контролю за обігом векселів.

Досить поширеною є схема ухилення від сплати основного бюджетоутворюючого податку – податку

на додану вартість, яка базується на тому, що операції з товарно-матеріальними цінностями здійснюються за значно нижчими цінами [4]. Відповідна операція допомагає мінімізувати сплату ПДВ і мита та сформувати податковий кредит з ПДВ, оскільки митна вартість імпортованих товарів занижується. Для цього в схемі застосовуються офшорні підприємства, які є постачальниками товарно-матеріальних цінностей. У свою чергу, імпортер, отримавши товар, реалізує його через ланцюг фіктивних фірм до кінцевого споживача, тоді як фіктивні підприємства завищують вартість товарів до того рівня цін, які існують на даний момент на вітчизняному ринку для даних товарів.

Крім того, в Україні функціонують ще інші схеми уникнення сплати оподаткування з використанням грошово-кредитних інструментів, серед яких: ухилення від сплати податків через використання кредитних рахунків комерційних банків підприємствами-боржниками в цілях здійснення розрахунків, пов'язаних з веденням своєї господарської діяльності, замість спрямування коштів на погашення заборгованості; використання офшорних зон для ухилення від сплати податків (бартерні та вексельні операції, операції з цінними паперами, транзитна торгівля), які є загрозами фінансовій безпеці України. Додамо, що характерне для України активне використання схеми уникнення сплати податків зумовлює звуження податкової бази та відмивання нелегального прибутку, розширення можливостей фінансування тероризму й сепаратизму, зростання рівня організованої економічної злочинності, насамперед транскордонної, збільшення ризиків неконтрольованого відтоку капіталу з України та дестабілізацію національної фінансової системи.

Ще одним напрямом, де великі вітчизняні підприємства в значній мірі здійснюють тіньові операції, є приховування великих обсягів фінансового ресурсу через використання альтернативних банківських і платіжних систем. Такі системи поширені в так званому "золотому трикутнику" (Таїланд, Бірма, Лаос). Кошти проходять складний ланцюг осіб і взагалі не потрапляють до банківської системи, а, отже, їх неможливо відстежити, що дозволяє повністю приховати як напрями руху, так і обсяги тінізації грошового обігу.

В цілях посилення протидії ухиленню від оподаткування першочергово видається необхідним приєднання України до Міжнародної міжвідомчої конвенції щодо забезпечення доступу до рахунків нерезидентів, що дозволить автоматично отримувати повну інформацію про рахунки, відкриті в будь-якому банку світу українськими резидентами. Крім того, важливо розробити законопроект щодо запровадження статусу іноземних контрольованих компаній, який передбачатиме зобов'язання зареєстрованої за кордоном компанії, яка належить українському резиденту, сплачувати податки в Україні у разі, якщо рівень оподаткування у країні реєстрації вдвічі або більше нижчий, ніж ставка українських податків. Також доцільно розглянути можливість запровадження податку на міжнародні

спекулятивні трансакції у формі високого оподаткування капіталу, що виводиться з країни менш ніж через рік після його введення.

Реалізація дієвої політики детінізації грошово-кредитного сектору також у значній мірі опирається на створення відповідної інформаційно-аналітичної системи, яка необхідна для оперативного збору й аналізу інформації та відстеження, таким чином, проявів тінізації [5]. При цьому завдяки такій системі існує можливість швидко та якісно поширювати інформацію, здійснювати інформаційні кампанії, зорієнтовані на легалізацію, що сприятиме: удосконаленню обміну даними між органами валютного контролю, зокрема між Національним банком України, Міністерством фінансів України, Державною фіскальною службою, Державною службою фінансового моніторингу; запобіганню використанню фіктивних вантажних митних декларацій для купівлі та перерахування за межі України валютних цінностей; створенню єдиної системи купівлі іноземної валюти та її перерахування за межі України.

У контексті посилення проявів тінізації грошово-кредитної сфери, які формують ризики та загрози фінансовій безпеці держав, актуальними завданнями грошово-кредитної політики є аналіз і визначення шляхів детінізації грошово-кредитного сектору шляхом мінімізації протидії відмиванню доходів, одержаних злочинним шляхом, удосконалення засобів моніторингу й нагляду за грошовими потоками банків та іншими фінансовими інститутами, запровадження жорсткіших правил щодо готівкових трансакцій і збільшення штрафів за незадекларовані та необліковані готівкові рахунки, посилення контролю за трансакціями за участю офшорних юрисдикцій, удосконалення правил і норм, що регулюють діяльність фінансових ринків, та забезпечення прозорості фінансових інструментів, дотримання вимог міжнародного законодавства у сфері детінізації грошово-кредитного сектору, перешкоджання нелегальному відпливу капіталів за кордон (табл. 1).

Зауважимо, що універсальних інструментів протидії тінізації грошово-кредитного сектору, зменшенню податкової бази і переміщенню капіталів за кордон у світовій практиці не існує, однак є визнані на міжнародному рівні успішні практики. В свою чергу, Україна повинна віднайти для цього свій набір інструментів, який стимулюватиме усвідомлення всіма суб'єктами грошово-кредитних відносин наслідків тінізації своєї діяльності для фінансової безпеки України. Водночас внутрішні реформи у грошово-кредитній сфері мають всебічно мотивувати до легальної діяльності у спосіб розвитку інфраструктури здійснення безготівкових платежів, запровадження єдиного державного реєстру виданих векселів, підвищення вимог до емітентів цінних паперів, розширення можливостей використання валютних свопів; розвитку інструментів страхування валютних ризиків, посилення контролю над витоком капіталів за межі України, а також унеможливлення або принаймні підвищення ризиків і витрат за здійснення тіньової діяльності.



Таблиця 1

## Інструменти детінізації грошово-кредитного сектору в контексті посилення фінансової безпеки України

Прояви тінізації грошово-кредитної сфери	Загрози фінансової безпеки держави	Інструменти протидії тінізації
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ нелегальна конвертація грошових коштів;</li> <li>➤ незаконна емісія цінних паперів банків;</li> <li>➤ банківські операції з переказу безготівкових коштів у невраховану готівку</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• пришвидшення темпів інфляції;</li> <li>• дестабілізація банківської системи;</li> <li>• зменшення кредитних можливостей банків;</li> <li>• доларизація національної економіки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ розвиток інфраструктури здійснення безготівкових платежів;</li> <li>✓ підвищення рівня безпеки безготівкових розрахунків;</li> <li>✓ підвищення фінансової грамотності населення</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ діяльність фіктивних підприємств, лжебанків, конвертаційних центрів;</li> <li>➤ використання офшорних зон (бартерні та вексельні операції, транзитна торгівля);</li> <li>➤ приховування великих обсягів фінансового ресурсу через використання альтернативних банківських і платіжних систем;</li> <li>➤ використання кредитних рахунків комерційних банків підприємствами-боржниками</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• зменшення податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів;</li> <li>• підвищення ризиків неконтрольованого відтоку капіталу з країни;</li> <li>• дестабілізація валютної системи;</li> <li>• погіршення інвестиційного клімату;</li> <li>• зниження можливостей щодо обслуговування зовнішнього боргу;</li> <li>• розширення можливостей фінансування тероризму й сепаратизму</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ приєднання до багатосторонньої угоди про обмін податковою інформацією CRS;</li> <li>✓ імплементація заходів проекту BEPS;</li> <li>✓ забезпечення доступу до рахунків нерезидентів;</li> <li>✓ приєднання до Міжнародної міжвідомчої конвенції щодо запровадження статусу іноземних контрольованих компаній;</li> <li>✓ запровадження податку на міжнародні спекулятивні трансакції</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ операції з “технічними” цінними паперами (векселі, акції, облигації, інвестиційні та ощадні сертифікати);</li> <li>➤ “схемне” страхування (використання суб’єктів сектору страхування для відмивання коштів)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• неефективність функціонування фондового ринку;</li> <li>• формування системи квазістрахування;</li> <li>• непродуктивний відплив капіталу, ухилення від оподаткування та легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ запровадження єдиного державного реєстру виданих векселів;</li> <li>✓ підвищення вимог до емітентів цінних паперів;</li> <li>✓ врегулювання проведення операцій з купівлі-продажу векселів страховими компаніями</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ зростання обсягів незаконних валютних операцій;</li> <li>➤ здійснення валютних операцій обмінними пунктами без звітування;</li> <li>➤ зростання запасів готівкової валюти поза банками;</li> <li>➤ переведення розрахунків та заощаджень у готівкову валютну форму</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• недоотримання податків і зборів із зовнішньоторговельних операцій;</li> <li>• недостатні темпи залучення депозитів банківськими установами;</li> <li>• зростання рівня доларизації активів і пасивів банківських установ;</li> <li>• посилення девальваційних тенденцій національної грошової одиниці</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ розширення можливостей використання валютних свопів;</li> <li>✓ розвиток інструментів страхування валютних ризиків;</li> <li>✓ розвиток ринку деривативів, насамперед ф’ючерсів;</li> <li>✓ вдосконалення методики оцінки виводу капіталів за межі країни;</li> <li>✓ зниження банківських обмежень</li> </ul>

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Протидія фінансовим злочинам, “відмиванню” нелегальних коштів, злочинам у транскордонній та міжнародній сферах є ключовою компонентою зміцнення фінансової безпеки держави, тому лише запровадження комплексної системи мінімізації проявів тінізації грошово-кредитної сфери дасть позитивні результати в контексті посилення фінансової безпеки України. Для цього необхідно реалізувати низку інструментів, зокрема у грошовій сфері – розвиток інфраструктури здійснення безготівкових платежів,

підвищення рівня безпеки безготівкових розрахунків, підвищення фінансової грамотності населення; при використанні компаній з ознаками фіктивності у саамах відмивання капіталу – забезпечення доступу до рахунків нерезидентів, приєднання до Міжнародної міжвідомчої конвенції щодо запровадження статусу іноземних контрольованих компаній, запровадження податку на міжнародні спекулятивні трансакції; на ринку цінних паперів – запровадження єдиного державного реєстру виданих векселів, підвищення вимог до емітентів цінних паперів, врегулювання проведення операцій з

купівлі-продажу векселів страховими компаніями; на валютному ринку – розширення можливостей використання валютних свопів, розвиток інструментів страхування валютних ризиків, розвиток ринку деривативів, насамперед ф'ючерсів, вдосконалення методики оцінки виводу капіталів за межі країни, зниження банківських обмежень.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Про основи національної безпеки України: Закон України // Офіційний Вісник України. – 2003. – № 29. – Ст. 1433.
2. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).
3. Аржевітін С. М. Грошово-кредитні відносини в розвитку економіки України : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.08 / С. М. Аржевітін ; ДВНЗ “Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана”. – К., 2011. – 32 с.
4. Дячек С. М. Грошово-кредитна безпека України: сутність, загрози, оцінка / С. М. Дячек // Вісник Житомирського державного технічного університету. – 2013. – № 2 (64). – С. 227-233.
5. Ковальчук А. Т. Фінансово-правове регулювання грошово-кредитних відносин : дис... канд. юрид. наук: 12.00.07 / Андрій Трохимович Ковальчук. – К., 2003. – 202 с.
6. Монетарна політика Національного банку України: сучасний стан та перспективи змін / [за ред.

В. С. Стельмаха]. – К. : Центр наукових досліджень Національного банку України, УБС НБУ, 2009. – 404 с.

#### REFERENCES

1. Pro osnovy` nacional`noyi bezpeky` Ukrayiny` : Zakon Ukrayiny` (2003), Oficijny`j Visny`k Ukrayiny`, # 29, st. 1433.
2. Oficijny`j sajt NBU, available at: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua)
3. Arzhevitin, S. M. (2011), Groshovo-kredy`tni vidnosy`ny` v rozvy`tku ekonomiky` Ukrayiny` : avto-ref. dy`s. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.08 ; DVNZ “Ky`yiv. nacz. ekon. un-t im. V. Get`mana”, K., 32 s.
4. Dyachek, S. M. (2013), Groshovo-kredy`tna bezpeka Ukrayiny` : sutnist`, zagrozy`, ocinka, Visny`k Zhy`tomy`rs`kogo derzhavnogo texnichnogo univer-sy`tetu, # 2 (64), s. 227-233.
5. Koval`chuk, A. T. (2003), Finansovo-pravove regulyvannya groshovo-kredy`tny`x vidnosy`n : dy`s... kand. yury`d. nauk: 12.00.07 / Andrij Troxy`movy`ch Koval`chuk, K., 202 s.
6. Monetarna polity`ka Nacional`nogo banku Ukrayiny` : suchasny`j stan ta perspekty`vy` zmin, za red. V. S. Stel`maxa (2009), Centr naukovy`x dosli-dzhen` Nacional`nogo banku Ukrayiny`, UBS NBU, K., 404 s.

УДК 336. 027

*Власюк Н. І.,*

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

*Чуй І. Р.,*

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

## **НЕОБХІДНІСТЬ ЗМІЦНЕННЯ ФІСКАЛЬНО-РЕГУЛЮЮЧИХ ЗАСАД ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ**

***Анотація.** У статті характеризуються фіскально-регулюючі аспекти оподаткування доходів фізичних осіб в Україні, проводиться аналіз наповнення державного та місцевих бюджетів за рахунок податку на доходи фізичних осіб, а також визначаються основні показники, що характеризують ступінь ефективності оподаткування доходів фізичних осіб в Україні. З метою вдосконалення механізму стягнення податку на доходи фізичних осіб пропонується розширити діапазон доходів громадян, який дозволить отримувати податкову соціальну пільгу. На основі проведених аналітичних розрахунків визначаються основні пропозиції та рекомендації щодо пошуку шляхів зміцнення фіскально-регулюючих засад оподаткування доходів фізичних осіб, які дадуть змогу у майбутньому піднести добробут суспільства на якісно новий рівень.*

**Ключові слова:** податок на доходи фізичних осіб, оподаткування, державний бюджет, місцеві бюджети, фіскально-регулюючі засади.

*Vlasyuk N.I.,*

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

*Chui I. R.,*

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

## **NECESSITY OF STRENGTHENING THE FISCAL AND REGULATORY PRINCIPLES OF INDIVIDUALS INCOMES TAXATION IN UKRAINE**

***Abstract.** The article characterizes the fiscal and regulatory aspects of taxation of individuals incomes in Ukraine, analyzes the filling of state and local budgets at the expense of personal income tax, as well as defines the main indicators characterizing the level of efficiency of taxation of individuals incomes in Ukraine. In order to improve the mechanism for collecting individuals incomes tax, it is proposed to extend the range of citizens' incomes, which will allow them to receive a tax social benefit. Based on the analytical calculations, the main suggestions and recommendations for finding ways to strengthen the fiscal and regulatory bases of taxation of individuals' incomes, which will enable the future welfare raise of the society to a qualitatively new level, are determined.*

**Keywords:** individuals incomes tax, taxation, state budget, local budgets, fiscal and regulatory principles.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-23>

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах, коли надходження від оподаткування доходів фізичних осіб стають визначальним джерелом формування бюджетних доходів, малодослідженими залишаються проблемні питання обґрунтування

напрямів реформування механізму оподаткування особистих доходів та оцінка його регулюючих і фіскальних можливостей.

Сучасні податкові важелі пропорційного оподаткування недостатньо виконують завдання регулювання рівня доходів населення, що впливає з сутності регулюючої функції податків та принципів побудови податкової системи України. З огляду на це важливим є реформування і подальше удосконалення механізму оподаткування доходів фізичних осіб, а також пошук шляхів зростання фіскального й регулюючого потенціалу такого оподаткування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню проблем сучасної податкової системи загалом, а також податкової політики у сфері оподаткування доходів фізичних осіб присвячені роботи низки вітчизняних вчених: О. Василика, В. Вишневського, М. Дем'яненка, С. Каламбет, П. Лайка, В. Мартиненка, А. Поддєрьогіна, В. Синчака, А. Соколовської, Л. Шаблістої, І. Чугунова, С. Юрія та ін.

Проведене авторами дослідження літературних джерел вказує на відсутність єдності думок науковців і практиків щодо найбільш суперечливих і проблемних питань побудови ефективного механізму оподаткування доходів фізичних осіб, який би оптимально задовольняв потреби як держави, так і платників податків.

**Постановка завдання.** Метою статті є визначення місця податку з доходів фізичних осіб у наповненні Державного та місцевих бюджетів України та розробка пропозицій щодо удосконалення механізму оподаткування доходів громадян у напрямках посилення фіскального і регулюючого потенціалу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Прямі податки на доходи в системі державного регулювання економіки відіграють важливу роль: з одного боку, вони є основним джерелом державних видатків, з іншого, – потужним інструментом регулювання соціальних та економічних процесів у країні.

Податкова політика, здійснюючи оподаткування доходів фізичних осіб, поєднує макроекономічні та соціальні цілі розвитку суспільства.

Податок на доходи фізичних осіб є важливим бюджетоутворюючим податком, який відіграє значну роль у перерозподілі доходів громадян та забезпеченні фіскальної достатності бюджету. За допомогою цього податку держава має можливість впливати на рівень доходів і накопичень громадян. Податок на доходи фізичних осіб є соціальним регулятором, адже перерозподіляє доходи кожного члена суспільства. Під час його сплати формуються взаємозв'язки платників із державою, адже кожен з них стає учасником бюджетного процесу щодо формування доходів держави.

Доходи фізичних осіб на сьогоднішній день є загальноприйнятою категорією для оподаткування. Вони є об'єктом оподаткування податком з доходів фізичних осіб, функціонування якого в кожній державі має свої особливості, проте спільним є його зростаюча регулятивна ефективність.

Значущість податку на доходи фізичних осіб обумовлена тим, що він:

- безпосередньо зачіпає інтереси всіх без винятку верств економічно активного населення країни;

- один із основних податків, який дає змогу в максимальному обсязі реалізувати основні принципи оподаткування: справедливість і рівномірність розподілу податкового тягаря;

- дозволяє змінювати розмір кінцевих доходів населення без зміни відповідності між результатами праці та її оплатою;

- впливає на структуру кінцевих доходів населення, а, отже, і на структуру потреб населення;

- дає змогу обкладати доходи, які отримуються з різних джерел [1, с.75].

Досліджуючи зміст та призначення податку на доходи фізичних осіб, варто зазначити, що таке оподаткування є дуже складним і дієвим інструментом регулювання низки процесів на рівні держави та фізичної особи. Через оподаткування певних видів доходів забезпечується регулятивна ефективність цього податку, що проявляється через низку ефектів, які він зумовлює шляхом застосування пропорційної чи прогресивної шкали.

Цей податок є важливим у регулюванні вектора індивідуальних грошових потоків платників податків та визначення обсягу витрат усіх суспільних прошарків населення. Саме він є основним податковим важелем регулювання доходів населення. Такі інструменти, як преференції та пільги, зменшення ставок податку і спрощення систем обліку, а також забезпечення гарантованого захисту платника податку від свавілля держави, здатні забезпечувати податкове регулювання [2].

Яких би переваг не надавала ринкова форма господарювання учасникам економічних відносин, вона не в змозі забезпечити справедливість і рівність усіх її суб'єктів без участі держави. Саме на державу покладено функцію контролю за розподілом та перерозподілом економічних благ між учасниками ринку, оскільки неконтрольований процес в усіх випадках призводить до суттєвої диференціації доходів і, як наслідок, соціальної незахищеності більшості громадян.

Незважаючи на певні аргументи проти зазначеного виду оподаткування, такі, як зниження продуктивності та стимулів до праці, заощаджень, інвестицій в економіку, більшість науковців вважає, що фіскальне значення цього податку за сучасних умов не набагато перевищує соціальне, до того ж, податок на доходи фізичних осіб на початковому етапі вводився не лише як фіскальний інструмент, а насамперед як інструмент і важіль соціальних реформ [3].

З позиції збереження фіскальної ролі податку з доходів фізичних осіб реформа прямого оподаткування доходів громадян виправдала себе, але водночас шляхом запровадження пропорційної ставки оподаткування відмежувала цей фінансовий інструмент від політики перерозподілу доходів. Запровадження малопрогресивного податку з доходів громадян є тим консенсусом, який певною

мірою вирішує проблему фінансового вирівнювання, не створюючи негативного ставлення заможних громадян до інституту оподаткування.

Мінімізація негативного аспекту державного втручання в перерозподіл доходів громадян означає, що механізм опосередкованої передачі частини фінансових ресурсів від заможних верств населення до найбільш вразливих сприятиме зростанню сукупних витрат останніх, що спрямовуватимуться здебільшого на поточне споживання, при цьому зменшення доходів багатих верств населення не позначиться на їхньому споживчому попиті, лише скоротить заощадження.

Регулююча функція податків з доходів фізичних осіб дає змогу ефективно використовувати їх у певних макроекономічних ситуаціях. Зокрема, через систему оподаткування можна впливати на доходи громадян і, враховуючи, що податок з доходів фізичних осіб є однією з основних детермінант попиту, впливати на сукупний споживчий попит та інвестиції [4].

Державна фінансова та регулююча політика у сфері оподаткування фізичних осіб є складовою державної фінансової політики, спрямованої на оптимальне забезпечення держави фінансовими ресурсами та правове регулювання доходів членів суспільства, а також відносин між органами державної влади та юридичними й фізичними особами, які виникають при адмініструванні податків до бюджетів усіх рівнів.

Визначення впливу податкових інструментів на формування доходів населення потребує аналізу статистичних даних, що дозволить не лише проаналізувати наявні тенденції в оподаткуванні доходів

фізичних осіб, а й визначити проблемні аспекти та запропонувати можливі напрями їх вирішення.

Для визначення місця ПДФО в загальному обсязі доходів Державного бюджету, в тому числі податкових надходжень, розглянемо табл. 1.

Як показують проведені розрахунки, загальні надходження до Державного бюджету України у 2017 році порівняно з 2013 роком зросли у 2,2 рази, а порівняно з 2016 роком – на 32,8 %. У складі податкових надходжень податок на доходи фізичних осіб за аналізований період зріс у 10 разів, а у порівнянні з 2016 роком – на 25,4 %.

З метою оцінювання ефективності оподаткування доходів фізичних осіб розрахуємо частку податку у ВВП, податкових надходженнях та доходах Державного бюджету (табл. 2).

Як бачимо, частка податку на доходи фізичних осіб у вищеперелічених показниках зростала.

Як відомо, податок на доходи фізичних осіб виступає джерелом наповнення не лише Державного бюджету України, але й місцевих бюджетів. Проаналізуємо динаміку надходжень податку на доходи фізичних осіб до місцевих бюджетів України за 2013-2017 рр. (табл. 3).

Незважаючи на те, що значна частка податку на доходи фізичних осіб перераховується у Державний бюджет України, цей податок залишається лідером у наповненні місцевих бюджетів України.

Важливими показниками, що характеризують особливості формування надходжень від податку, є податок на доходи фізичних осіб на 1 людину та одного працюючого (табл. 4).

Таблиця 1

**Склад доходів Державного бюджету України за 2013-2017 рр.**

Показники	Сума, млрд грн					2017/ 2013	2017/ 2016
	2013р.	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.		
Податкові надходження, з них:	262,8	266,8	408,7	503,9	627,1	у 2,3 р.	124,4
- податок та збір на доходи фізичних осіб	7,5	12,6	45,1	59,8	75,0	у 10 р.	125,4
Неподаткові надходження	73,2	36,7	90,9	65,2	128,6	175,6	197,2
Доходи від операцій з капіталом	0,3	0,05	0,07	0,7	0,3	100,0	42,8
Офіційні трансферти	1,6	2,0	2,7	3,0	6,0	у 3,7 р.	у 2,0 р.
Від урядів зарубіжних країн та міжнародних організацій	1,3	5,1	1,5	2,5	1,6	123,0	64,0
Разом доходів	339,2	310,7	503,8	574,7	763,6	у 2,2 р.	132,8

Складено авторами на основі [5,7]

Таблиця 2

**Показники формування податкових надходжень до Державного бюджету України у 2013-2017 рр.**

Показники	Роки				
	2013	2014	2015	2016	2017
<i>I</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Доходи Державного бюджету, млрд грн	339,2	310,7	503,8	574,7	763,6
-у % до ВВП	23,3	19,8	25,4	24,1	25,5

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6
ВВП, млрд грн	1454,9	1566,7	1979,4	2383,1	2982,9
Податкові надходження, млрд грн	262,8	266,8	408,7	503,9	627,1
-у % до ВВП	18,0	17,0	20,6	21,1	21,0
-у % до доходів бюджету	77,7	85,9	81,1	87,7	82,1
Податок та збір на доходи фізичних осіб, млрд грн	7,5	12,6	45,1	59,8	75,0
-у % до ВВП	0,5	0,8	2,2	2,5	2,5
-у % до доходів бюджету	2,1	4,1	8,9	10,4	9,8
-у % до податкових надходжень	2,8	4,7	11,0	11,9	11,9

Складено авторами на основі [5,7]

Таблиця 3

**Склад доходів місцевих бюджетів України за 2013-2017 рр.  
(без міжбюджетних трансфертів)**

Доходи	Сума, млрд грн					2017 у % до 2013	2017 у % до 2016
	2013	2014	2015	2016	2017		
Податкові надходження, у т.ч.:	91,3	90,1	115,3	173,1	202,0	у 2,2р.	116,6
-податок на доходи фізичних осіб	64,6	62,6	54,9	78,9	97,8	151,3	123,9
-акцизний податок	-	-	7,7	11,6	9,6	-	82,7
-місцеві податки і збори	7,3	8,0	27,0	42,2	47,3	у 6,4 р.	112,0
-земельний податок і орендна плата за землю	12,8	12,1	14,8	23,3	27,3	у 2,1 р.	117,1
-єдиний податок	6,6	7,4	10,9	17,1	20,0	у 3,0 р.	116,9
Неподаткові надходження	12,1	12,2	20,1	21,8	22,0	181,8	100,9
Доходи від операцій з капіталом	1,4	1,1	1,6	1,4	1,5	107,1	107,1
Разом	104,8	103,4	137,0	196,3	225,5	у 2,1 р.	114,8

Складено авторами на основі [5,7]

Таблиця 4

**Розрахунок податкового навантаження на одну людину та одного працюючого в Україні за 2013-2017 рр.**

Показники	Роки					Відхилення	
	2013	2014	2015	2016	2017	2017 у % до 2013	2017 у % до 2016
Податок на доходи фізичних осіб, млн грн	72151	75203	99983	138753	172845	у 2,4 р.	124,5
Кількість населення, млн осіб	45,5	45,4	42,9	42,7	42,6	93,6	99,7
Кількість працюючих, млн осіб	18,9	17,1	15,7	15,6	15,5	82,0	99,3
ПДФО на одну людину, грн	1585,7	1656,4	2330,6	3249,4	4057,4	у 2,5 р.	124,9
ПДФО на одного працюючого, грн	3817,5	4397,8	6368,3	8894,4	11151,3	у 2,9 р.	125,3

Складено авторами на основі [6,7]

Як бачимо, обидва показники зростають і розрив між ними збільшується. Крім того, податкове навантаження на одного працюючого є значно вищим, ніж на одну людину. Якщо у 2013 році співвідношення між показниками складало 2,4:1, то вже у 2017 році – 2,7:1. Це може свідчити про приховування доходів

громадян, які офіційно не зайняті, але при цьому активно працюють у тіншовому секторі економіки.

Таким чином, бачимо, що система оподаткування доходів фізичних осіб відіграє важливе значення у доходах бюджету, а рівень фіскальної наповненості місцевих та державного бюджетів

держави напряму залежить від фінансового стану кожного громадянина України.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Фіскально-регулятивний механізм оподаткування доходів фізичних осіб реалізується, насамперед, через диференціацію ставок і пільг, що створює привабливий інвестиційний клімат та бізнес-середовище.

Серед основних чинників, що безпосередньо забезпечують виконання фіскальної, регулюючої та соціальної функцій податку на доходи фізичних осіб, є: підвищення мінімальної заробітної плати; підвищення прожиткового мінімуму на одну працездатну особу; випереджаюче (порівняно з темпами зростання ВВП) зростання доходів населення, насамперед заробітної плати та посилення стимулюючої функції заробітної плати.

На цей час глобального характеру в оподаткуванні доходів фізичних осіб України набула така проблема, як надмірне податкове навантаження. Можна казати, що найбільший розмір податкового навантаження на платників податку на доходи фізичних осіб припадає на доходи, що дорівнюють розміру прожиткового мінімуму. Наслідком такого надмірного податкового навантаження продовжує виступати масове ухилення від сплати податків та неофіційне працевлаштування фізичних осіб. З огляду на це важливим є підвищення рівня соціальної захищеності найбільш вразливих прошарків населення за рахунок багатшої частини суспільства, оскільки система оподаткування доходів фізичних осіб повинна виконувати не лише фіскальну, але і регулюючу функцію.

Важливим є той факт, що усі громадяни України, які знаходяться на загальній системі оподаткування, сплачують податок на доходи фізичних осіб до того регіонального бюджету, де працюють. Тому значну перевагу мають ті регіони, де зосереджена значна кількість робочих місць та приїжджих громадян. Такі регіони мають більший фіскальний потенціал від цього податку. Разом з тим, видатки на різні соціальні послуги, освіту, охорону здоров'я та інші потреби здійснюються з того бюджету, де зареєстровані приїжджі громадяни. З цього випливає необхідність сплати даного податку за місцем проживання. Такий підхід забезпечив би пропорційний (відповідно чисельності працюючих) та рівномірний розподіл надходжень від податку по всій території України, сприяв би більш тісному зв'язку між надходженнями та витратами місцевих бюджетів та збільшив фіскальне значення найменш розвинених регіонів, що, в свою чергу, забезпечило б виконання основних принципів бюджетної системи.

Збільшення потенційно можливої величини надходження податку на доходи фізичних осіб можливе при застосуванні комплексного прогнозування можливих бюджетних надходжень, зваженого податкового регулювання та контролю, внесенні змін до існуючого механізму оподаткування, а також виконанні усіх критеріїв оцінки системи оподаткування доходів фізичних осіб в Україні.

Важливим напрямком податкової політики має стати збалансованість інтересів держави і платників податків.

З метою вдосконалення механізму стягнення податку на доходи фізичних осіб необхідно розширити діапазон доходів громадян, який дозволить отримувати податкову соціальну пільгу. На базі світового досвіду можна запропонувати при стягненні цього податку враховувати й фінансовий стан сім'ї, що надасть змогу перерозподіляти податковий тягар серед населення.

Але такі зміни треба проводити зважено, враховуючи національні, економічні, соціальні та культурні чинники нашої країни. Вважаємо, що необхідно зробити все для того, щоб громадяни України не примусово, а добровільно сплачували податки. А це відбудеться тільки після того, коли платники побачать, що вони дійсно сплачують податки на користь країни та суспільства.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеева А. О. Обгрунтування основних організаційно-психологічних перешкод щодо підвищення рівня добровільності сплати податків / А. О. Алексеева // Управління розвитком. – 2013. – № 21. – С. 74-76.
2. Воронкова О. М. Сучасний стан сплати податків в Україні / О. М. Воронкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/6977/1/155.pdf>.
3. Герасименко П. Мінімальна зарплата: світові стандарти і українські реалії / П. Герасименко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [zaxid.net/news/showNews.do?minimalna\\_zarplata\\_svitovi\\_standarti\\_i\\_ukrayinski\\_realiyi&objectId=1231038](http://zaxid.net/news/showNews.do?minimalna_zarplata_svitovi_standarti_i_ukrayinski_realiyi&objectId=1231038).
4. Голишевська Л. В. Роль фіскальної та регулюючої функції податків в економіці держави / Л. В. Голишевська, А. А. Андрушак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2010/Economics/62930.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/62930.doc.htm).
5. Офіційний веб-сайт Державної казначейської служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://treasury.gov.ua/>.
6. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
7. Офіційний веб-сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [sfs.gov.ua](http://sfs.gov.ua).

## REFERENCES

1. Aleksieieva, A. O. (2013), Obgruntuvannia osnovnykh orhanizatsijno-psykholohichnykh pereshkod schodo pidvyschennia rivnia dobrovil'nosti splaty podatkov, Upravlinnia rozvytkom, № 21, s. 74-76.
2. Voronkova, O. M. Suchasnyj stan splaty podatkov v Ukraini, available at : <http://eztuir.ztu.edu.ua/6977/1/155.pdf>.

3. Herasymenko P. Minimal'na zarplata : svitovi standarty i ukrains'ki realii, available at : [zakhid.net/neys/showNevs.do?minimalna\\_zarplata\\_svitovi\\_standarti\\_i\\_ukrayinski\\_realiyi &objestId=1231038](http://zakhid.net/neys/showNevs.do?minimalna_zarplata_svitovi_standarti_i_ukrayinski_realiyi&objestId=1231038).

4. Holyshevs'ka, L. V. and Andruschak, A. A. Rol' fiskal'noi ta rehuliuchoi funktsii podatkov v ekonomitsi derzhavy, available at : [http://vvv.rusnauka.tsom/12\\_KPSN\\_2010/Etsonomitss/62930.dots.htm](http://vvv.rusnauka.tsom/12_KPSN_2010/Etsonomitss/62930.dots.htm).

5. Ofitsijnyj veb-sajt Derzhavnoi kaznachejs'koi sluzhby Ukrainy, available at : <http://treasury.gov.ua/>.

6. Ofitsijnyj veb-sajt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at : [vvv.ukrstat.gov.ua](http://vvv.ukrstat.gov.ua).

7. Ofitsijnyj veb-sajt Derzhavnoi fiskal'noi sluzhby Ukrainy, available at : [sfs.gov.ua](http://sfs.gov.ua).



УДК 336.01

Василевська Г. В.,

к.е.н., доц., доцент кафедри податків та фіскальної політики, Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль

## СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ОПТИМАЛЬНОГО ФІСКАЛЬНОГО ПРОСТОРУ ТА ЇХ ВЗАЄМОДІЯ

*Анотація.* У процесі опрацювання теорії виникнення, функціонування та розвитку фіскального простору держави важливим аспектом є дослідження його складових, адже від їх якісного наповнення й ефективної взаємодії залежить не лише можливість держави повноцінно виконувати свої функції, але й підвищувати рівень суспільного добробуту. У статті висвітлені фундаментальні орієнтири формування оптимального фіскального простору та надано характеристику його базовим чинникам. Представлено й обґрунтовано основні елементи організаційно-економічного механізму досліджуваного явища у контексті висвітленої проблематики. Все це надає можливість якомога детальніше опрацювати концептуальні засади функціонування фіскального простору держави з метою забезпечення його оптимальної структури та удосконалення її у практичній площині.

**Ключові слова:** феномен фіскального простору, оптимальний фіскальний простір, організаційний механізм оптимального фіскального простору держави, фіскальне середовище, фіскальна політика, державне регулювання.

Vasylevska H. V.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Taxes and Fiscal Policy, Ternopil National Economic University, Ternopil

## STRUCTURAL ELEMENTS OF FORMING THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM FOR OPTIMAL FISCAL SPACE AND THEIR INTERACTION

*Abstract.* In the process of elaboration of the theory of the emergence, functioning and development of the fiscal space of the state, an important aspect is the study of its constituents, since their qualitative application and effective interaction depends not only on the state's ability to perform its functions fully, but also to increase the level of public welfare. The article outlines the fundamental guidelines for the formation of optimal fiscal space and gives the characteristics of its basic factors. The basic elements of the organizational and economic mechanism of the investigated phenomenon in the context of the highlighted problem are reviewed and substantiated. All this provides an opportunity to elaborate as much as possible the conceptual foundations of the state's fiscal space functioning in order to ensure its optimal structure and improve it in a practical plane.

**Key words:** fiscal space phenomenon, optimal fiscal space, organizational mechanism of optimal fiscal space of the state, fiscal environment, fiscal policy, state regulation.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-24>

**Постановка проблеми.** Сучасні трансформації господарських процесів, за умов активної глобалізації водночас з необхідністю стабільного розвитку соціально-орієнтованого ринкового господарства, а відтак і забезпечення економічного зростання національних господарських систем, вимагають вичерпного дослідження функціонування фіскального простору задля забезпечення його ефективного еволюціонування. Формуючи належну ресурсну базу, при умові раціонального її використання та цивілізованих правових взаємовідносин

уряд може створювати і впроваджувати дієві інструменти державного регулювання, а також впливати на відповідні процеси в суспільстві й забезпечувати найкращі умови щодо його розвитку та самоудосконалення. Таким чином, формування оптимального фіскального простору держави потребують детального вивчення, аналізу та обґрунтування багатьох теоретичних аспектів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження фіскального простору та його структурних елементів тривалий час викликають жваві

дискусії серед теоретиків та практиків. Під впливом сучасного діалектичного розуміння феномену фіскального простору, представленого в працях П. Геллера, О. Десятнюк, Т. Єфименко, Г. Колодко, А. Крисоватого, П. Кулачука, К. Маркса, С. Овсяка, Д. Стігліца, Й. Шумпетера, С. Юрія та ін., набуває актуальності потреба у черговій філософській рефлексії наукового пізнання його сутності. Це підтверджує необхідність відновлення обговорення та забезпечення фахової полеміки в літературі щодо фундаментальних основ виникнення, функціонування та розвитку фіскального простору держави.

**Постановка завдання.** Кінцевою метою пізнання феномену фіскального простору держави та дослідження його структурних елементів є певна система істинних знань, сформованих у метафізичну конструкцію, яка сприятиме розвитку фіскальної теорії та удосконаленню практики.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Науковці до вивчення фіскального простору держави виявили свій інтерес порівняно не так давно, хоча існування цього феномену має доволі глибоке коріння, яке сягає часів створення суспільства й пов'язане з необхідністю виконання державою безпосередніх функцій та потребою достатньої кількості фінансових ресурсів на їх реалізацію. Натомість не кожна влада здатна ефективно використовувати навіть достатній бюджет, чим зазвичай пояснюються циклічність економічних процесів, деструкції фінансової сфери та відповідні асиметрії фіскального простору держави.

Національна економіка розвивається під тиском багатьох ендегенних та екзогенних явищ, які зумовлені викликами сучасної глобалізації. Проте необхідність швидкої адаптації до зовнішніх протистоянь не повинна ставати причиною внутрішніх соціально-економічних проблем країни. Забезпечення ефективного функціонування фіскального простору має базуватися на якісному моніторингу його складових й формувати цілісну систему взаємодіючих та взаємодоповнюючих елементів. Натомість з певних причин аналізу й оцінці фіскального простору держави підлягають лише фінансові результати його функціонування, що перерозподіляє відповідні акценти, зумовлює односторонність здійсненого аналізу і забезпечує посилення фіскалізму в державі. Водночас треба розуміти, що функціонування фіскального простору наявне за будь-яких умов, тоді як до його якості й раціональності можуть виникати питання. Відтак формування оптимальної структури досліджуваного феномену повинно базуватися на стійких, наукових доктринах та теоретично обґрунтованих постулатах. Таким чином, варто звернутися до фундаментальних основ становлення оптимального фіскального простору держави та насамперед визначити його теоретико-організаційну будову. Зазначимо, що оптимальний фіскальний простір створюється у процесі державного регулювання з метою забезпечення ефективного оподаткування, формування оптимальної податкової системи, достатньої ресурсної бази задля забезпечення зрівноваженого розвитку народного господарства, покращення суспільного добробуту та якості життя громадян. Таким чином, оптимальний фіскальний простір – це найкраща форма функціонування модернізованого

фіскального середовища (сукупності умов, спричинених регулятивними заходами держави у процесі реалізації фіскальної політики), що здатна забезпечувати розвиток таких взаємодій між суб'єктами відповідних відносин, які сприяють збільшенню ефективності оподаткування, раціональному розподілу та перерозподілу валового внутрішнього продукту, зрівноваженому економічному розвитку, збалансованому бюджету, покращенню суспільного добробуту.

Циклічний характер економічного розвитку, що виникає завдяки взаємопов'язаним процесам, спричинює певні коливання світового господарства й посилює формування відповідних тенденцій. Природно, що оптимальний фіскальний простір слугує абсолютним поєднанням усіх його складових. Таким чином, принципи формування та функціонування оптимального фіскального простору повинні базуватися на класичних засадах оподаткування, запропонованих у свій час ще А. Смітом [1, с. 32]. Поряд з цим, розвиток суспільства, а разом з ним і соціально-економічної сфери вимагає постійного удосконалення здійснення податково-бюджетних відносин. Відтак представимо суть зазначеної конструкції в аспектах, притаманних будь-якому процесу з позиції їх висвітлення її структурних елементів. Отже, для можливості здійснення ґрунтовнішого аналізу та дослідження властивостей оптимального фіскального простору держави визначимо три основні складові досліджуваного організаційно-економічного механізму, до яких належать: принципи, відповідно до яких відбувається формування та розвиток фіскального простору держави; методи, за допомогою яких здійснюється реалізація окреслених процесів, та притаманні йому функції (рис. 1).

Таким чином, постулати функціонування оптимального фіскального простору повинні забезпечувати наявність відповідних принципів: *науковості*, що передбачає використання наукових досліджень та логічних доведень з приводу впровадження й дії фіскальних процесів; *раціональності*, що є свідченням доцільності використання певних фіскальних інструментів, обґрунтованих з позиції кількісних та якісних ознак; *оптимальності*, що передбачає застосування оптимальних моделей у процесі видозмінення та ефективного використання фіскального простору; *об'єктивності*, що забезпечить максимальне врахування усіх зовнішніх та внутрішніх факторів формування фіскального простору, ймовірних ризиків та наслідків їх впливу; *відповідальності*, адже вчинення певних дій щодо формування, функціонування, розширення/звуження та наповнення фіскального простору забезпечується єдиною правовою базою та передбачає рівність усіх його суб'єктів перед законом; *вигоди*, адже оптимальний фіскальний простір має бути максимально адаптований як до потреб держави, так і суспільства за мінімальних бюджетних ресурсів й, безумовно, *самоорганізації* – у конкурентних умовах ринку формування та розвитку фіскального простору держави повинні відбуватися організовано під дією комплексних факторів, притаманних ринковій економіці.



Примітка: складено автором.

**Рис. 1. Базові елементи організаційно-економічного механізму оптимального фіскального простору держави**

У процесі становлення та розвитку фіскальний простір під впливом певних зовнішніх та внутрішніх факторів набуває відповідних властивостей (рис. 2): *самовідтворюваність* (здатність системи підтримувати баланс просторової структури шляхом оптимального поєднання формальної і неформальної складової), *неоднорідність* (наявність нелінійних процесів, які протікають в економічному просторі чи зумовлюють різний ступінь залучення об'єктів фіску в систему взаємодії та їх концентрацію), *фрактальність* (здатність одного простору, виступаючи самостійною одиницею, одночасно входить в інші форми простору та вміщувати менші з них у собі, забезпечуючи таким чином просторову єдність), *синхронна корекція* (перманентно наявний процес узгодження індивідуальних та спільних інтересів учасників фіскального простору з інтересами інших його суб'єктів з подальшою корекцією поведінки на основі оцінки рівня трансакційних витрат, витрат часу та зусиль, що прикладаються для задоволення потреб, доступу до благ і ресурсів), *ієрархічність* (більш високий ієрархічний рівень здійснює регулюючий та корегуючий вплив на нижчі рівні відповідно до спільних принципів побудови та засад функціонування) [2, с. 12; 4, с. 11-27].

Водночас взаємодія зазначених складових організаційно-економічного механізму оптимального фіскального простору, за умов відстоювання власних інтересів та потреб суспільства й держави, які у цьому контексті завжди виступають конкуруючими елементами, забезпечує пошук раціональних шляхів формування та його повноцінний розвиток з

відповідними характеристиками й ознаками. Так, до ознак оптимального фіскального простору можна віднести:

- правову обмеженість – оптимальний фіскальний простір може функціонувати виключно в рамках визначеного чинного законодавства. Втручання у межі фіскального простору інших системних формацій та їх взаємодія, у тому числі з фіскальним простором, вимагає їхнього підпорядкування законодавчим нормам і особливостям реалізації фіскальної політики держави як у локальному, так і глобальному вимірах;

- динамічність – оптимальний фіскальний простір має здатність до руху, розвитку й змін, тобто до формування, розширення, звуження й удосконалення (самоудосконалення) у відповідності до потреб та вимог сучасності;

- циклічність – оптимальний фіскальний простір трансформується одночасно з періодичністю чергування фаз економічного циклу. Цей процес відбувається системно і синхронно, будь-яке відхилення від цього процесу з однієї чи іншої сторони призводить до якісних змін оптимального фіскального простору (позитивних або негативних);

- релятивність – оптимальний фіскальний простір визначається у порівнянні, зіставленні з альтернативними чи аналогічними формаціями та заходами щодо організації та використання фінансів для забезпечення соціально-економічного розвитку, покращення суспільного добробуту та якості життя громадян;



Примітка: складено автором на основі [2, с. 12; 4 с. 12-27].

**Рис. 2. Властивості фіскального простору держави, ознаки його оптимальної структури та їх взаємопов'язаність**

- еластичність – зміна фіскального простору під впливом економічних і соціальних факторів у країні, що призводить, як правило, до позитивних ефектів у зрівноваженому соціально-економічному розвитку, або ж його стабільному функціонуванні, проте це залежить поміж іншим від компетентності влади;

- періодичність – регулярна повторюваність певних подій у фіскальній практиці, які впливають на якісні та кількісні характеристики оптимального фіскального простору (надходження податкових платежів, форма та терміни подання податкової звітності, здійснення фіскального контролю, формування бюджетних видатків, обслуговування державного боргу тощо) та перебувають у залежності від періодичних змін;

- ефективність – раціональний розподіл фіскального навантаження призводить до ефективного використання фінансових ресурсів бюджету, результатом чого є позитивна економічна динаміка та покращення якості життя громадян тощо.

На практиці функціонування оптимального фіскального простору передбачає застосування відповідних методів та способів впливу на його суб'єктів та їх взаємодію у межах цього простору. Таким чином, зазначимо, що *правові* методи – це методи формування, функціонування, розширення/звуження та удосконалення фіскального простору держави, які базуються у межах законодавчо-правової бази; *адміністративні* – методи впливу щодо

формування, функціонування, розширення/звуження, удосконалення фіскального простору шляхом видання постанов, наказів та розпоряджень виконавчої влади; *економічні* – методи впливу на формування, функціонування, розширення/звуження та удосконалення фіскального простору держави шляхом використання економічного інструментарію, які можна розділити відповідно до способів їх реалізації: *податкові (дохідні)* – наповнення ресурсної бази бюджетів забезпечується значною мірою за рахунок податків та податкових платежів й бюджетні (видаткові) – бюджетні видатки впливають на ефективність функціонування фіскального простору держави; *соціально-психологічні* методи – застосування новітніх технологій, досягнень психології, педагогіки та соціології для мотивації ефективного формування оптимального фіскального простору держави.

Поряд з цим, довершеність зазначеного механізму передбачає визначення відповідних функцій, притаманних оптимальному фіскальному простору. До таких функцій належать: *обмежувальна*, яка передбачає обмеженість простору на підставі реалізації фіскальної політики держави, що дозволяє формувати відповідні характеристики фіскального простору та визначати напрями його формування, функціонування та розвитку, а також удосконалення; *нагромаджувальна* – полягає у створенні умов з метою акумулювання та нарощення необхідного правового, бюджетного, фінансового

ресурсу, а також відповідного інтелектуального капіталу задля формування та ефективного функціонування фіскального простору держави; *реляційна* – полягає у визначенні політичних, економічних, соціальних, психологічних взаємозв'язків у суспільстві, що визначають можливості формування, функціонування й розвитку фіскального простору держави, впливають на окреслення його меж та використання інструментів нагромадження ресурсної бази; *організаційна* – забезпечує реалізацію організаційного процесу, який супроводжується правовою регламентацією, конкурентними перевагами окремих територій, галузей народного господарства, пріоритетних виробництв тощо зокрема та держави загалом.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Усі складові окресленого організаційно-економічного механізму оптимального фіскального простору є надважливими для його ефективного функціонування, адже простір як форма існування матерії – форма бездоганна, довершена й еластична – передбачає можливості самоудосконалення під впливом відповідних умов і факторів, які стаються чи виникають впродовж певного періоду. Відтак пріоритетним чинником щодо моделювання та ефективного функціонування оптимального фіскального простору є час, який побіжно є невід'ємною характеристикою його циклічності та періодичності. Поряд з цим, функціонування одних і тих самих елементів й складових простору можуть проявляти себе по-різному в неоднакові часові періоди або мати різний ефект від їх функціонування чи взаємовпливу, створювати певні асиметрії.

Надаючи загальну характеристику та здійснюючи економічну оцінку фіскального простору, варто звернути увагу на усі можливі чинники, які впливають на процес становлення, функціонування та розвитку, а також моделювання його оптимальної структури. Натомість досить часто фіскальний простір формується під тиском політичних обставин за участі зацікавлених осіб або лобістських груп [3]. Часовий вплив на забезпечення результату фіскальних реформ також має двоїстий характер. Лаг часу для реалізації певної модифікації може

призвести до незворотних наслідків або до позитивних ефектів за різних обставин. Тому вкрай важливо визначитися з певними показниками та свідченнями щодо проведення моніторингу й об'єктивного аналізу фіскального простору держави. Таким чином, опрацьовуючи методику визначення індикаторів оцінки, маємо брати до уваги усі якісні та кількісні ознаки його функціонування з урахуванням їх часової динаміки.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит; [пер. с англ.]. – М. : Эксмо, 2007. – 960 с.
2. Крисоватий А. І. Фіскальний простір сталого соціально-економічного розвитку держави : монографія / Крисоватий А. І.; [за ред. А. І. Крисоватого]. – Тернопіль : ТНЕУ, 2016. – 332 с.
3. Buchanan J. McGill For his development of the contractual and constitutional bases for the theory of economic and political decision-making [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/1986/press-release/>.
4. Krysovatyu A. Modern tendencies of fiscal policy in European economics space : monograph / A. Krysovatyu, O. Kyrylenko, O. Kneysler et al. – Ternopil : TNEU, 2017. – 388 p.

## REFERENCES

1. Smit A. (2007), Issledovanie o prirode i prichinakh bohatstva narodov, Exmo, Moscow.
2. Krysovatyu, A. I. (2016), Fiskalnyy prostir stalogo sotsialno-ekonomichnogo rozvytku derzhavy : monografia, TNEU, Ternopil.
3. Buchanan J. McGill (1986), For his development of the contractual and constitutional bases for the theory of economic and political decision-making, available at : <https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/1986/press-release/>.
4. Krysovatyu A. (2017), Modern tendencies of fiscal policy in European economics space : monograph, TNEU, Ternopil.

УДК 336.027

Дмитрів В. І.,

к.е.н., доцент кафедри податків та фіскальної політики, Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль

## ФІСКАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ ДО МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

***Анотація.** В науковій статті розкрито сутність місцевого оподаткування, проведено аналіз сучасних підходів до формування доходної частини місцевих бюджетів. У статті досліджується роль місцевих податків і зборів у доходах місцевих бюджетів. Акцентовано увагу на процесах децентралізації в країні. Визначено основи місцевого оподаткування у сучасних умовах. Систематизовано результати та перспективи фінансової децентралізації в Україні. Проаналізовано фіскальні пріоритети у доходній частині бюджетів різних рівнів, динаміку податкових надходжень у Зведеному бюджеті України та динаміку податкових надходжень до місцевих бюджетів. На основі проведеного дослідження запропоновано напрямки та фіскальні пріоритети розвитку адміністрування місцевих податків і зборів в умовах реалізації децентралізації.*

**Ключові слова:** місцеві податки і збори, децентралізація, місцеве оподаткування, фіскальні пріоритети, доходи, видатки, джерела фінансування, податкове законодавство.

Dmytriv V. I.,

Ph.D., Associate Professor of the Department of Taxes and Fiscal Policy, Ternopil National Economic University, Ternopil

## FISCAL PRIORITIES FOR ADMINISTRATION OF TAXES AND CHARGES TO LOCAL BUDGETS

***Abstract.** The article reveals the essence of local taxation as well as analyzes modern approaches to the formation of the revenue part of local budgets. The article examines the role of local taxes and charges in local budgets revenues. The attention is focused on decentralization processes in the country. The foundations of local taxation in the modern conditions are determined. The results and prospects of financial decentralization in Ukraine are systematized. The fiscal priorities in the revenue part of budgets of different levels as well as the dynamics of tax revenues in the Consolidated Budget of Ukraine and the dynamics of tax revenues to the local budgets have been analysed. On the basis of the conducted research the directions and fiscal priorities of development of administration of local taxes and charges in the conditions of decentralization are proposed.*

**Key words:** local taxes and fees, decentralization, local taxation, fiscal priorities, revenues, expenditures, sources of funding, tax legislation.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-25>

**Постановка проблеми.** Розвиток територій України залежить від бюджетних ресурсів, що отримують у своє розпорядження місцеві органи влади. Місцеві бюджети в сучасних умовах є одним із джерел задоволення життєвих потреб населення. Місцеві податки і збори займають важливе місце у сфері формування доходної частини місцевих бюджетів. Місцеві податки та збори є одним із дієвих механізмів формування ресурсного потенціалу органів місцевого самоврядування та джерелом соціального та економічного розвитку територій громад. Від достатнього фіскального

рівня місцевих податків і зборів залежить зростання соціально-економічного розвитку регіонів. Система місцевого оподаткування повинна забезпечувати фінансову незалежність органів місцевого самоврядування. В умовах проведення в країні децентралізації та реформування місцевого оподаткування дослідження ролі місцевих податків і зборів у формуванні доходної частини місцевих бюджетів є актуальним. Саме місцеві податки та збори є основою у формуванні доходів місцевих органів влади в більшості розвинених країн світу. Інтегруючись до ЄС, Україна змушена гармонізувати

систему оподаткування до умов і стандартів Євро-союзу. Тому питання вдосконалення системи місцевих податків і зборів в Україні на сьогодні набуває актуальності.

Дослідження проблемних аспектів оподаткування місцевими податками і зборами, пошук перспективних напрямів посилення їх фіскального значення є особливо актуальним в умовах проведення децентралізації, створення нових об'єднаних територіальних громад та інтегрування української економіки до Європейського Союзу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика місцевого оподаткування активно вивчається фінансовою наукою, її дослідженню присвячено праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених. Значне зацікавлення у згаданому контексті викликають праці вітчизняних науковців В. Андрущенко, О. Бабича, О. Василика, А. Вацика, В. Зайчикової, Ю. Іванова, О. Кириленко, А. Коваленко, В. Кравченка, А. Крисоватого, М. Крупки, І. Луїної, В. Мельника, А. Молдована, Ю. Пасічника, А. Соколовської, В. Суторміної, Л. Тарангул, В. Письменного, В. Федосова, С. Юрія та інших авторів.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз адміністрування місцевих податків і зборів в Україні крізь призму проведення децентралізації та визначення фіскальної ролі місцевих податків і зборів у структурі доходів місцевих бюджетів країни.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Оскільки запровадження місцевих податків і зборів та встановлення розміру їх ставок (у межах повноважень, визначених Податковим кодексом) належить виключно до компетенції органів місцевого самоврядування, вони мають реальні можливості впливати на обсяги надходжень зазначених платежів до відповідних бюджетів. Відповідно, формування значної частини власних доходів місцевих бюджетів знаходиться у прямій залежності від того, наскільки ефективно органи місцевого самоврядування зможуть організувати весь комплекс робіт по запровадженню та мобілізації місцевих податків і зборів.

Підвищення ролі місцевих податків і зборів та збільшення їх частки у власних доходах місцевих бюджетів є одним із пріоритетних завдань для органів місцевого самоврядування. Це, в свою чергу, сприятиме посиленню фінансової стійкості та самостійності місцевих бюджетів, ефективності використання наявного фіскального потенціалу відповідних територій і, як наслідок, покращанню рівня та якості послуг, що надаються жителям громад.

Ефективна та дієва система місцевого самоврядування є важливим елементом функціонування демократичної держави. Для забезпечення виконання своїх функцій, створення належного життєвого середовища для населення громади органи місцевого самоврядування повинні мати у своєму розпорядженні достатні фінансові ресурси, основу яких складають кошти відповідних бюджетів.

Одним із важливих джерел доходів бюджетів органів місцевого самоврядування є місцеві податки і збори. Статтею 143 Конституції України визначено, що органи місцевого самоврядування встановлюють місцеві податки та збори [1]. В Законі України "Про місцеве самоврядування в Україні" зазначено, що місцеві бюджети мають бути достатніми щодо здійснення органами місцевого самоврядування наданих їм законом повноважень для забезпечення мешканців відповідними громад якисними публічними послугами [2]. Підвищення ролі місцевих податків і зборів та збільшення їх частки у власних доходах місцевих бюджетів є одним із головних завдань фінансово-бюджетної політики держави.

В якості джерел фінансування місцевого економічного розвитку можна розглядати ресурси всіх економічних агентів, які можуть бути спрямовані на забезпечення економічних потреб території, зокрема фінансові ресурси місцевих та центральних органів влади, приватних суб'єктів господарювання, неурядових організацій, фізичних осіб, а також іноземних держав та міжнародних організацій.



Рис. 1. Основні джерела фінансування місцевого економічного розвитку [3]

Більшість джерел фінансування місцевого економічного розвитку має внутрішнє походження. Деякі джерела можуть бути водночас і внутрішніми, і зовнішніми.

Виконання дохідної частини зведеного бюджету за десять місяців 2018 року становило 1184330 млн грн, а у 2014 році становило 443983 млн грн, що на 740347 млн грн менше від попереднього показника (табл. 1). Річний план 2018 року виконано на 81 %. Виконання бюджету характеризувалося стабілізацією надходжень основних податків до бюджету порівняно з попереднім роком. Доходи Зведеного бюджету України у 2014 році становили 443983 млн грн, а у 2017 році вони збільшилися до рівня 1016788 млн грн, що свідчить про збільшення фіскального значення податків з року в рік.

*Таблиця 1*  
**Доходи Зведеного бюджету України за  
2014-2018 роки [4]**

Показники	2014р	2015р	2016р	2017р	2018р
Зведений бюджет, млрд грн, у т.ч.:	443,9	652,0	782,7	1016,7	1184,3
у % до ВВП	28,0	32,8	32,8	34,1	36,5
- державний бюджет	354,9	531,5	612,1	787,2	930,3
- місце-вий бюджет	89,0	120,4	170,6	229,5	254,0

Реформа територіальної організації влади, яка сьогодні втілюється в Україні, має на меті побудову нової моделі управління суспільством на основі створення фінансово самодостатніх громад. Починаючи з 2014 року, урядові ініціативи в цьому напрямку дали змогу відчутно покращити фінансову спроможність місцевих бюджетів. Одним із підтверджень цього є зростання частки власних доходів місцевих бюджетів у Зведеному бюджеті України з 17% у 2015 році до 22% за підсумками 2017 року.

Враховуючи внесені зміни до податкового та бюджетного законодавства, зацікавленість та безпосередній вплив органів місцевого самоврядування на запровадження та мобілізацію надходжень від місцевих податків і зборів, можна чітко прослідкувати динаміку зростання їх питомої ваги в доходах місцевих бюджетів України (без трансфертів).

Динаміка надходжень Зведеного бюджету України (табл. 2) показує, що бюджет зазнав впливу світової економічної кризи, яка позначилася на надходженнях 2014 року та Революції Гідності. Однак у подальшому дохідна частина бюджету

продемонструвала уповільнене зростання, свідченням цьому стали подальші податкові надходження.

За останні роки у структурі податкових надходжень до Зведеного бюджету України майже не відбулося суттєвих змін. Спостерігалася тенденція до поступового зменшення в податкових надходженнях питомої ваги прямих податків та водночас до зростання частки непрямих податків (переважно за рахунок зростання частки ПДВ у податкових надходженнях).

Таким чином, Зведений та Державний бюджети передусім орієнтуються на забезпечення наповнення дохідної частини за рахунок податку на додану вартість, мита, акцизного податку, податку на доходи фізичних осіб, податку на прибуток, а також ресурсних платежів.

Частка податкових надходжень у структурі загальних надходжень зведеного бюджету 2015 року збільшилася з 507,6 до 650,7 млн грн у 2016 році. А за десять місяців 2018-го вони становили уже понад 985,3 млн грн. Водночас змінилась і структура самих податкових надходжень. Так, з даних таблиці видно нерівномірне зростання часток практично всіх основних надходжень, окрім частки податку на додану вартість. Зокрема, податок на прибуток не займає лідируючі позиції у структурі доходів, що свідчить про недостатній рівень бізнесу у фінансуванні бюджету країни, динаміка ролі акцизного податку постійно зростає, податок на доходи фізичних осіб займає одну з основних статей доходів зведеного бюджету після ПДВ, а також видно позитивну динаміку у надходженнях місцевих податків та зборів.

Зважаючи на покращання стану мобілізації надходжень та зміну структури місцевих податків і зборів, їх частка у доходах місцевих бюджетів значно зросла впродовж останніх років. Якщо протягом 2007-2010 років їх частка складала лише 1,1-1,4%, то з 2011 року і до 2014 року вона зросла до 8,8%, а в 2017 році вже становила – 24,7%. Найбільшу питому вагу в структурі місцевих податків і зборів займають надходження від плати за землю (50%) та єдиного податку (понад 44%).

*Таблиця 2*

**Структура податкових надходжень Зведеного бюджету  
за 2015-2018 роки, млн грн [4]**

Доходи	2015	2016	2017	2018
Податкові надходження, у т.ч.:	507,6	650,7	828,1	985,3
- податок на доходи фізичних осіб	99,9	138,7	185,6	225,6
- податок на прибуток підприємств	39,0	60,2	73,3	89,7
- податок на додану вартість	246,8	329,9	434,0	384,3
- акцизний податок	70,7	101,7	121,4	137,7
- місцеві податки і збори	27,0	42,6	53,2	57,5
- плата за користування надрами	38,0	40,7	44,9	43,6
- ввізне мито	39,8	20,0	23,8	28
- відшкодування ПДВ	-68,4	-94,4	-120	-
Інші надходження	14,4	11,4	11,5	18,6



Протягом 2017 року надходження до загального фонду місцевих бюджетів України (без урахування міжбюджетних трансфертів) склали 192,7 млрд грн, що на 46,0 млрд грн, або на +31% більше у порівнянні з 2016 роком. За останні три роки від початку реформи фінансової децентралізації доходи місцевих бюджетів зросли у 2,8 рази – із 68,6 млрд грн у 2014 році до 192,7 млрд грн за підсумками 2017 року.

Це стало можливим завдяки розширенню повноважень і підвищенню зацікавленості органів місцевого самоврядування у збільшенні надходжень до місцевих бюджетів, реалізації заходів щодо

залучення резервів їх наповнення та підвищення ефективності адміністрування податків і зборів.

За підсумками 2017 року власні доходи загального фонду в розрахунку на 1-го жителя зросли у порівнянні з 2016 роком на 19,3% і склали 4488,5 гривень. Обсяг надходжень податку на доходи фізичних осіб у розрахунку на 1-го жителя зріс на 23,9% і склав 2510,4 грн, місцеві податки і збори на 1-го жителя зросли на 16,7% і склали 1265,3 гривень. У 2018 році прогнозується подальше зростання доходів загального фонду у розрахунку на 1-го жителя на 30,5%, надходжень податку на доходи фізичних осіб – на 38,5%, місцевих податків і зборів – на 38,7%.

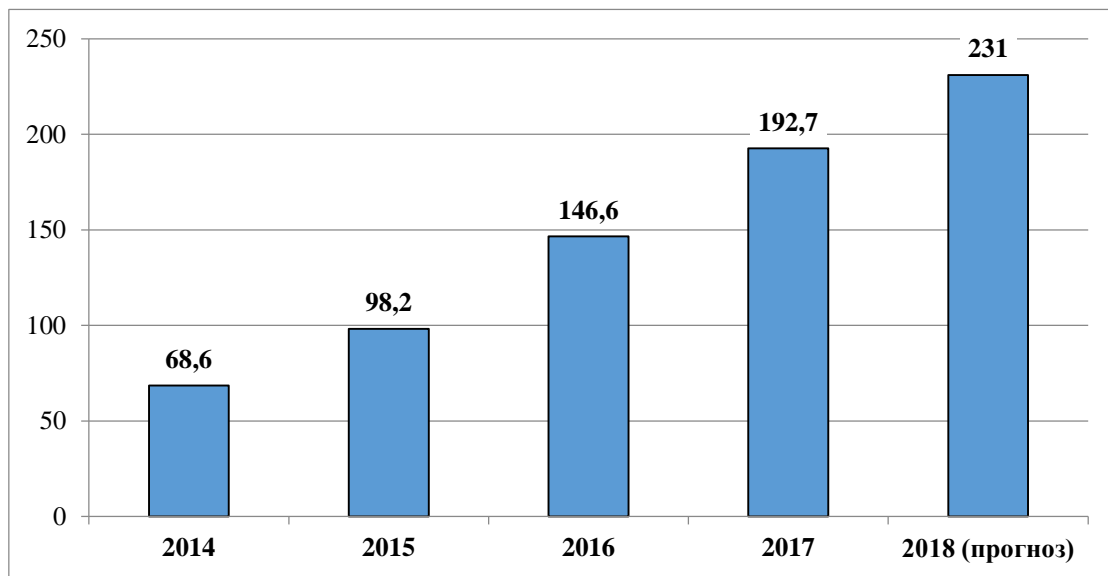


Рис. 2. Динаміка зростання власних доходів місцевих бюджетів у 2014-2018 роках, млрд грн [5]

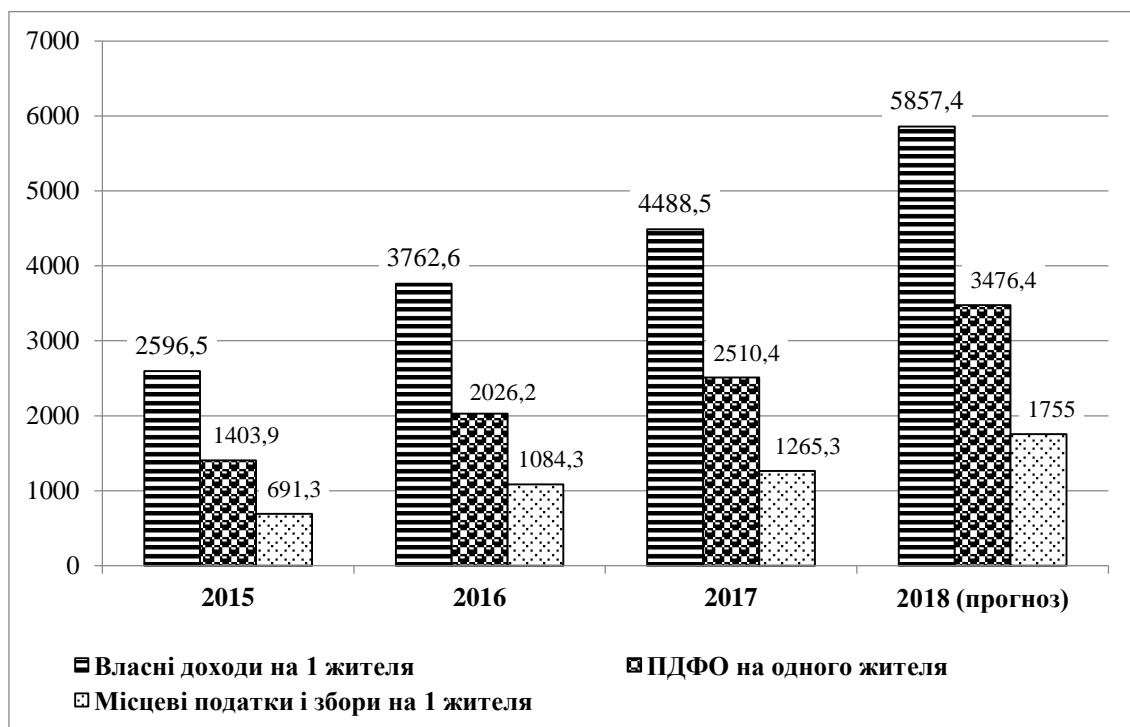


Рис. 3. Доходи загального фонду місцевих бюджетів на 1 жителя за 2015-2018 роки, грн [5]

Зважаючи на розширення доходної бази місцевих бюджетів, відбулося збільшення частки місцевих бюджетів у загальному обсязі Зведеного бюджету України. За підсумками 2017 року вперше питома вага місцевих бюджетів перевищила п'ятдесятивідсоткову позначку. Частка місцевих бюджетів у доходах Зведеного бюджету України склала 51,2%, що майже на 6% більше аналогічного показника за 2015 рік. Тобто органи місцевої влади мають у своєму розпорядженні вагомий фінансовий ресурс, щоб мати змогу ефективно ним управляти та спрямовувати на розвиток громад.

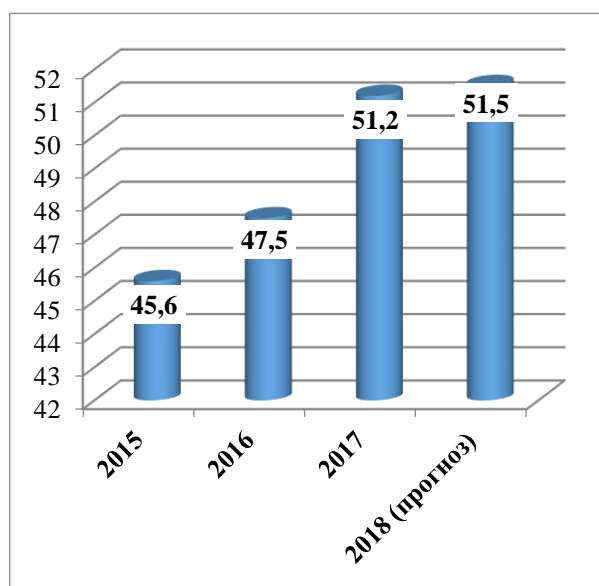


Рис. 4. Питома вага місцевих бюджетів у Зведеному бюджеті України [5]

Отже, за період 2014-2017 років у процесі фінансової децентралізації досягнуто низки позитивних результатів. Узагальнені підсумки цього процесу дозволяють відзначити поступове зростання частки місцевих бюджетів у Зведеному бюджеті України. Успіх у фінансовій децентралізації залежить від наявного потенціалу території, її рівня соціально-економічного розвитку, наявності великих підприємств чи бюджетоутворюючих об'єктів.

Основним джерелом наповнення місцевих бюджетів є податок на доходи фізичних осіб, а наступним за вагомістю – єдиний податок. Таким чином, необхідно відзначити, що зростання надходжень у бюджет передусім залежить від кількості постійних резидентів, обсягу та динаміки персональних та корпоративних доходів і, як наслідок, величини податкових відрахувань. Також розвиток окремих громад залежить від здатності місцевих органів самоврядування залучати додаткові ресурси.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Таким чином, можна відзначити, що в Україні є позитивна динаміка доходів місцевих бюджетів за період 2014-2018 років сукупно та у розрізі основних фінансових джерел надходжень. Динаміка надходжень до бюджетів ОТГ випереджає темпи зростання доходів

по інших рівнях місцевих бюджетів. Надходження власних доходів місцевих бюджетів 366 ОТГ за 2017 рік зросли на 87,0 % та склали 9,3 млрд грн (+4,3 млрд грн).

Враховуючи те, що нові 207 ОТГ, у яких перші місцеві вибори були проведені в 2016 році, тільки в цьому році отримали 60% надходжень від податку на доходи фізичних осіб до своїх місцевих бюджетів, їх власні ресурси у порівнянні з аналогічним періодом минулого року зросли в 2,9 рази та склали 4,9 млрд грн (+3,2 млрд грн).

Разом з цим, темп зростання власних доходів 159 ОТГ, які вже у 2016 році отримували зарахування 60% ПДФО до своїх бюджетів, становить +34,2% (+1,1 млрд грн), і це майже на 3% більше від середнього показника по Україні [6].

У доходах місцевих бюджетів найбільшу питому вагу займають надходження від сплати податку на доходи фізичних осіб – 110,7 млрд грн або 57,4% від загальної суми доходів місцевих бюджетів. У порівнянні з 2016 роком надходження ПДФО в цілому по Україні зросли на 31,7 млрд грн або на 40,1 %. По бюджетах міст обласного значення приріст становить 37,5%. По бюджетах 159-ти ОТГ приріст надходжень ПДФО склав 41,2%, що на 1,9% більше, ніж у цілому по Україні.

У структурі доходів загального фонду 27,3% складає частка місцевих податків і зборів, яких у 2017 році надійшло 52,6 млрд грн. По усіх місцевих бюджетах України приріст місцевих податків і зборів відносно 2016 року складає 24,4%, по бюджетах міст обласного значення – 25,9%. По всіх бюджетах ОТГ надходження місцевих податків і зборів зросли на 28,5% (у тому числі по бюджетах 159-ти ОТГ – 26,3%), що на 4,1% перевищує показник приросту по місцевих бюджетах України.

Отже, дослідження місцевих податків і зборів набуває особливої актуальності. Згідно з Податковим кодексом України до місцевих податків в Україні належить лише два, а саме: податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, та єдиний податок [7]. Однак левову частку в доходах місцевих бюджетів забезпечує загальнодержавний податок з доходів фізичних осіб, який у 60 % розмірі залишається на місцях. Саме цей податок відіграє важливу фіскальну роль для формування доходної частини місцевих бюджетів. Тому саме процеси перерозподілу, фінансової децентралізації в Україні є запорукою стабільного розвитку регіонів нашої країни.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 25-4к/96-ВР. Дата оновлення: 30.09.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
2. Закон України “Про місцеве самоврядування в Україні” 154 від 21.05.1997 р. № 280/97-ВР. Дата оновлення: 11.06.2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.

3. Бабух І. Б. Напрямки підвищення ефективності використання бюджетних ресурсів міста / Бабух І. Б., Гавриш І. І. // Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка. – 2015. – Вип. 750. – С. 111-116.

4. Показники виконання Зведеного і Державного бюджету України [Електронний ресурс] // за даними Міністерства фінансів України. – Режим доступу: [http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat\\_id=77643](http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=77643).

5. Результати фінансової децентралізації [Електронний ресурс] // за даними Міністерства фінансів України. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/finance/analitika-ta-monitorynhy?page=2>.

6. Ostapchuk V. O. Fiscal aspects of countering the shadow economy in Ukraine // *Economic and Law Paradigm of Modern Society*. – 2018. – Issue 2. – P. 24-31.

7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

#### REFERENCES

1. Konstytutsiia Ukrainy vid 28.06.1996 r. № 25-4k/96-VR. Data onovlennia: 30.09.2016 r., available at :

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.

2. Zakon Ukrainy “Pro mistseve samovriaduvannia v Ukraini” vid 21.05.1997 r. № 280/97-VR. Data onovlennia: 11.06.2009 r., available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.

3. Babukh, I. B. and Havrysh, I. I. (2015), Napriamky pidvyschennia efektyvnosti vykorystannia biudzhethnykh resursiv mista, *Naukovyj visnyk Chernivets'koho universytetu. Ekonomika.*, vyp. 750, s. 111-116.

4. Pokaznyky vykonannia Zvedenoho i Derzhavnoho biudzhetu Ukrainy // za danymy Ministerstva finansiv Ukrainy, available at : [http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat\\_id=77643](http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=77643).

5. Rezul'taty finansovoi detsentralizatsii // za danymy Ministerstva finansiv Ukrainy, available at : <https://decentralization.gov.ua/finance/analitika-ta-monitorynhy?page=2>.

6. Ostapchuk, V. O. (2018), Fiscal aspects of countering the shadow economy in Ukraine, *Economic and Law Paradigm of Modern Society*, Issue 2, p. 24-31.

7. Podatkovyj kodeks Ukrainy vid 02.12.2010 r. № 2755-VI, available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

УДК 332

Журба О. Ю.,  
аспірант, Львівський національний університет імені Івана Франка

## ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ, ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК КРАЇНИ

*Анотація.* У сучасних умовах функціонування держави Україна розпочала новий етап свого розвитку шляхом здійснення реформ у всіх сферах. Серед усіх вирізняється реформа управління державою, в основу якої покладена реформа бюджетно-податкової системи як децентралізація місцевих бюджетів. Фінансова децентралізація виступила інструментом змін у регулюванні міжбюджетних відносин. Вона виявилася тією рушійною силою, яка дала змогу місцевим громадам почати вирішувати проблеми, що накопичувалися десятиліттями. Доведено, що саме фінансова децентралізація громад має сприяти проведенню політики реформування системи управління в Україні, забезпечувати стійкість місцевих бюджетів, прозорість та ефективність використання їх коштів і, відповідно, покращувати умови і підвищувати рівень життя громади та країни в цілому. У статті розглянуті основні проблеми фінансової децентралізації. Визначені джерела фінансування місцевих бюджетів та з'ясовані шляхи покращення соціального розвитку регіонів.

**Ключові слова:** децентралізація, об'єднані територіальні громади, фінансова децентралізація, державний бюджет, Бюджетний і Податковий кодекси, міжбюджетні трансферти, податки і збори, доходи і видатки місцевих бюджетів, податкоспроможність, субвенції, дотації.

Zhurba O. Y.,  
Postgraduate, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

## FORMING AND USING OF LOCAL BUDGETS OF UKRAINE, THEIR INFLUENCE ON THE DEVELOPMENT OF A COUNTRY

*Abstract.* In modern conditions of functioning of the state, Ukraine has begun a new stage of its development by implementing reforms in all spheres. Among them is the reform of the state administration, which is based on the reform of the fiscal system directed at decentralization of local budgets. Financial decentralization has become an instrument of change in the regulation of inter-budgetary relations. This reform has been the driving force which enabled local communities to solve the problems that have accumulated for decades. It is proved that financial decentralization of communities should promote the policy of reforming the governance system in Ukraine, ensure the sustainability of local budgets, transparency and efficiency of their use, and, accordingly, improve conditions and living standards of the community and the country as a whole. The article deals with the main problems of financial decentralization. The sources of local budgets financing are identified and ways of improving social development of the regions are determined.

**Key words:** decentralization, united territorial communities, financial decentralization, state budget, Fiscal and Tax Codes, intergovernmental transfers, taxes and fees, revenues and expenditures of local budgets, fiscal capacity, subventions, subsidies.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-26>

**Постановка проблеми.** За двадцять шість років незалежності України з'явилося багато проблем, які негативно впливали на неї і вимагали негайного вирішення. Основною і важливою стала проблема системи управління державою, яка потребувала структурної перебудови. Реформа в управлінні країною направлена на передачу повноважень на місця, де громади можуть формувати і реалізувати внутрішню політику своєї життєдіяльності і розвитку і це вплине на конкурентоспроможність економіки, її відкритість і чіткі правила ведення,

захист прав власності підприємств, які знаходяться на даній території, покращення її інфраструктури і підвищення рівня життя громади. Здійснення такої політики має відбуватися на основі виокремлення об'єднаної територіальної громади як окремого суб'єкта економіки країни. Саме децентралізація має стати інструментом, який створить умови перетворень країни, де кожна територія (громада) буде самостійним і повноправним господарем свого розвитку і зростання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням фінансової децентралізації займалися і займаються багато вітчизняних вчених. Основні дослідження в цій сфері провели Л. Новаковський, А. Гальчинський, А. Ткачук, В. Андрущенко, О. Кириленко, Л. Якобсон, Ю. Глушенко та інші, в працях яких зроблено глибокий аналіз умов впровадження децентралізації в Україні, висвітлені проблеми фінансової децентралізації. Проте децентралізація є важливою в сучасній Україні, особливо при здійсненні процесів об'єднання громад і територій, де формування місцевих бюджетів та ефективність використання їх фінансових ресурсів є пріоритетними.

**Постановка завдання.** Відповідно до Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні” місцеві бюджети є фінансовим планом утворення і використання фінансових ресурсів, що необхідні для забезпечення функцій і повноважень органам місцевого самоврядування. Це означає, що повноваження на здійснення фінансування витрат бюджету мають відповідати його надходженням на відповідній території і бути збалансованими. Тому аналізування процесів об'єднання територіальних громад, формування і використання їх фінансової бази та впливу на соціально-економічний розвиток території, громади за допомогою власних фінансових ресурсів, ресурсів, визначених державним бюджетом для їх самодостатності, є актуальними в реформуванні країни.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Децентралізація є складною реформою, яка покликана змінити всю систему управління країною, де громади отримують можливість самостійно ухвалювати рішення і відповідати за їх реалізацію, самостійно визначати пріоритети соціально-економічної і фінансової політики, їх реалізовувати.

Першим інструментом зміни системи управління став Закон України “Про добровільне об'єднання територіальних громад”, ухвалений у 2015 році. У цьому ж році пройшли місцеві вибори у 159 об'єднаних територіальних громадах (ОТГ), а вже у 2016 році вони перейшли на нові міжбюджетні відносини з державним бюджетом. Децентралізація місцевих бюджетів почалась із прийняттям змін до Бюджетного і Податкового кодексів, де були передані не тільки додаткові бюджетні повноваження, але і стабільні джерела доходів місцевих бюджетів для їх реалізації [11].

Ще недавно (до 1 січня 2015 року) місцеві бюджети цілком залежали від загальної казни

(державного бюджету), а тепер вони мають свої власні надходження і це стало можливим завдяки ухваленню низки законів та змін до Бюджетного і Податкового кодексів України. Наприкінці переломного періоду 2014 року було ухвалено такі важливі закони: Закон України “Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи” від 28.12.2014 р. № 79-VIII; Закон України “Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо особливостей формування та виконання бюджетів об'єднаних територіальних громад” від 26.11. 2015 р. № 837-VIII; Закон України “Про внесення змін до Бюджетного кодексу України щодо реформи міжбюджетних відносин” від 28.12.2014 р.

Ухвалення цих законів дало можливість громадам навіть до об'єднання відчути переваги децентралізації, бо збільшилися можливості місцевих бюджетів. Власні ресурси місцевих бюджетів зросли майже втричі, загалом обсяг фінансових ресурсів збільшився майже на 15%, що в номінальних цифрах склало 34,1 млрд грн Зросли обсяги фінансування освіти (13%) та охорони здоров'я (12%).

Підтвердженням позитивних результатів фінансової децентралізації є факти зростання місцевих бюджетів конкретно за даними регіонів України. Загалом по регіонах України станом на 1 січня 2017 року залишки на рахунках місцевих бюджетів становили 52 млрд грн, у порівнянні з 35 млрд грн у 2016 році. Додатково місцеві бюджети збільшуються за рахунок державних субвенцій, які мають чітке функціональне призначення. Так, у державному бюджеті на 2017 рік збільшено розміри освітньої субвенції на 8,1 млрд грн (з 44,5 млрд грн у 2016 р. до 55,5 млрд грн у 2017 р.). Крім цього, передбачено додаткову дотацію в розмірі 14,9 млрд грн із державного бюджету місцевим бюджетам на охорону здоров'я та освіту [1].

Переконливими фактами, що свідчать про ефективність впровадження фінансової децентралізації, стали результати платоспроможності місцевих бюджетів. Так, за даними експертів Асоціації міст України, у 2014-2016 роках у 58 разів зменшилася кількість наданих казначейських позик, що демонструє посилення платоспроможності місцевих бюджетів. У 2017 році кількість дотаційних місцевих бюджетів знизилася завдяки децентралізації на 24%, кількість бюджетів-донорів зросла на 12,5%. У цьому році у 2,2 рази збільшилася державна фінансова підтримка розвитку громад [1].

Таблиця 1

**Структура доходів бюджету об'єднаних територіальних громад**

Податки	Збори та інші платежі
1	2
60% податку на доходи фізичних осіб	Державне мито
25% екологічного податку	Туристичний збір
5% акцизного податку з реалізації підакцизних товарів	Збір за місця для паркування транспортних засобів

1	2
100% єдиного податку	Плата за ліцензії та сертифікати на певні види господарської діяльності
100% податку на прибуток підприємств та фінансових установ комунальної власності	Плата за надання адміністративних послуг, адміністративні штрафи та штрафні санкції
100% податку на майно (нерухомість, земля, транспорт)	Надходження від орендної плати за користування майном, що перебуває в комунальній власності
	Рентні плати за користування надрами, за спеціальне використання води та водних об'єктів, лісових ресурсів
	75% коштів від відшкодування втрат сільськогосподарського і лісогосподарського виробництва
	50% грошових стягнень за шкоду, заподіяну порушенням законодавства про охорону навколишнього природного середовища внаслідок господарської діяльності
	55% коштів від продажу земельних ділянок несільськогосподарського призначення або прав на них
	Інші надходження

Джерело: [4].

Важливу роль у доходах місцевих бюджетів ОТГ відіграють податки, основним з яких є податок на доходи фізичних осіб (ПДФО). За даними Центру офісу реформ при Міністерстві регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України (Мінрегіон), у 2016 році основне місце зайняв податок на доходи фізичних осіб, що склав 79 млрд грн, і це на 25 млрд грн більше, ніж у 2015 році. У цьому році зросла плата за землю на 9 млрд грн і склала 23,3 млрд грн, а єдиний податок досяг зростання на 58% і склав 17 млрд грн [3].

Місцеві бюджети ОТГ містять у собі два важливі фонди – загальний і спеціальний. Найбільшу частку в структурі загального фонду місцевих бюджетів складають офіційні трансферти та частка податку на доходи фізичних осіб і інші податки, визначені законодавством. Найвища частка в спеціальному фонді місцевих бюджетів України належить власним надходженням бюджетних установ, а також офіційним трансфертам та певним видам податків. За 4 місяці 2017 року до місцевих бюджетів надійшло 56,2 млрд грн – це на 14,5 млрд грн більше, ніж у 2016 році. Результати таких надходжень у 2017 році показують, що місцеві бюджети зросли за усіма джерелами доходів. В першу чергу – це за єдиним податком – 2,4 млрд грн, або 48,5%, податком на доходи фізичних осіб – 9,1 млрд грн, або 41%, акцизним податком з роздрібною торгівлю – 1 млрд грн, або 33,1%. За період з 2014 року до 2017 року дохідна частина місцевих бюджетів суттєво зростала, із 68,6 млрд грн до 170,7 млрд грн (план) у даному періоді часу, і це пояснює правильність здійснення реформ держави щодо децентралізації та надання громадам права знаходити можливі шляхи накопичення місцевих бюджетів, які б задовольняли їх потреби й інтереси.

Уряд України ухвалив бюджетну резолюцію, яка засвідчила просування реформи управління країною та її можливості щодо збільшення бюджетів місцевих громад на період до 2020 року. На 2017 рік було заплановано 170,7 млрд грн доходів місцевих бюджетів, на 2018 рік – 248 млрд грн, на 2019 рік – 270 млрд грн і на 2020 рік – 284 млрд грн [11].

Стабільні високі доходи бюджету уже зараз дозволяють ОТГ не лише забезпечувати функціонування сіл, селищ, а й вкладати кошти в свій розвиток. Важливу роль відіграє надання коштів на розвиток інфраструктури ОТГ, на що в державному бюджеті на 2017 рік передбачено 1,5 млрд грн. Цей факт забезпечує підтримку створення ОТГ, бо громади на власні очі бачать позитивні зміни в громадах, що вже створені [3].

Важливим чинником ефективності фінансової децентралізації є щомісячне накопичення залишків бюджетних коштів на рахунках місцевих бюджетів. На початок 2017 року обсяг таких накопичень становив 47,7 млрд грн (33,6 млрд грн по загальному фонду і 14,1 млрд грн по спеціальному фонду). Приріст залишків коштів порівняно з 2016 роком становив 12,5 млрд грн, або 35,5%. Збільшення залишків коштів на рахунках місцевих бюджетів свідчить про вагоме зростання дохідної частини місцевих бюджетів. Загалом по регіонах України станом на 1 січня 2017 року залишки на рахунках місцевих бюджетів становили 52 млрд грн, у порівнянні з 35 млрд грн у 2016 році [1].

Держава свою увагу направила на децентралізацію країни і всіма доступними шляхами підтримує новостворені об'єднання громад, у тому числі фінансово. Тому було створено Державний фонд регіонального розвитку України (ДФРР), з якого направляються кошти на зведення різноманітних інфраструктурних об'єктів. Як додатковий фінансовий інструмент для розвитку об'єднаних територіальних громад цей фонд має сприяти покращенню умов розвитку громад.

Відповідно до Бюджетного кодексу України від 05.02.2012 року було сформовано інноваційний механізм реалізації державної регіональної політики шляхом створення такого фонду. Основним завданням даного фонду визначено забезпечення реалізації регіональних інвестиційних проєктів, втілення місцевих ініціатив та сприяння підвищенню регіональної конкурентоспроможності.

## Динаміка фінансування ДФРР протягом 2012-2017 рр., млрд грн

Показники	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Доходи загального фонду Державного бюджету (план)	322,2	304,5	322,0	491,8	576,6	673,7
Індикативний обсяг ДФРР	3,222	3,045	3,220	4,918	-	-
Затверджений обсяг ДФРР	1,641	0,988	-	2,901	3,0	3,5
Відношення загального обсягу до індикативного, %	50,93	32,45	-	58,99	-	-

Джерело: [9].

Позитивною характеристикою фінансової децентралізації стало те, що у 2016 році зростає частка видатків місцевих бюджетів у ВВП на 0,6% (від 14,1% – у 2015 році до 14,7% – у 2016 році). На рисунку 1 видно, що різке зменшення місцевим бюджетам дотацій відбувається за рахунок зміни механізму горизонтального вирівнювання податко-спроможності місцевих бюджетів у бюджетному законодавстві України.

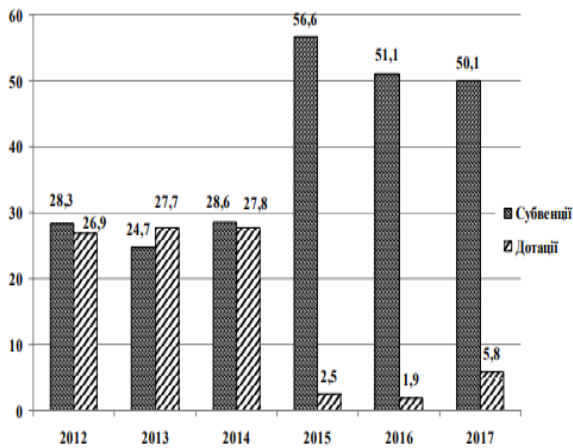


Рис. 1. Частка субвенцій і дотацій у доходах місцевих бюджетів України за 2012-2017 роки, %

Основним напрямом видатків місцевих бюджетів є задоволення поточних потреб населення – це виплати заробітних плат, оплати відряджень, закупівля матеріалів, обладнання, медикаментів, продуктів харчування тощо. Такі видатки у 2016 році з місцевих бюджетів становили 85%, або 297,9 млрд грн [12].

У 2016 році відбулося зростання фінансування по всіх статтях капітальних видатків місцевих бюджетів, а саме: капітальні трансферти населенню – 344%; придбання обладнання і предметів довгострокового користування – 125%; капітальні трансферти підприємствам, установам, організаціям – 88%; капітальний ремонт – 60%; реконструкція та реставрація 50%; капітальні трансферти органам державного управління й інших рівнів – 33%.

Такі високі темпи зростання капітальних видатків місцевих бюджетів свідчать про позитивний вплив реформи міжбюджетних відносин шляхом отримання фінансової підтримки від центральних органів влади для забезпечення розвитку

інфраструктури територіальних громад і підвищення рівня життя населення [12].

Капітальні видатки бюджету розвитку спрямовуються на цілі, великою мірою пов'язані з людським розвитком, серед яких: капітальний ремонт і реконструкція об'єктів соціально-культурної сфери та житлово-комунального господарства; будівництво і придбання житла окремим категоріям громадян відповідно до законодавства; збереження та розвиток історико-культурних місць України і заповідників; придбання шкільних автобусів і автомобілів швидкої медичної допомоги; комп'ютеризація та інформатизація загальноосвітніх навчальних закладів; природоохоронні заходи; інші заходи щодо розширеного відтворення [10].

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** Економічний розвиток об'єднаних територіальних громад залежить від ефективності та правильності ведення соціально-економічної політики держави. В Україні об'єднані територіальні громади в певній мірі залежать від політики врегулювання міжбюджетних відносин, яка поступово повинна переходити від забезпечення бюджетними ресурсами ОТГ до бюджетного регулювання. Незалежність органів місцевого самоврядування у формуванні фінансової політики, у самостійності вирішення своїх завдань та забезпечення своїх повноважень впливає на розвиток території, громади. Саме фінансова децентралізація громад має сприяти проведенню політики реформування системи управління в Україні, забезпечувати стійкість місцевих бюджетів, прозорість та ефективність використання їх коштів і, відповідно, покращувати умови і підвищувати рівень життя громади та країни в цілому. В процесі децентралізації місцевих бюджетів важливо центральним органам влади забезпечити самостійність місцевих органів влади виконувати свої повноваження, функції та завдання, зважаючи на потреби й інтереси ОТГ, ефективно використовуючи бюджетні ресурси.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Пальчук В. Місцеві бюджети в умовах фінансової децентралізації / В. Пальчук // Україна: події, факти, коментарі. – 2017. – № 6 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubuviap.gov.ua/-images/ukraine/2017/ukr6.pdf>.



2. Герус А. Фінансова децентралізація, або що робити з грошима / А. Герус // Децентралізація влади. – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://decentralization.gov.ua/news/item/2045>.

3. Мельничук О. Бюджетна децентралізація: як реформа зробила село багатшим / О. Мельничук // Блоги. – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://4vlada.com/blogs/1224/52004>.

4. Сас О. Децентралізація на паузі, або чому уряд та парламент імітують реформу? / О. Сас // AgroPolit.com – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://agropolit.com/spetsproekty/247\(detsentrali\(zatsiyi\(na\(pauzi\(abo\(chomu\(uryad\(ta\(parlament\(imituye\(reformu](http://agropolit.com/spetsproekty/247(detsentrali(zatsiyi(na(pauzi(abo(chomu(uryad(ta(parlament(imituye(reformu).

5. Плюс 14,5 млрд грн: перші результати фінансової децентралізації у 2017 році / Центр громадського моніторингу та контролю. – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://naglyad.org/uk/2017/05/19/plyus\(14\(5\(mlrd\(grn\(pershi\(resultati\(finansovoyi\(detsentralizatsiyi\(u\(2017\(rotsi](http://naglyad.org/uk/2017/05/19/plyus(14(5(mlrd(grn(pershi(resultati(finansovoyi(detsentralizatsiyi(u(2017(rotsi).

6. Особливості формування бюджетів об'єднаних територіальних громад / Децентралізація дає можливості. 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://decentralization.gov.ua/news/3958>.

7. Маркович Г. Що таке міжбюджетні трансферти місцевим бюджетам / Г. Маркович // Бизнес Цензор. – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://biz.censor.net.ua/columns/3031398/scho\\_take\\_mjbyudjetni\\_transfertimstsevim\\_byudjetam](http://biz.censor.net.ua/columns/3031398/scho_take_mjbyudjetni_transfertimstsevim_byudjetam).

8. Інноваційні підходи до регіонального розвитку в Україні: аналіз доп. / [Біла С. О. та ін.; за ред. С. О. Білої]. – К.: НІСД, 2011. – 80 с.

9. Опарін В. М. Державний фонд регіонального розвитку в системі фінансового вирівнювання / Опарін В. М., Пйонтко Н. Б. // Фінанси України. – 2017. – № 7. – С. 29.

10. Козарезенко Л. В. Місцеві бюджети: можливості регулювання розвитку людського потенціалу / Козарезенко Л. В. // Фінанси України. – 2016. – № 4. – С. 70-71.

11. ГРОМАДна реформа: що дала децентралізація // Економічна правда. – 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/columns/2017/0804/627740/>.

12. Інформаційна довідка про видатки державного і місцевих бюджетів України у 2016 році // FINANCIAL ANALYSIS OFFICE IN THE VRU [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://feao.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/FEAO\(Vydatki\\_biydzhetiv\\_A5\\_03\\_\(web\(1\(1.pdf](http://feao.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/FEAO(Vydatki_biydzhetiv_A5_03_(web(1(1.pdf).

## REFERENCES

1. Pal'chuk V. (2017), Mistsevi biudzhety v umovakh finansovoi detsentralizatsii, Ukraina: podii, fakty, komentari, № 6, available at: <http://ubuviap.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr6.pdf>.

2. Herus A. (2016), Finansova detsentralizatsiia, або scho robyty z hroshyma, Detsentralizatsiia vlady, available at: <http://decentralization.gov.ua/news/item-/2045>.

3. Mel'nychuk O. (2017), Biudzhetsna detsentralizatsiia: iak reforma zrobyla selo bahatshym, Blohy, available at: <http://4vlada.com/blogs/1224/52004>.

4. Sas O. (2017), Detsentralizatsiia na pauzi, або chomu uriad ta parlament imituiut' reformu?, AgroPolit.com, available at: [http://agropolit.com/spetsproekty/247\(detsentrali\(zatsiyi\(na\(pauzi\(abo\(chomu\(uryad\(ta\(parlament\(imituye\(reformu](http://agropolit.com/spetsproekty/247(detsentrali(zatsiyi(na(pauzi(abo(chomu(uryad(ta(parlament(imituye(reformu).

5. Plius 14,5 mlrd hrn: pershi rezul'taty finansovoi detsentralizatsii u 2017 rotsi / Tsentr hromads'koho monitorynhu ta kontroliu (2017), available at: [http://naglyad.org/uk/2017/05/19/plyus\(14\(5\(mlrd\(grn\(pershi\(resultati\(finansovoyi\(detsentralizatsiyi\(u\(2017\(rotsi](http://naglyad.org/uk/2017/05/19/plyus(14(5(mlrd(grn(pershi(resultati(finansovoyi(detsentralizatsiyi(u(2017(rotsi).

6. Osoblyvosti formuvannia biudzhetyv ob'iednanykh terytorial'nykh hromad / Detsentralizatsiia daie mozhyvosti (2017), available at: <http://decentralization.gov.ua/news/3958>.

7. Markovych H. (2017), Scho take mizhbiudzhetni transferty mistsevym biudzhetsam, Biznes Tsenzor, available at: [http://biz.censor.net.ua/columns/3031398/scho\\_take\\_mjbyudjetni\\_transfertimstsevim\\_byudjetam](http://biz.censor.net.ua/columns/3031398/scho_take_mjbyudjetni_transfertimstsevim_byudjetam).

8. Innovatsijni pidkhody do rehional'noho rozvytku v Ukraini: anal. dop., Bila S. O. ta in.; za red. S. O. Biloi (2011), NISD, K., 80 s.

9. Oparin, V. M. and Pjontko, N. B. (2017), Derzhavnyj fond rehional'noho rozvytku v systemi finansovoho vyrivniuvannia, Finansy Ukrainy, № 7, s. 29.

10. Kozarezenko, L. V. (2016), Mistsevi biudzhety: mozhyvosti rehuliuвання rozvytku liuds'koho potentsialu, Finansy Ukrainy, № 4, s. 70-71.

11. HROMADna reforma: scho dala detsentralizatsiia, Ekonomichna pravda (2017), available at: <http://www.epravda.com.ua/columns/2017/0804/627740/>.

12. Informatsijna dovidka pro vydatky derzhavnoho i mistsevych biudzhetyv Ukrainy u 2016 rotsi, FINANCIAL ANALYSIS OFFICE IN THE VRU, available at: [http://feao.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/FEAO\(Vydatki\\_biydzhetiv\\_A5\\_03\\_\(web\(1\(1.pdf](http://feao.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/FEAO(Vydatki_biydzhetiv_A5_03_(web(1(1.pdf).



# БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ

UDC 657.3

Boyko R. V.,

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

## XBRL – DIGITAL STANDARD FOR FINANCIAL REPORTING SUBMISSION

**Abstract.** The article investigates the introduction of the latest technologies into the accounting system, namely: the process of financial reporting preparing. The XBRL financial reporting technology is developed to effectively exchange financial information among various interested users with the possibility of application in any country of the world. The peculiarities of introduction of a new digital financial reporting standard – XBRL in Ukraine is revealed. As a result of the study, it has been determined that in the future, XBRL standard can help generate reports not only for public interest companies but also for any other companies that publish various types of international financial reporting. All this will significantly improve the quality of the published reporting, as well as reduce the time for its preparing and the cost of its verification.

**Keywords:** financial reporting, XBRL format, financial reporting submission technology; digital standard, taxonomy, IFRS.

Бойко Р. В.,

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

## XBRL – ЦИФРОВИЙ СТАНДАРТ ПОДАННЯ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

**Анотація.** У статті досліджено впровадження новітніх технологій у систему бухгалтерського обліку, а саме: процес підготовки фінансової звітності. Розкрито XBRL технологію подання фінансової звітності, що розроблена для ефективного обміну фінансовою інформацією між різними зацікавленими користувачами з можливістю застосування в будь-якій країні світу. Розглянуто впровадження нового цифрового стандарту подання фінансової звітності – XBRL в Україні. У результаті дослідження встановлено, що у перспективі у стандарті XBRL можуть формувати звітність не тільки компанії, що становлять суспільний інтерес, але й ті, що публікують різні види міжнародної фінансової звітності. Все це дозволить істотно покращити якість звітної інформації, що публікується, зменшити час на її підготовлення і вартість її перевірки.

**Ключові слова:** фінансова звітність; формат XBRL; технологія подання фінансової звітності; цифровий стандарт, таксономія, МСФЗ.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-27>

**Target setting.** The world tendencies in the sphere of the latest technologies introduction did not go by the accounting system, namely: the process of financial reporting preparation, as evidenced by the use of a single approach to the formation of financial reporting in a digital format. Most leading economists-analysts who follow news from global stock markets know that income or loss announcing leads to a corresponding reaction from securities traders who start buying or selling these companies' shares. However, the main part in this activity makes up an official financial report, on the basis of which an appropriate economic justification

is carried out which is submitted to the financial control bodies (for example, in the USA it is the Securities and Exchange Commission or SEC). Official financial reports contain quite valuable information on the company's financial and business activities and are presented in developed countries of the world in a modern standardized format for the purpose of comparison and exchange of this information. This format is called Extensible Business Reporting Language (XBRL).

**Actual scientific researches and issues analysis.** The study of a digital standard for the financial reporting

submission in the XBRL format is rather a new direction of research in Ukraine, as evidenced by a small number of published works in scientific journals. However, the foreign and domestic scientists have made a significant contribution to the study of this format, in particular: Charles Hoffman, Reiniier van Ehmond [1, 2], Ivakhnenkov S. V. [3, 4], Melnychenko O. V. [5], Melashchenko A. O., Perevozchikova O. L., Strelnykova Zh. A. [6], Schastlivtseva A. [7], Polozov A. V. [8], Khorozov O. A. [9] and others. At the same time, the issues of the XBRL format implementation in Ukraine remain insufficiently researched.

**Research objective.** The aim of the article is to study a new standard of the financial reporting submission in the XBRL format and to introduce it into practical activities of domestic enterprises to ensure successful and effective activity management.

**Statement of basic materials.** The XBRL standard is a world-wide-open format for the financial reporting submission in accordance with the IFRS, the GAAP of the USA and UK electronically. The XBRL is a flexible technology developed for the efficient exchange of financial information between various interested users with the prospect of being used in any country in the world, regardless of the submission language. The XBRL is an abbreviation from English “eXtensible Business Reporting Language”, which literally means “extensible language of business reporting”. The final product of the XBRL standard is a so-called “instance document”, that is, financial reporting made in the XBRL format.

The new standard of the XBRL financial reporting submission has already proven its effectiveness in many countries, not only in Europe but also around the world. So, the International Investment Bank of the company Morgan Stanley Dean Witter & Co, for the first time in the world, has adopted the extensible language of business reporting, starting to prepare financial reporting in the format of XBRL in 2000.

The decision to introduce the XBRL format as a basis for financial reporting was made in Australia in 2001 by the Australian Prudential Regulatory Authority and in Japan – by Japan National Security Agency and Japan National Tax Agency. In 2004, the stock exchanges of China, Singapore, Japan and South Korea identified the XBRL as a standard of financial reporting [8].

Charles Hoffman and Reiniier van Ehmond state that digital financial reporting will change the accounting practice in the nearest future, and the changes will be based on data presentation technologies, and there is no choice for accountants, but to adapt to such changes, using appropriate, available methods and resources; and digital financial reporting is a new paradigm of financial reporting in the information society [1, 2]. Taking into account current rapid development of information technologies and their active implementation in the business environment, the statement by the founder of the XBRL standard Charles Hoffman is relevant and rational.

The popularity of the XBRL format is confirmed by S. V. Ivakhnenkov, who notes that the XBRL standard has advantages; in particular, it facilitates the search for

financial reporting on the Internet and the possibility of its automatic analysis [3, 4].

A. O. Melashchenko, O. L. Perevozchikova, and Zh. A. Strelnykova point out that “there is a need for the XBRL use in the creation and transfer of financial information, since this technology is a technological support of the IFRS and helps to apply electronic exchange of documents correctly” [6]. In the authors’ opinion, this technology is needed because the IFRS lack a detailed structure for the introduction and submission of information in appropriate parameters that are essential for further processing, analysis and comparison of source data.

The submission of the XBRL format reporting has proven to be effective, as evidenced by more than a decade of experience in the USA and the EU. The XBRL reporting format has become mandatory as a national standard in 27 countries, and is being implemented to create different forms of reporting on a transnational level. According to the EU Directive of 12.06.2013 № 13/544 (Revised Directive on transparency requirements for listed companies (Transparency Directive)), the European Securities and Markets Authority (ESMA) plans to introduce requirements for the submission of annual financial statements by companies whose shares are traded on stock exchanges in the XBRL format by 2020.

At the same time, in accordance with the requirements of the above mentioned legislative act, the development of technical standards and regulations is carried out jointly by banks, financial institutions, insurance companies in cooperation with regulatory authorities – the European Banking Authority (EBA) and the European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA), which already use the XBRL standard as a regulatory reporting format [10].

The XBRL standard is currently being applied most of all in the USA and the EU. In particular, in the United States since 2009, the XBRL is a mandatory standard for financial reporting submission in accordance with the requirements of the Securities and Exchange Commission (SEC). Today, the taxonomy under the IFRS has been translated into many languages, including Ukrainian, which allows implementing it in Ukraine for the unambiguous interpretation of all its constituents and proper preparation of financial reporting that can be understood throughout the world.

With the approximation of the Ukrainian legislation in the financial reporting area to the requirements of the European Parliament’s Directive “On Annual Financial Reporting, Consolidated Financial Reporting and Related Reporting of Certain Types of Enterprises” of 26/06/2013 № 2013/34/EU, the process of the XBRL format implementing in Ukraine is inevitable, but time-consuming and long-lasting. The application of the XBRL standard in Ukraine will not only allow keeping on work on the convergence of Ukrainian legislation with the European law, but will also enable users to fully compare financial reporting, carry out analysis and provide an appropriate assessment by stakeholders (Fig. 1).

In Ukraine, the new format of financial reporting was presented for the first time in 2006 by Kurt Ramin,

the Head of the XBRL Group of the Foundation of the International Accounting Standards Committee (IASCF) at the seminar “Effective Reporting in the Financial Sector through the XBRL Use”, which was held with support of the State Commission on Securities and the Stock Market of Ukraine as part of the cooperation with the United States Agency for International Development (USAID) under the Project of Capital Markets Development. Therefore, since 2006, the work on the possibility of introducing and using the XBRL format by Ukrainian companies has been ongoing in Ukraine.

The active introduction of the XBRL new standard in Ukraine is evidenced by the alteration to the regulatory acts, in particular the Law of Ukraine “On Accounting and Financial Reporting in Ukraine” (2017), which introduces the concept of “taxonomy of financial reporting” [11]. In accordance with the Action Plan on the Agreement implementation on the Association

between Ukraine and the EU, the introduction of the electronic format of financial reporting based on the International Financial Reporting Standards using the IFRS Taxonomy is foreseen.

In accordance with the Memorandum of Understanding on the development and introduction of the Financial Reporting System [12], which was signed in 2017 by the Ministry of Finance of Ukraine, the National Bank of Ukraine, the National Securities and Stock Market Commission of Ukraine, and the National Financial Services Commission, the XBRL format reporting submission will be introduced in 2019 for enterprises of public interest, namely: issuers, whose securities are admitted to stock trading; banks; insurance companies; non-state pension funds; other financial institutions and enterprises belonging to large enterprises.

The XBRL (Extensible Business Reporting Language) is an “extensible language of business reporting”, a format of financial reporting submission prepared in accordance with the IFRS.



The XBRL provides a standardized exchange of business and financial information. Standardization is achieved through the use of metadata, which are developed taking into account the requirements of regulators to financial reporting. The XBRL divides reporting into taxonomy (a methodological part that is defined by the regulator) and reporting data (“dry” figures associated with taxonomy.)



The XBRL taxonomy contains the definitions and properties of individual elements of financial reporting, as well as the properties of interrelationships between these elements. The availability of these qualities also allows for the verification of files with data generated in accordance with the XBRL taxonomy format by the sender and receiver of reporting.



The XBRL language specification is developed and published by an independent international organization the XBRL International, which includes more than 600 participants from 35 countries. The goal of the XBRL International is to improve the financial information submission and the transparency of doing business around the world by introducing an open standard for the financial data exchange.

Fig. 1. Extensible Business Reporting Language - “extensible language of business reporting”

The introduction of the XBRL standard in Ukraine is taking place with participation of the international partners of Ukraine in the framework of the EU Technical Assistance Project “Technical Assistance by Financial Sector Priority Areas” (EU-FINSTAR) and the USAID Project “Transformation of the Financial Sector”. The XBRL standard should become a basis for the Financial Reporting System’s operation and financial statements are planned to be submitted through a single window, which will begin working in the National Commission of Securities and Stock Market of Ukraine in 2019.

In Ukraine there is IFRS-2017 taxonomy translated into Ukrainian. The working group set up under the Cabinet of Ministers of Ukraine in 2015 was working over the IFRS taxonomy. This became possible thanks to ongoing projects of international technical assistance from the EU [7].

**Conclusions and prospects of further research in this direction.** It is essential to start preparatory work for the introduction of the financial reporting submission in an electronic format on the basis of the International Financial Reporting Standards using the IFRS Taxonomy, approved by the Ministry of Finance of Ukraine (UA XBRL IFRS) for enterprises of public interest, namely: issuers whose securities are admitted to stock trading; banks; insurance companies; non-state pension funds; other financial institutions and enterprises belonging to large enterprises. In the nearest future, significant progress is expected in the application of this format in Ukraine as the XBRL coverage area can include not only public interest companies, but also publishers of different types of international financial reporting. All this will significantly improve the quality of published financial information and reduce the time for its preparation and the cost of its verification.

## REFERENCES

1. Hoffman, C. and Egmond, R. (2012), Financial Report Semantics and Dynamics Theory, available at: <http://www.xbrlsite.com/2012/Library/Theory-2012-07-20.pdf>.
2. Digital Financial Reporting, available at: <http://xbrl.squarespace.com>.
3. Ivakhnenkov, S. V. (2010), Informatsiyi tehnologiyi audytu ta vnutrishn'ohospodars'koho kontrolyu v konteksti svitovoyi intehratsiyi, Ruta, Zhytomyr, s. 432.
4. Ivakhnenkov, S. V. (2011), Informatsiyi tehnologiyi v audyti ta vnutrishn'ohospodars'komu kontroli, Problemi programuvannya, Kyiv, s. 410.
5. Mel'nychenko, O. V. (2014), Formuvannya XBRL-zvitnosti shchodo obihu elektronnykh hroshey, available at: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/46569>.
6. Melashchenko A. O., Perevozchikova O. L. and Strel'nikova, ZH. A. (2010), Ontologii finansovo-ekonomicheskogo informatsionnogo khranilishcha, Problemy prohramuvannya, Kyiv, № 2–3, ss. 419-427.
7. Schastlivtseva A., (2017), Uprovadzhennya standartu elektronnoho zvituvannya XBRL: vid yevropeys'koyi praktyky do ukrayins'kykh realiiv, Audytor Ukrainy, Kyiv, № 11 (264), ss. 36-43.

8. Polozov A. V., (2011), XBRL – elektronnyy yazyk MSFO-otchetnosti, Korporativnaya finansovaya otchetnost'. Mezhdunarodnyye standarty, Moskva, available at: <http://www.ippnou.ru/print/009351>.

9. Khorozov O. A., (2010), Ispol'zovaniye XBRL dlya formirovaniya informatsionnogo resursa, Komp'yuternaya matematika, Kyiv, Vyp. 2, ss. 75–82.

10. Revised Directive on transparency requirements for listed companies (Transparency Directive), (2013), available at: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-13-544\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-544_en.htm).

11. Pro bukhhaltens'kyi oblik ta finansovu zvitnist' v Ukraini, (1999), Zakon Ukrainy, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

12. Pro vzayemorozuminnya shchodo rozrobky i vprovadzhennya Systemy finansovoyi zvitnosti, (2015), Memorandum, available at: <https://bank.gov.ua/doc-catalog/document?id=60836682>.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Charles Hoffman, Raynier van Egmond. Financial Report Semantics and Dynamics Theory [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.xbrlsite.com/2012/Library/Theory-2012-07-20.pdf>.
2. Digital Financial Reporting [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://xbrl.squarespace.com>.
3. Івахненко С. В. Інформаційні технології аудиту та внутрішньогосподарського контролю в контексті світової інтеграції: наукове видання : монографія / С. В. Івахненко. – Житомир : ПП “Рута”, 2010. – 432 с.
4. Івахненко С. В. Інформаційні технології в аудиті та внутрішньогосподарському контролі : дис... докт. екон. наук : 08.00.09 / Івахненко Сергій Володимирович. – К., 2011. – 410 с.
5. Мельниченко О. В. Формування XBRL-звітності щодо обігу електронних грошей / О. В. Мельниченко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – № 4(70) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ven.ztu.edu.ua/article/view/46569>.
6. Мелашченко А. О. Онтології фінансово-економічного інформаційного сховища / А. О. Мелашченко, О. Л. Перевозчикова, Ж. А. Стрельникова // Проблеми програмування. – 2010. – № 2–3. – С. 419-427.
7. Счастлівцева А. Упровадження стандарту електронного звітування XBRL: від європейської практики до українських реалій / А. Счастлівцева // Аудитор України. – 2017. – № 11 (264). – С. 36-43.
8. Полозов А. В. XBRL – електронний мовний MSFO-отчетности / А. В. Полозов // Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ippnou.ru/print/009351>.
9. Хорозов О. А. Использование XBRL для формирования информационного ресурса / О. А. Хорозов // Компьютерная математика. – 2010. – Вып. 2. – С. 75-82.

10. Revised Directive on transparency requirements for listed companies (Transparency Directive): Директива ЄС від 12.06.2013 № 13/544 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-13-544\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-544_en.htm).

11. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 р.

№ 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

12. Про взаєморозуміння щодо розробки і впровадження Системи фінансової звітності: Меморандум від 18 грудня 2017 року № 102/15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/doc-catalog/document?id=60836682>.

УДК 657.1

Калайтан Т. В.,

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

## ГЕНЕЗИС ТА РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ КОНТРОЛІНГУ

**Анотація.** У статті розглянуто необхідність виникнення контролінгу як підсистеми управління. На основі вивчення еволюції наукових поглядів вітчизняних і зарубіжних авторів представлено розвиток теорії контролінгу в часовому аспекті як послідовну появу його концепцій. Виділено найбільш важливі історичні етапи розвитку концепції контролінгу, в основі якої – зростання ролі бухгалтера-економіста в управлінській діяльності фірми. Досліджено сучасні концепції контролінгу та основні причини їх трансформації. Визначено, що концепцію контролінгу слід розглядати як динамічну категорію, яка розвивається під впливом накопичення досвіду роботи в управлінській сфері та зміни факторів зовнішнього середовища.

**Ключові слова:** контролінг, контролер, концепція, функції, менеджер, управління.

Kalaitan T. V.,

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

## THE GENESIS AND DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF CONTROLLING

**Abstract..** The article considers the necessity of occurrence of controlling as a management subsystem. Based on the study of national and international authors scientific views evolution, the article reveals the development of the theory of controlling in time aspect as a consistent appearance of controlling concepts. The most important historical stages of the concept of controlling, which is based on the growth of accountant-economist role in the company's management, are highlighted. The modern concepts of controlling are investigated, the main causes of its transformation are determined. It is determined that the concept of controlling should be considered as a dynamic category that develops under the influence of accumulation of experience in the management field and changes in external environmental factors.

**Key words:** controlling, controller, concept, functions, manager, management.

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2018-56-28>

**Постановка проблеми.** Нестабільність зовнішнього середовища функціонування підприємств, диверсифікація бізнесу, складність бізнес-процесів, збільшення обсягу інформації та ускладнення її предметного змісту та інші фактори зумовили необхідність застосування новітніх підходів щодо управління, збору, обробки, аналізу та інтерпретації інформації. Таким інструментом управління є контролінг. Він координує, інтегрує та спрямовує підприємство на досягнення поставлених цілей. Але ефективність досягнення поставлених цілей залежить від правильного розуміння сутності і концепції системи контролінгу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у розвиток теорії та практики контролінгу зробили зарубіжні та вітчизняні вчені, зокрема: Ю. Вебер, А. Дайле, Х.-Ю. Кюппер, Е. Майер, Р. Манн, Т. Рейхман, Д. Хан, П. Хорват,

У. Шеффер, А. Шмидт, Д. Шнайдер, Х.-Й. Фольмут, Н. Г. Данилочкіна, В. Б. Івашкевич, А. М. Карминський, С. Г. Фалько, М. С. Пушкар, С. Н. Петренко, М. В. Тарасюк, О.О. Терещеко та інші. Водночас ряд принципових питань розвитку теорії контролінгу, зокрема тих, що стосуються розуміння концепції контролінгу, потребують уточнення.

**Постановка завдання.** На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у вивченні історичних етапів розвитку концепції контролінгу в контексті змін вимог до системи менеджменту та аналізі її сучасного стану.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Одним з новітніх напрямів у розвитку теорії і практики обліку, контролю та аналізу господарської діяльності підприємств є контролінг. Про нього багато говорять і пишуть, активно займаються розробкою та впровадженням. Питання контролінгу не

обходять увагою жодна монографія, жоден практичний посібник з управління підприємством, контролю його діяльності або обліку витрат. Багато фахівців схилиються до того, що сучасний бізнес не може обійтися без системи контролінгу. Подібно до сучасного навігаційного устаткування корабля він надійніше орієнтує підприємство в бурхливому морі ринкових відносин, ніж колишні системи планування та обліку, які в кращому випадку виконували роль звичайного компаса.

Система контролінгу проявляє себе як багатогранне економічне явище, складне за своєю внутрішньою структурою. Внаслідок цього досить важко підібрати однозначне та одночасно універсальне визначення даного поняття.

У сучасній теорії і практиці управління допускається досить широке трактування терміна “контролінг”. Визначення контролінгу коливаються: від тотожності “контролінг = німецький (європейський) варіант управлінського обліку” до визнання контролінгу філософією менеджменту. У найбільш загальному вигляді можна сказати, що контролінг є концепцією “інформації і системного управління” [9, с. 7].

Помилково було б ототожнювати контролінг з процесом контролю, який, по суті, є гомогенною функцією управління, що спрямована на виявлення і аналіз відхилень фактичної діяльності від планової або нормативної. До того ж, саме слово “контролінг” походить від англійського “to control” і означає у першу чергу “управляти”, “регулювати” і лише потім “контролювати”. Контролінг є підсистемою управління для вирішення ширшого, ніж контроль, спектра внутрішньофірмових завдань.

При розгляді у функціональному аспекті можна відзначити, що досліджувана система містить всі ланки ланцюга управління: облік, аналіз, планування, нормування, специфіка яких визначається конкретними проблемами конкретного підприємства.

Узагальнюючи думки авторів багаточисельних робіт у досліджуваній галузі [1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 12], можна виділити чотири найбільш важливі стадії розвитку концепції контролінгу, в основі якої – зростання ролі бухгалтера-економіста в управлінській діяльності фірми: 1) до 30-тих років ХХ століття; 2) середина 30 – 50-х років ХХ століття; 3) з 1950-х по 1980-ті рр. ХХ століття; 4) з 80-х років ХХ століття по теперішній час.

Першою спробою вирішувати завдання управління за допомогою ідей контролінгу вважають введення у XV ст. при дворі англійського короля посади “countrollour”, до обов’язків якого входили відображення і контроль грошових потоків [13, с. 108].

Контролінг як система підтримки управлінських рішень був вперше запроваджений на підприємствах США: у 1892 р. компанія “General Electric Company” – перша з індустріальних підприємств вводить посаду контролера. Більшість зарубіжних фахівців сходиться на думці, що основною причиною появи контролінгу як нового явища на підприємстві стало перш за все бурхливе

промислове зростання в США у кінці ХІХ – на початку ХХ століть. На цьому етапі розвитку контролінг розглядався в “історично-бухгалтерському” аспекті, основне його призначення вбачали у веденні управлінського обліку та ревізії господарських операцій, що вже відбулись, а контролер був, по суті, головним бухгалтером.

Другий етап припадає на середину 30-50-х років. “Велика депресія” 1929-1933 рр. виявила основні проблеми у сфері управління підприємствами. Менеджери зрозуміли: в умовах кризи більше шансів вижити мають підприємства, що використовують передові і перспективні методи управління. Починається інтенсивне впровадження принципів та ідей контролінгу на підприємствах різних сфер економіки, поступово приходять розуміння, що таке впровадження є об’єктивною необхідністю. У цей період з’явилася перша професійна організація контролерів - Інститут Контролерів Америки (1931 р.), був заснований журнал “Контролер” (1934 р.), створений науково-дослідний інститут у сфері контролінгу (1944 р.). За класифікацією Інституту Контролерів Америки до завдань контролінгу відносилися: планування, складання звітів для зовнішніх і внутрішніх споживачів, консультування, розробка податкової політики підприємства, забезпечення збереження майна підприємства [13, с. 110].

З середини 1950-х років ідеї контролінгу з США починають активно проникати в деякі європейські країни, і особливо до Німеччини. Розвиток контролінгу там та інших європейських країнах бере свій початок з американських дочірніх підприємств. У результаті сформувалася європейська модель контролінгу з центром розвитку в Німеччині. Таким чином, на сьогодні виділяють дві школи контролінгу, залежно від центру-країни розвитку, а саме: американську та німецьку. В роботі “Контролінг в бізнесі” колектив авторів висловлює таку думку: “Розходження стосуються в основному розуміння двох крайніх ситуацій: прагматизму і ступеня удосконалювання системи відповідно до менталітету користувачів. Так, у Німеччині переважає тенденція академічності контролінгу, прагнення створити спочатку теоретично цілісну систему, а потім братися за вирішення конкретних задач. У США і деяких європейських країнах переважає прагматичний підхід: тут контролінг тісніше зв’язаний з менеджментом, більш орієнтований на вимоги ринку і потреби клієнтів” [6, с. 12].

Період з 1950-х по 1970-ті рр. (3-й етап) був ознаменований активним розвитком ідей контролінгу в Німеччині і прагненням підвести під нього строгу теоретичну базу. Такий активний розвиток контролінгу пов’язують перш за все з характерним для того часу процесом децентралізації управління на великих підприємствах. У результаті на підприємствах формувалися центри відповідальності, які були, по суті, відособленими в плані обліку, планування та управління підрозділами підприємства. Необхідність координації діяльності цих відособлених центрів відповідальності і обумовила потребу впровадження контролінгу на великих підприємствах. Поступово потреба в нових

розробках і кваліфікованих фахівцях у галузі контролінгу зростала, що зумовило появу в Німеччині нових наукових і освітніх установ, які зробили вагомий внесок у розвиток ідей і концепцій контролінгу [13].

Протягом 50-70-х років роль контролера незмінно зростала і до початку 80-х років включала вже функції менеджера-навігатора, які об'єднали в собі не тільки специфічну систему обліку на основі "директ-коста" і елементів "стандарт-коста", але й складну систему аналізу та прогнозування. За цей період часу контролінг сформувався як концепція раціонального управління прибутком.

Протягом цього часу під впливом робіт Г. Гесса, Дж. Кларка в США, К. Руммеля, М. Кнопеля і ін. у ФРН [11] активно розвивалися нові системи управлінського обліку, зокрема "директ-кост" (у США цей метод ще називають методом скороченої собівартості, а в Європі, зокрема у Франції, – маржинальною бухгалтерією), що стало основою для формування обліково-інформаційної бази контролінгу.

Істотним моментом у розвитку теорії виробничого обліку і, відповідно, контролінгу стало чітке обґрунтування Ч. Хорнгреном і Р. Ентоні принципу "різної собівартості для різних випадків" [14, 15], оскільки було зафіксовано, що компанії під час проведення розрахунків використовують дані про собівартість, згруповані за трьома напрямками для цілей планування, встановлення цін та інших управлінських рішень.

У 1900-1950 роках в розвинених країнах з ринковою економікою (США, ФРН, Японія і Франція) була розроблена і впроваджена організаційна система бухгалтерського обліку, пов'язана з поділом фінансової й управлінської бухгалтерії. У 1975 році ці ж країни почали розробку стратегічної системи обліку, інтегрованої з маркетингом та визначенням результатів підприємства за географічними сегментами, групами населення і за іншими параметрами, а найголовніше, з визначенням фінансового стану фірми на перспективу [11, с. 5].

У 1967 році вийшла в світ книга А. Дайле "Управління прибутком", в якій контролінг розглядається як ефективний інструмент управління прибутком. А в 1971 році А. Дайле заснував Академію контролінга (Controller Akademie) в Мюнхені.

У тому ж 1971 році Е. Майер спільно з бухгалтерами-практиками створив в Кельні організацію "Економічне співробітництво в галузі науки і практики впровадження контролінга і прийняття управлінських рішень" (у німецькій аббревіатурі "AWW Köln 1971") з метою обміну досвідом і розвитку контролінга як концепції внутрішнього управління.

У 1974 році А. Дайле заснував Міжнародну асоціацію контролерів (International Association of Controllars, ICV), метою якої є розробка загальних принципів і методології контролінгу, вирішення проблем організації діяльності відповідних служб на фірмах, обмін досвідом роботи і надання членам асоціації професійної підтримки. Регіональні групи асоціації, які представлені не лише в Німеччині, але

й в Австрії, Швейцарії, Польщі, Сербії та інших країнах Центральної та Східної Німеччини, налічують на даний час більше 6500 членів і регулярно проводять заходи, спрямовані на досягнення цілей даної організації. Щорічно з 1974 року ICV проводить Конгрес контролерів, у якому можуть брати участь усі бажаючі. ICV видає регулярний журнал "Controller Magazin", на сторінках якого спеціалісти підприємств різних галузей інформують про свої досягнення, розробки та проблеми. У 1995 році за ініціативою ICV в Швейцарії було створено Міжнародну групу контролінгу (International Group of Controlling, IGC), яка виконує подібні завдання.

Сучасний етап розвитку контролінгу (4-й етап - 80-ті роки ХХ ст. - по теперішній час) характеризується появою нових концепцій. До них належать: концепція стратегічної навігації, концепція оптимізації всіх зацікавлених осіб, концепція "нового" контролінгу.

Концепція стратегічної навігації характеризується створенням концепції комплексного бачення бізнесу з врахуванням довгострокового виживання, акцент на стратегічні фактори бізнесу – стратегічний контролінг. Контролінг розглядається як інформаційно-аналітична підтримка стратегічного менеджменту, до його завдань відносять підготовку інформації і консультування під час вирішення задач стратегічного планування, контролю та аналізу, створення інструментів для числового вимірювання стратегічних намірів і потенціалів. При цьому завдання оперативного контролінгу автоматизовані.

Концепція оптимізації всіх зацікавлених осіб (менеджерів, власників, робітників, постачальників, покупців і т.д.), збалансованість інтересів організації з інтересами найбільш впливових інститутів, орієнтир на зовнішніх клієнтів – це основне завдання контролінгу.

У межах концепції "нового" контролінгу основним його завданням виступає сприяння менеджерам в процесі самоуправління, а контролер є консультантом і постачальником релевантної інформації для ефективного виконання управлінських функцій.

У 2012 році Міжнародна асоціація контролінгу (ICV, Німеччина) та Міжнародна група контролінгу (IGV, Швейцарія) сумісно розробили та опублікували Базові положення контролінгу [2], де викладено трактування сучасного розуміння контролінгу, а також ролі контролерів.

Цілком логічним (враховуючи, що засновником ICV є А. Дайле) є те, що в якості вихідної точки розуміння контролінгу взято трактування цього явища А. Дайле. Автори Базових положень справедливо зазначають, що з моменту першопочаткового викладення А. Дайле центральної ідеї контролінгу отримав широке розповсюдження на практиці, а також набув певних змін. Зміни в сучасному контролінгу стосуються розширення діапазону завдань (стратегія, ризик, стійкість), орієнтації на майбутнє (наприклад, попередня діагностика) та ролі контролера (робота на упередження, поділ відповідальності).



Контролінг як вид діяльності реалізується не тільки контролером. Контролінгу не буває без менеджера. Контролери реалізують основну частину підтримки менеджера. Контролінг реалізується у співробітництві менеджерів контролерів (як описано в “класичній моделі” А. Дайле) (рис. 1).



Рис. 1. Модель контролінгу по А. Дайле [2]

Як правило, підтримка контролерами менеджерів охоплює усі управлінські завдання менеджерів, які мають економічні наслідки. Але контролери не обмежуються роботою лише з цифровими даними. Поле їх діяльності поруч з питаннями стратегії, організації, культури управління включає проблеми мотивації та стимулювання праці. За останні роки діапазон підтримки менеджера з боку контролера значно розширився. Контролер, що надає таку підтримку, все більше набуває рис його “бізнес-партнера” (рис. 3).

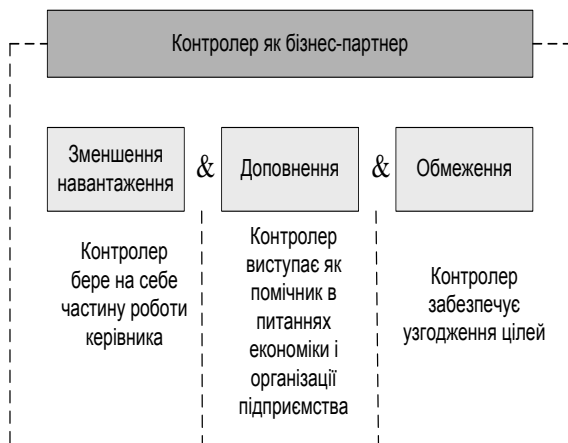


Рис. 2. Підтримка менеджера з боку контролера по Ю. Веберу / У. Шефферу [2]

З точки зору бізнес-партнерства співробітництво менеджера і контролера повинно бути на рівних. І хоча напрям діяльності задає менеджер, сьогодні контролер також несе відповідальність за досягнення цілей підприємства. Отож роль контролера як бізнес-партнера менеджера полягає в доповненні дій останнього. Це відноситься як до щоденних обов’язків, так і до принципово нових сфер діяльності, наприклад орієнтація на управління вартістю чи стійкістю функціонування

підприємства. З одного боку, все більше значення надається здатності контролера поєднувати активну участь в управлінському процесі з внесенням власних ідей, а з іншого боку, виконувати функцію наглядача інтересів підприємства і критично налаштованого партнера. Контролери мають “всидіти на двох стільцях”.

Важливе завдання контролера – забезпечити економічну прозорість (прозорість стратегії, результатів, фінансів і процесів) і тим самим сприяти підвищенню рентабельності підприємств. При цьому контролери повинні не просто довести цифрові дані до відома менеджерів, але й переконатися, що дані будуть правильно сприйняті та застосовані за призначенням. Тобто вони відповідальні за надання, якість і трактування економічних даних підприємства.

Контролери роблять суттєвий внесок у забезпечення раціонального управління підприємством. Вони супроводжують управлінський процес пошуку цілі, планування, управління таким чином, щоб особа, уповноважена приймати рішення, могла діяти цілеспрямовано. При поточному плануванні контролер має вирішити два завдання: 1) управління процесом планування (від опису ходу процесу планування і до документального оформлення його результатів), 2) участь у процесі планування з точки зору його змісту. При цьому особливі складності полягають в узгодженні різноманітних задіяних підрозділів та їх керівників, а з іншого боку, в узгодженні рівнів планування між собою – починаючи зі стратегічного, середньострокового та інвестиційного планування і до бюджетування. Контрольна функція контролерів включає різноманітні завдання, починаючи з інформування менеджерів про наявність відхилень і закінчуючи розробленням заходів щодо їх усунення.

Контролери відповідають за адекватний підбір і взаємодію всіх інструментів управління підприємством та їх подальший розвиток. Зокрема, контролери організують загальну для всього підприємства орієнтовану на майбутнє систему звітності. Мова йде про складну з аналітичної точки зору управлінську задачу, для реалізації якої у керівника, як правило, не вистачає часу та професійної компетентності.

Найбільш складною зі всіх сфер підтримки контролером менеджера є орієнтація діяльності на майбутнє. Важливо розуміння того, що потрібно зробити у майбутньому не тільки під час планування, але й під час здійснення контролю. Майбутнє дуже мінливе і непевне.

На початку 90-х років, ознайомившись із поняттям “контролінг”, вчені Росії, а згодом і України почали роботу щодо вивчення суті даного явища. До кінця 90-х років XX ст. публікації науковців країн колишнього СРСР на дану тему являли собою тези доповідей і наукові статті. У 1997 році вийшов переклад монографії Д. Хана “Планування і контроль: концепція контролінгу” [13], яка поклала початок низці робіт на тему. Цей термін почав появлятися в літературних джерелах, присвячених управлінському обліку, менеджменту.

Слід зазначити, що в Україні, як і у Росії, контролінг сприймається переважно як сукупність інструментів управління підприємствами (організаціями) різних галузей і напрямів, тобто має прикладний характер. У сфері теоретичних досліджень науковці частіше спираються на визначення контролінгу, сформульовані німецькою школою.

Авторський колектив на чолі з А. М. Кармінським стверджує, що еволюцію поглядів на контролінг можна подати таким чином (табл. 1).

Таблиця 1

**Розуміння сутності контролінгу в Росії\***

Роки	Розуміння контролінгу
1991-1995	Облік витрат по видах, місцях виникнення
1996-1997	Облік витрат результатів по місцях виникнення, продуктах, послугах
1998-2000	Планування, бюджетування, управління витратами, звітність
З 2000 р.	Постачальник та інтерпретатор інформації для керівництва, координатор оперативної діяльності

\*Таблицю складено на основі [6, с. 13]

Слід відмітити, що розвиток сучасних концепцій контролінгу не відміняє функцій управлінського обліку, аналізу та контролю, покладених на службу контролінгу. Внаслідок розвитку інформаційних технологій система оперативного контролінгу стала більш ефективною і менш трудомісткою, через це зростає акцент контролінгової діяльності на планування і контроль виконання стратегічних цілей, тобто посилюється роль стратегічного контролінгу, зростає відповідальність контролера за досягнення цілей, контролер стає “бізнес-партнером” менеджера.

Спираючись на дослідження сучасної економіки та становища в ній підприємства, а також на проведений вище аналіз еволюції концепції контролінгу, можна виділити причини появи і трансформації контролінгу таким чином: 1) глобалізація та інтернаціоналізація економіки, які супроводжуються зростанням конкуренції і збільшенням масштабів виробництва; 2) стохастичність внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства, що викликає потребу у створенні більш ефективних механізмів управління, які дозволяють швидко реагувати на зміни і дозволятимуть створення та підтримання конкурентоздатних переваг організації в довгостроковій перспективі; 3) ускладнення завдань управління, що потребує наявності адекватної системи інформаційного забезпечення для прийняття рішень; 4) збільшення обсягів інформації та ускладнення її предметного змісту.

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** З огляду на проведене дослідження концепцію контролінгу слід розглядати як динамічну категорію, що розвивається під впливом накопичення досвіду роботи в управлінській сфері та зміни факторів зовнішнього середовища. Використання такого підходу в основному

притаманне російським науковцям. У вітчизняній практиці він також буде актуальним, оскільки етапи розвитку контролінгу є досить подібними.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Deyhle A. Controller – Handbuch. Band 2. Controlling und Controller bis Hauslexicon. - Gauting b. Mu:nchen. – management servise verlag, 1990. – 213 s.
2. Gänßlen S. Perspective of the International Controller Association (ICV) and the International Group of Controlling (IGC) / S. Gänßlen, H. Losbichler, R. Niedermayr, L. Rieder, U.Schäffer J. Weber, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://www.igc-controlling.org/fileadmin/pdf/grundsatz\\_position\\_e.pdf](https://www.igc-controlling.org/fileadmin/pdf/grundsatz_position_e.pdf).
3. Weber Peter W. Einführung in das Controlling. Aufl. Stuttgart, 1990. – 276 s.
4. Анискин Ю. П. Планирование и контроллинг: учебник по специальности “Менеджмент организации” / Ю. П. Анискин, А. М. Павлова. – [2-е изд.]. – М. : Омега-Л, 2005. – 280 с.
5. Бородушко И. В. Стратегическое планирование и контроллинг / И. В. Бородушко, Э. К. Васильева. – СПб. : Питер, 2006. – 192 с.
6. Контроллинг / А. М. Карминский, С. Г. Фалько, А. А. Жевага, Н. Ю. Иванова. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 256 с.
7. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Novvath @ Partners; [пер. с нем.]. – [2-е изд.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 269 с.
8. Майер Э. Контроллинг как система мышления и управления / Э. Майер. – М. : Финансы и статистика, 1992. - 96 с.
9. Манн Р. Контроллинг для начинающих / Р. Манн, Э. Майер. – М. : Финансы и статистика, 1992. – 208 с.
10. Салимова Т. А. Интеграция концепций контроллинга и всеобщего управления качеством в целях повышения эффективности управления предприятием / Салимова Т. А., Родина Е. Е. – М. : Контроллинг, 2008. – №2 (26). – С. 30-37.
11. Ткач В. И. Международная система учета и отчетности / В. И. Ткач, М. В. Ткач. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 160 с.
12. Фалько С. Г. Контроллинг для руководителей и специалистов / Фалько С. Г. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 272 с.
13. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Д. Хан. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 800 с.
14. Хорнгрен Ч. Бухгалтерский учет: управленческий аспект / Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 416 с.
15. Энтони Р. Учет: ситуации и примеры / Р. Энтони, Дж. Рис; [пер. с англ.; ред. и предисл. А. М. Петрачкова]. – М. : Финансы и статистика, 1993. – 560 с.

REFERENCES

1. Deyhle A. (1990), Controller - Handbuch. Band
2. Controlling und Controller bis Hauslexicon. – Gauting b. München. - management service verlag, 213 s.
2. Gänßlen S. (2012), Perspective of the International Controller Association (ICV) and the International Group of Controlling (IGC) / S. Gänßlen, H. Losbichler, R. Niedermayr, L. Rieder, U.Schäffer J. Weber, available at : [https://www.igc-controlling.org/fileadmin/pdf/grundsatz\\_position\\_e.pdf](https://www.igc-controlling.org/fileadmin/pdf/grundsatz_position_e.pdf)
3. Weber Peter W. (1990), Einführung in das Controlling. Aufl. Stuttgart, 276 s.
4. Aniskin, Yu. P. and Pavlova, A. M. (2005), Planirovanie i kontrolling: uchebnik po special'nosti "Menedzhment organ", 2-e izd., Omega-L, M., 280 s.
5. Borodushko, I. V. and Vasil'eva, E. K. (2006), Strategicheskoe planirovanie i kontrolling, Piter, SPb., 192 s.
6. Karminskij, A. M. Fal'ko, S. G. Zhevaga, A. A. and Ivanova, N. Yu. (2006), Kontrolling, Finansy i statistika, M., 256 s.
7. Konceptsiya kontrollinga: Upravlencheskij uchet. Sistema otchetnosti. Byudzhetrovanie / Horvath @ Partners; 2 nd ed (2006), Al'pina Biznes Buks, M., 269 s.
8. Majer E. (1992), Kontrolling kak sistema myshleniya i upravleniya, Finansy i statistika, M., 96 s.
9. Mann R. and Majer E. (1992), Kontrolling dlya nachinayushchih, Finansy i statistika, M., 208 s.
10. Salimova, T. A. and Rodina, E. E. (2008), Integraciya koncepcij kontrollinga i vseobshchego upravleniya kachestvom v celyah povysheniya effektivnosti upravleniya predpriyatiem, Kontrolling, M., №2 (26), s. 30-37.
11. Tkach, V. I. and Tkach, M. V. (1991), Mezhdunarodnaya sistema ucheta i otchetnosti, Finansy i statistika, M., 160 s.
12. Fal'ko, S. G. (2008), Kontrolling dlya rukovoditelej i specialistov, Finansy i statistika, M., 272 s.
13. Han D. (1997), Planirovanie i kontrol': koncepciya kontrollinga, Finansy i statistika, M., 800 s.
14. Horngren Ch. and Foster Dzh. (2000), Buhgalterskij uchet: upravlencheskij aspekt, Finansy i statistika, M., 416 s.
15. Entoni R. and Ris Dzh. (1993), Uchet: situacii i primery, red. i predisl. A. M. Petrachkova, Finansy i statistika, M., 560 s.

ВІСНИК  
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

**ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ**

Випуск 56

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 04.11.2018 р.  
Формат 60x84/8. Папір офсетний.  
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.  
21,5 др. арк. 20,09 ум. др. арк. 16,46 облік.-видавн. арк.  
Тираж 300 прим. Зам. 177.

---

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.