

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ВИПУСК 57

ЛЬВІВ
ВИДАВНИЦТВО ЛЬВІВСЬКОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
2019

Вісник Львівського торговельно-економічного університету / [ред. кол.: Куцик П. О., Барна М. Ю., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2019. – Вип. 57. – 130 с. – (Економічні науки).

Збірник наукових праць

Випуск 57

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

Відповідно до Наказу МОН України № 241 (Додаток 9) від 09 березня 2016 року збірник включено до Переліку наукових фахових видань України.

Друкується за ухвалою Вченої ради Львівського торговельно-економічного університету. Протокол засідання Ради № 7 від 15 березня 2019 року.

Редакційна колегія:

Куцик Петро Олексійович, к.е.н., проф. (головний редактор);
Барна Марта Юрїївна, 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.;
Мізіук 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-Діаніч 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: 10.36477/2522-1205-2019-57

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

© Львівський торговельно-економічний університет,
2019

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

<i>Куцик П. О., Процикевич А. І.</i> ПРІОРИТЕТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ІТ-ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	5
<i>Барна М. Ю., Мороз С. Г.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	13
<i>Семак Б. Б.</i> ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ.....	19
<i>Ощипок І. М.</i> ПЕРСПЕКТИВА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ...26	
<i>Підлипна Р. П.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМНОЇ ПАРАДИГМИ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ.....	33
<i>Миколайчук І. П., Силкіна Ю. О.</i> СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВОГО РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ.....	39
ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
<i>Куцик П. О., Ковтун О. І.</i> ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК АДАПТИВНА СТРАТЕГІЧНА АЛЬТЕРНАТИВА ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	47
<i>Годунько Р. Б.</i> СТРАТЕГІЯ ЯК КОМПЛЕКСНИЙ МЕХАНІЗМ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО ЗМІН ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....	53
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ	
<i>Башнянин Г. І., Антонюк Я. М., Серета С. А.</i> ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ.....	59
<i>Башнянин Г. І., Лапчук Я. С., Коцупей В. М.</i> ПРО СОЦІАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ В ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМАХ.....	68
<i>Миронов Ю. Б., Миронова М. І.</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.....	75
<i>Ящук В. І.</i> РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІЙ МІСТА.....	80
<i>Артищук І. В., Бабич В. І., Хмілярчук Л. І.</i> ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАТИКИ: ГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ.....	86

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО ТА МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Monika Artman

STREFY UPZYWILEJOWANE EKONOMICZNIE W GOSPODARCE ŚWIATOWEJ.....93

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ

Реслер М. В., Захаркевич В. М

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В СИСТЕМІ ОБЛІКУ ТА
УПРАВЛІННЯ НИМИ.....100

Шевчук В. Р.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗКРИТТЯ У ЗВІТІ ПРО УПРАВЛІННЯ
ІНФОРМАЦІЇ ПРО РИЗИКИ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИМИ
СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....104

Вовчик Н. Л.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ
ВИТРАТ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....110

Курак А. І.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАЙБУТНІХ ВИТРАТ І ПЛАТЕЖІВ: МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ
ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВОГО ВІДОБРАЖЕННЯ.....118

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Черкасова С. В., Дмитрига Т. О.

РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ЯК МЕХАНІЗМУ ФІНАНСУВАННЯ
ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ.....123

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

УДК 338.242: 338.012

Куцик П. О.,

ORCID ID: 0000-0001-5795-9704, Researcher ID: G-9204-2019,

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

Процикевич А. І.,

аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ПРІОРИТЕТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ФІНАНСОВО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ІТ-ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Анотація. Обґрунтовано важливість диверсифікації джерел і форм залучення інвестицій у залежності від типу ключових суб'єктів ринку ІТ-послуг. Визначено форми фінансово-інвестиційної підтримки реалізації інвестиційних проектів суб'єктів ринку ІТ-послуг з одночасним їх спрямуванням на вирішення таких завдань державної політики за типами підприємств: для великих підприємств ІТ, що створюють і реалізують кінцевий продукт – збільшення обсягів інвестування, його детінізація та імпорт передових технологій; підприємств сфери ІТ, що реалізують суспільно стратегічні проекти – формування інвестиційного забезпечення розробки і реалізації стратегічно важливих проектів у сфері ІТ-послуг; інтегрованих ІТ-структур – акумулювання та ефективне використання інвестиційного та ресурсного забезпечення локальних інтегрованих систем, зміцнення конкурентоспроможності ІТ-сфери; малих суб'єктів господарювання у сфері ІТ – фінансова підтримка впровадження нових передових інноваційних проектів у сфері ІТ-послуг; суб'єктів ІТ, які спеціалізуються на аутсорсингу послуг – інвестиційний супровід проектів із диверсифікації діяльності та переходу на створення кінцевого продукту для його пропозиції на внутрішньому і зовнішньому ринках. Зроблено висновок, що органам державного управління слід спеціалізуватися не на окремих напрямках державної політики, а на впровадженні повного комплексу засобів активізації інвестиційної діяльності на вітчизняному ринку ІТ-послуг.

Ключові слова: ринок ІТ-послуг, інвестиційний ресурс, державна політика, розвиток, державна підтримка.

Kutsyk P. O.,

ORCID ID: 0000-0001-5795-9704, Researcher ID: G-9204-2019,

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

Protsykevych A. I.,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

PRIORITIES OF THE FINANCIAL AND INVESTMENT STATE POLICY OF SUPPORT FOR IT-SERVICES MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

Abstract. The importance of diversifying sources and forms of investments attraction depending on the type of key IT-market actors is substantiated. The forms of financial and investment support for the implementation of investment projects of IT-market actors are determined, while they are aimed at solving the following problems of state policy by types of enterprises: for large IT-enterprises, which create and sell the final product - increase of investments volume, its de-shadowing and advanced technologies import; IT-companies that implement socially-strategic projects - the formation of investment support for the development

and implementation of strategically important projects in the field of IT-services; integrated IT-structures - accumulation and effective use of investment and resource provision of local integrated systems, strengthening the competitiveness of the IT-sphere; small business entities in the field of IT - financial support for the introduction of new advanced innovative projects in the field of IT-services; IT-entities specializing in outsourcing services - investment support for diversification projects and transition to the creation of the final product for its offer on the domestic and foreign markets. It is concluded that public administration bodies should be specialized not on certain areas of state policy, but on the implementation of a full range of means for activating investment activity in the domestic IT-market.

Key words: IT-services market, investment resource, state policy, development, state support.

JEL Classification: L63; L86; M13; O38.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-01>

Постановка проблеми. За будь-якого підходу до державної інвестиційної політики на тому чи іншому ринку завжди найбільш складним аспектом залишається обґрунтування джерел і засобів залучення інвестиційного ресурсу. Навіть за досконалого інвестиційного середовища у разі відсутності капіталу інвестиційні проекти приречені на невдачу і неотримання відповідного фінансування.

З іншої сторони, суб'єкти господарювання – учасники ринку IT-послуг мають розуміти й те, що суттєво варіюються й вартість і потенціал залучення інвестицій із різних джерел для різних представників IT-сектора.

Відповідно, впливає важливий висновок про перспективність застосування диференційованих підходів у межах державної політики стимулювання активізації інвестиційного процесу на вітчизняному ринку IT-послуг у залежності від масштабів і специфіки бізнесу. Такий підхід дозволяє сформулювати так звану “карту” системи джерел залучення найбільш доступного інвестиційного ресурсу для суб'єктів аналізованого ринку.

При цьому профільні державні структури мають всі можливості та підстави для одночасного вирішення у процесі інвестиційної політики держави стратегічних завдань подальшого поступу вітчизняних суб'єктів та аналізованого ринку в цілому. Так, на наше переконання, інвестиційна політика може вирішувати завдання нарощування обсягів діяльності великих суб'єктів ринку IT-послуг, збільшення інвестування у цьому секторі ринку, його детінізації та імпорту передових технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління процесами інформаційно-аналітичного та техніко-технологічного розвитку внутрішнього ринку України широко досліджені у працях таких науковців, як Т. Васильців, З. Варналій, О. Власюк, Р. Лупак, Ю. Пинда, М. Флейчук, А. Шехлович та ін. Ключові аспекти розроблення та реалізації державної політики фінансово-інвестиційного забезпечення розвитку сегмента IT-послуг висвітлені у працях К. Барлетта, С. Гешала, Дж. Даннінга, В. Новицького, О. Плотнікова, О. Рогача, Л. Руденко, С. Сіденко, А. Субботіна та ін.

Аналіз основних праць у розрізі зазначених науковців дозволив дійти висновку про те, що ними зроблено значний внесок у дослідження проблем

фінансово-інвестиційного забезпечення розвитку ринку IT-послуг. Враховуючи високу динаміку розвитку ринку IT-послуг в Україні та зростання його ролі у забезпеченні економічної безпеки держави, існує необхідність виділення пріоритетів системи державного регулювання відповідної сфери, що стосуватимуться забезпечення фінансово-інвестиційної підтримки, а також низки інших інституційних і структурних реформ.

Постановка завдання. Метою статті є визначення пріоритетів державної політики фінансово-інвестиційної підтримки розвитку ринку IT-послуг України, що базуватимуться на системі стратегічних завдань і вибору форм залучення органами влади інвестицій на ринок.

Вклад основного матеріалу дослідження. Важливим для економіки і суспільства держави є й функціонування сектора IT-суб'єктів, які вже сьогодні реалізують або мають потенціал створення стратегічно важливих IT-продуктів. У цьому напрямі забезпечується формування інвестиційного підґрунтя для розробки і реалізації стратегічно важливих проектів у сфері IT-послуг. Так, інституційно-інфраструктурним елементом як для активізації інвестиційної діяльності, так і безпосередньо сталого розвитку сфери IT-послуг України є створення та нарощування масштабів діяльності вітчизняних IT-кластерів і інших локально інтегрованих структур в цій сфері, здатних об'єднати, узгодити та реалізувати фінансово-економічні і господарські інтереси представників науки, освіти, інновацій, IT-сфери, фінансово-кредитного та реального сектора національної економіки. Відповідно, на наше переконання, державі слід сфокусувати увагу на акумулюванні та ефективному використанні інвестиційного та ресурсного забезпечення локальних інтегрованих систем для зміцнення конкурентоспроможності IT-сфери. Вважаємо, що такі завдання мають спільне підґрунтя.

Не меншою є й роль сектора малого підприємства ринку IT-послуг. Відповідно, тут представникам влади необхідно підтримати його суб'єктів інвестиційним забезпеченням, у тому числі для створення і впровадження стартапів. Має надаватися фінансова підтримка впровадження нових передових інноваційних проектів у сфері IT-послуг.

Але потрібно розуміти і перспективність функціонування та розвитку й тих суб'єктів сфери ІТ, які на сьогодні виконують меншу роль в економіці. Мова, зокрема, йде про структуру сфери ІТ, які спеціалізуються здебільшого на виконанні замовлень зовнішніх контрагентів (аутсорсингу послуг). На нашу думку, органам влади потрібно поставити перед собою завдання інвестиційної підтримки проектів таких суб'єктів ринку ІТ-послуг з диверсифікації їх діяльності та переходу на створення кінцевого продукту для його пропозиції на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Базуючись на таких постулатах, наведемо на рис. 1 ключові завдання державної політики та форми залучення інвестицій на ринок ІТ-послуг України. Слід наголосити на тому, що держава в найбільшій мірі зацікавлена у підтримці реалізації інвестиційних проектів великих суб'єктів ринку ІТ-послуг, що створюють та реалізують кінцевий продукт. Такий висновок обґрунтовується передовсім тим, що суб'єкти цього сегмента аналізованої сфери функціонують найбільш прозоро, здійснюють вагомий внесок у ВВП і соціально-економічний розвиток держави, мають значну частку доданої вартості у структурі реалізованих послуг [1, с. 101-115; 2, с. 78-96].

Оскільки ці ж суб'єкти є найбільш інвестиційно привабливими для зовнішнього інвестування, на нашу думку, їм слід сконцентруватися навколо залучення інвестиційного ресурсу в межах міжнародної співпраці з провідними ІТ-фірмами та інвесторами у секторі ІТ. У значній мірі цьому має послугувати активна діяльність підприємств відносно комунікування та налагодження відповідної інвестиційно-господарської діяльності. Але вагомим тут є й ресурс державної підтримки із застосуванням інструментів торгово-промислових палат, міжнародних зовнішньоекономічних і консульських представництв, площадок на міжнародних виставках і ярмарках.

Слід розробити пакет перспективних (для загальносвітових тенденцій розвитку інформаційних технологій та інформаційного суспільства) інвестиційних пропозицій вітчизняних великих підприємств ІТ-сфери і здійснювати їх активну популяризацію та просування в системі лідерів світового ринку ІТ-послуг і інвесторів, що спеціалізуються на підтримці інвестиційних проектів у сфері ІТ-послуг.

Додамо, що аналогічний підхід може впроваджуватися й на внутрішньому ринку ІТ-послуг шляхом підготовки великими вітчизняними суб'єктами цієї сфери до реалізації на внутрішньому ринку спільних зі світовими лідерами інвестиційних проектів. Фактично інвестор має побачити достатню місткість цільового ринкового сегмента, наявність попиту і платоспроможності споживачів новостворених ІТ-послуг. Оскільки такі проекти пов'язані зі значними обсягами інвестування, держава має взяти їх під власний патронат, супровід і контроль. У низці країн світу для підтримки національних інвестиційних проектів за участі іноземного капіталу створюються окремі підрозділи при урядових структурах.

Врешті-решт великі підприємства, у т. ч. на ринку ІТ-послуг, часто є акціонерними компаніями, відтак мають потенціал і ресурс для залучення акціонерного капіталу, що є одним із найпопулярніших і затребуваних інвестиційних інструментів у світі через їх високу прибутковість і надійність. Акції є одним із основних видів цінних паперів, що підтверджують право власності їх власника на деяку частину статутного капіталу і частину прибутку підприємства та його майна. Оборот акцій відбувається на фондовому ринку, на якому укладаються угоди з їх придбання та продажу. Вважаємо, що за умови підготовки та популяризації крупних національних інвестиційних проектів на ринку ІТ-послуг потенційними акціонерами (інвесторами) провідних вітчизняних ІТ-компаній можуть стати інші суб'єкти цієї галузі, самозайняті особи у сфері ІТ, представники суміжних видів економічної діяльності, а також сфер, де в найближчій перспективі очікується найвища активність відносно створення і впровадження інформаційних технологій (торгівля, сфера послуг, транспортування і логістика тощо).

Потрібно визнати, що принципово іншим є шлях до пошуку та залучення інвестиційного ресурсу у підприємств сфери ІТ, які позиціонують свою діяльність в сегменті реалізації стратегічних (для економіки, суспільства, соціальної сфери, системи державного управління) проектів. Водночас потрібно визнати, що така спеціалізація часто зводиться до життєвого циклу підприємства, який, власне, і обмежується лише впровадженням певного проекту, після чого активність спадає і підприємство, як правило, припиняє діяльність або ж переходить у так званий "сплячий" режим в очікуванні гранту чи державного замовлення на наступний проект рівня регіонального чи навіть національного значення [3, с. 402-441].

Звичайно, що в процесі державної підтримки такого роду проектів слід відстежувати й обмежувати можливості доступу до них з боку представників "професійних грантоотримувачів", інструментом чого слугують прозорі конкурси з вільним і рівним доступом до них усіх можливих учасників.

Щодо джерел інвестування стратегічно важливих для держави проектів, то передусім мова тут йде про залучення інвестицій у межах реалізації державних і регіональних програм розвитку ІТ-сфери, цифровізації економіки та розвитку інформаційного суспільства. Конкурентоспроможність національної економіки та її здатність зайняти привабливе місце в системі міжнародного поділу праці безпосередньо залежить від державної політики у сфері планування, програмування та реалізації політики в цій сфері. Відповідно, суб'єкти сфери ІТ-послуг, що спеціалізуються на національних проектах, мають перспективи акумулювати інвестиційний ресурс із бюджетних джерел чи інших напрямів їх фінансування.

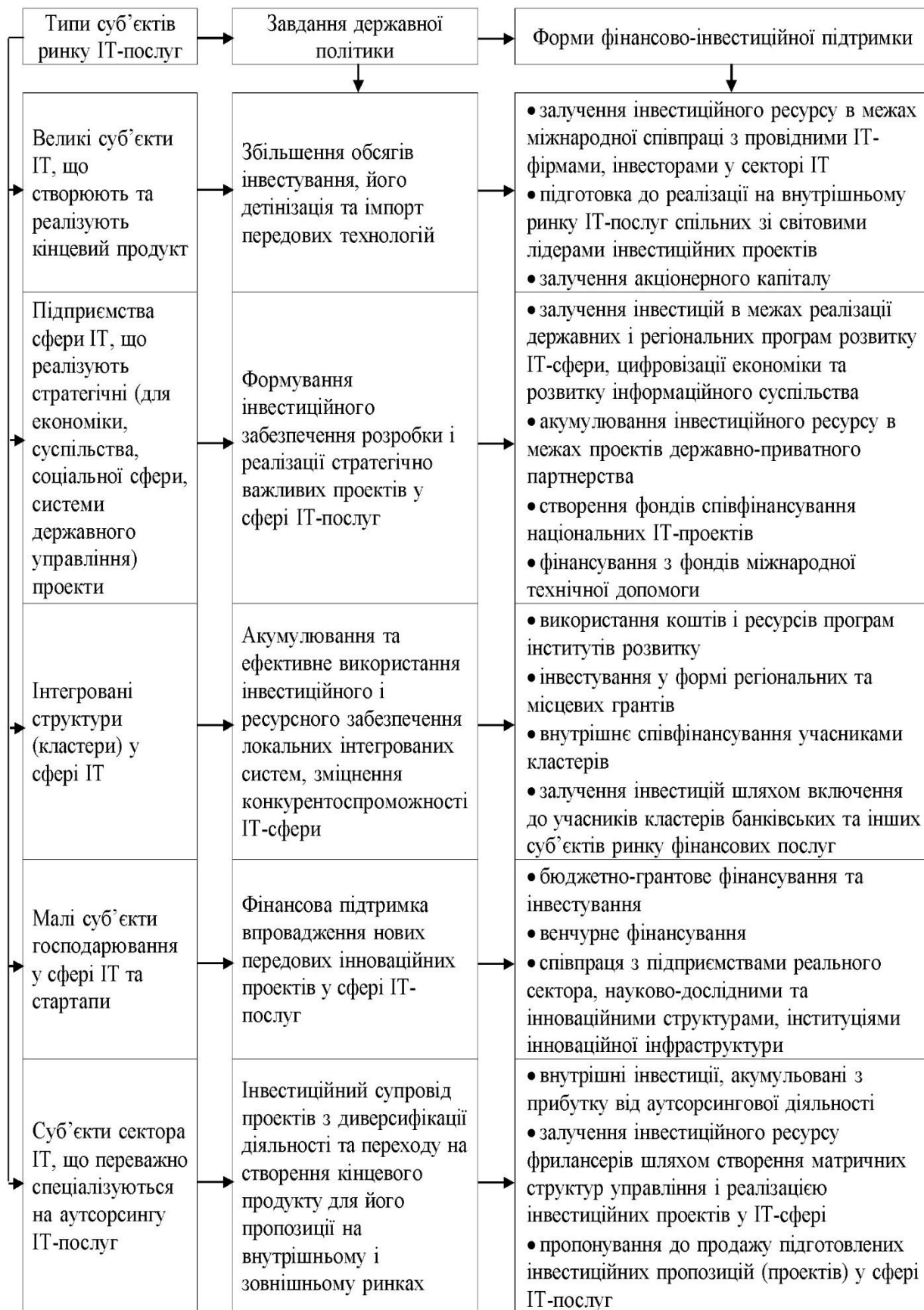


Рис. 1. Завдання державної політики та форми залучення інвестицій на ринок ІТ-послуг України (сформовано авторами)

З огляду на те, що суспільно значимі проекти у сфері ІТ-послуг часто стосуються модернізації комунальної сфери, соціальної інфраструктури, системи ЖКГ тощо і фактично передбачають необхідність доступу підприємств до стратегічно важливих для держави та її територій активів і ресурсів, ефективним і перспективним рішенням є об'єднання зусиль влади, місцевих громад та ІТ-бізнесу шляхом реалізації інвестиційних проектів на базі державно-приватного партнерства. За рахунок такої форми співпраці інвестори чи підприємства сфери ІТ-послуг отримують доступ до ринків, прав діяльності, інших бенефіціарів, придбання яких чи доступ до яких в іншому випадку потребував би вкладення інвестицій.

З іншої сторони, держава, місцеві громади та населення отримують конкурентоспроможні ІТ-продукти та ІТ-послуги, застосування яких забезпечує економічний і соціальний розвиток територій, надає позитивні імпульси для зростання інвестиційної привабливості територіальних господарських комплексів та провідних галузей і видів економічної діяльності.

Потрібно зацентувати увагу ще й на такому аспекті, як зацікавленість у реалізації національних ІТ-проектів значно ширшого кола бенефіціарів. Це також і активні громадські організації, бізнес-асоціації, політичні діячі, стратегічні для тих чи інших територій підприємства. Відповідно, існують перспективи реалізації спільних зусиль відносно вкладення інвестицій у реалізацію ІТ-проектів. Інструментами такої співпраці є створення фондів співфінансування національних ІТ-проектів, у т. ч. й для часткового їх інвестування з фондів міжнародної технічної фінансової допомоги.

Перспективною на сьогодні інституційною платформою зміцнення конкурентних позицій та розвитку вітчизняних суб'єктів ринку ІТ-послуг є створення і нарощування масштабів діяльності локальних інтегрованих структур, зокрема ІТ-кластерів. Власне, попри низку інших стратегічних переваг бізнес-інтеграції важливим завданням розвитку інтегрованих структур є об'єднання ресурсного та, зокрема, фінансово-інвестиційного забезпечення. Тому сама ідея бізнес-інтеграції тісно пов'язана із залученням інвестицій і підвищенням рівня інвестиційної спроможності і привабливості. Водночас при формуванні локальних інтегрованих структур суб'єктам сфери ІТ потрібно розуміти, що, окрім отримання низки стратегічно-господарських переваг, наявні можливості й для залучення інвестицій на підтримку становлення та розвитку ІТ-кластерів з боку ресурсів програм інститутів розвитку, інвестицій у формі регіональних і місцевих грантів [4, с. 88-90; 5, с. 144-189].

При цьому традиційними джерелами інвестування залишаються внутрішні фінансові ресурси учасників ІТ-кластерів. У таких цілях особливо перспективним може стати залучення інвестицій шляхом включення до учасників кластерів банківських та інших суб'єктів ринку фінансових послуг. Для таких партнерів передбачається низка мотиваційних аспектів і/чи стимулів. Такими, до прикладу,

можуть слугувати послуги з розробки сучасних інноваційних продуктів ІТ-банкінгу, банківське обслуговування всіх учасників кластеру, інтеграція банківського капіталу в інші види економічної діяльності і, таким чином, диверсифікація комерційних ризиків.

На нашу думку, принципово іншим є підхід до ідентифікації та залучення інвестицій такими суб'єктами ринку ІТ-послуг, як малі суб'єкти господарювання і стартапи. Їх головний бізнес-інтерес полягає у створенні і виведенні на ринок власного інноваційного ІТ-продукту (послуги), на що й скеровується більша частина інвестицій.

Відомо, що для суб'єктів малого бізнесу залучення інвестицій - питання складне і часто недосяжне. Підставами для такого висновку є відсутність заставного майна для отримання банківського кредиту, великих обсягів капіталу, інвестованого у бізнес, привабливого для інвестора, наявність вищих ризиків господарювання в порівнянні з більш стабільними середніми та великими підприємствами. Відтак, на наше переконання, в сегменті малого бізнесу активною має бути державна підтримка, що реалізується засобами бюджетно-грантового фінансування та інвестування. Існує ціла низка важливих сфер і напрямів господарювання, де малі суб'єкти ринку ІТ-послуг можуть отримувати державне замовлення на виконання тих чи інших робіт (послуг).

Окремим магістральним напрямом залучення інвестицій у сектор малого бізнесу на ринку ІТ-послуг вважаємо венчурне фінансування. Для його розвитку держава володіє низкою ефективних інструментів. Так, у цьому аспекті у світовій практиці відомими є поширення інвестиційного податкового кредиту на венчурні та інноваційні процеси в малому бізнесі, зниження ставок податку на прибуток від операцій з цінними паперами для малих підприємств, венчурних фондів, компаній і їх регіональних представництв, що фінансують ризикову інноваційну діяльність, надання малим підприємствам і венчурним фондам пільг з орендної плати та лізингу обладнання та устаткування, придбання і впровадження передових ІТ-технологій, вивільнення засобів, що поступають на малі підприємства від інвесторів на розвиток виробництва від податку на прибуток до моменту завершення освоєння інноваційних інвестицій, зміни в обліку капіталізованих витрат на НДКР, зміни пропорцій центрального та регіональних бюджетів з оподаткування представників малого бізнесу, що здійснюють діяльність у пріоритетних сферах на ринку ІТ-послуг, зокрема інноваційних і венчурних фондів, ІТ-компаній і їх регіональних представництв.

Вказані засоби в тому числі спрямовані і на: обмеження бюрократичного втручання в діяльність ІТ-суб'єктів (в т. ч. у їх облікову політику); надання рівних прав і можливостей в порівнянні з великими ІТ-компаніями у боротьбі за державні замовлення (зокрема, у сфері НДКР), принципове обмеження державних дотацій суб'єктам, які не здатні в повній мірі пристосуватися до ринкових умов господарювання.

Додамо, що вітчизняним органам державного управління слід звернути увагу й на таку перешкоду розвитку венчурного фінансування на вітчизняному ринку IT-послуг, як те, що суб'єкти сфери IT не в повній мірі обізнані з можливостями застосування венчурного капіталу, його відмінними рисами в порівнянні з традиційним банківським ресурсом, в Україні відсутня повноцінна інформація про обсяги та характер діяльності венчурних фондів і компаній. Відтак окремим об'єктом державної політики стає навчання і виховання персоналу IT-компаній, формування серед працівників культури застосування венчурного капіталу в якості джерела інвестицій для реалізації інноваційних проектів на ринку IT-послуг [6, с. 162-170].

Потенційним джерелом інвестування в розвиток вітчизняних малих IT-суб'єктів є також розвиток їх співробітництва з підприємствами реального сектора, науково-дослідними та інноваційними структурами, інституціями інноваційної інфраструктури. Кожен із перелічених суб'єктів має власні бізнес-інтереси у такого роду проектах співпраці. Відповідно, готовий вкладати сюди матеріальні, трудові та фінансові ресурси, що можуть слугувати хорошою альтернативою традиційних капіталовкладень. Роль держави визначальна в контексті створення нових і підтримки діяльності існуючих бізнес-інкубаторів (причому як реальних, так і віртуальних), на базі яких відбувається комунікація між малими IT-фірмами та іншими суб'єктами, укладаються угоди співпраці.

Зазначені форми співробітництва особливо ефективні в існуючих умовах слабого розвитку системи проектного фінансування на ринку IT-послуг України. Фінансова місткість ринку внутрішнього фінансування на сьогодні об'єктивно обмежена, а внутрішній ринок кредитування під методи та способи проектного фінансування недостатньо розвинений.

Зауважимо, що одним із дієвих варіантів колективного інвестування виступає краудфандинг, перевагами якого в тому числі є онлайн-режим надання. Це сервіс, який спеціалізується на розміщенні ідей та просуванні IT-продукту. В залежності від типу сервісу платформа співпрацює з різними платіжними системами. Втім, ключовою проблемою розвитку такого фінансування на вітчизняному ринку IT-послуг є низький рівень обізнаності про механізми застосування цієї форми фінансування як з боку інвесторів, так і ініціаторів інвестиційних проектів [7, с. 269-275].

Істотним недоліком вітчизняних краудфандинг-площадок на сьогодні залишається й низький рівень їх зорієнтованості та спеціалізації на створенні інноваційних IT-продуктів. Це обумовлено тим, що розробникам і авторам проектів складно донести сутність інвестиційного IT-проекту до широкого кола населення. Відтак швидше перевага надається прямій безпосередній співпраці IT-суб'єктів із реальними бізнес-інвесторами.

Не слід забувати й про інструменти мікрофінансування перспективних інвестиційних проектів суб'єктів малого бізнесу на ринку IT-послуг.

Підприємницька діяльність традиційно характеризується високим рівнем ризику. Відтак саме мікrokредитування малого і середнього бізнесу здебільшого найчастіше виступає єдиною можливістю отримати засоби для підготовки і реалізації інвестиційних проектів. На нашу думку, мікрофінансування можна вважати найбільш оптимальним варіантом (джерелом) формування інвестиційного ресурсу для вітчизняних малих IT-фірм на організацію та розвиток інвестиційної діяльності.

З огляду на зазначене державі слід активніше стимулювати розвиток банківського продукту в сфері мікрофінансування (у т. ч. шляхом виділення бюджетних засобів на їх цільове використання на безповоротних засадах, надання бюджетних кредитів цільового призначення у невеликих обсягах як на поворотних, так і неповоротних засадах). З використанням інструменту мікрофінансування забезпечується підвищення рівня фінансової стійкості вітчизняних суб'єктів малого бізнесу на ринку IT-послуг, формується їх позитивна кредитна історія, що є вельми важливою в контексті розвитку подальшої співпраці таких суб'єктів із інвесторами та організаціями фінансово-кредитного сектора [8, с. 251-270].

Стратегія держави у сфері формування інвестиційного ресурсу суб'єктів малого бізнесу – IT-фірм, на нашу думку, має орієнтуватися на пошук нових, зручних і доступних джерел фінансових ресурсів, оскільки з різних причин зараз використання традиційних систем фінансування та інвестування здійснюється в обмежених обсягах. За таких умов необхідне застосування нових видів і форм залучення фінансових ресурсів для реалізації інвестиційних проектів малих підприємств у IT-сфері. Мова йде про венчурне фінансування, сек'юритизацію кредитного портфеля малого бізнесу, проектне фінансування, краудфандинг, мікрофінансування.

Як було встановлено в підсумку аналізу поточного стану розвитку та інвестування діяльності вітчизняних IT-компаній, суттєвим негативним аспектом і перешкодою сталого та структурно збалансованого розвитку ринку IT-послуг України залишається наявність великої кількості суб'єктів, що спеціалізуються на аутсорсингу, причому в більшій мірі орієнтовані на виконання замовлень нерезидентів.

Такі стратегії призводять до створення і збуту проміжного результату, а не кінцевої IT-послуги з високим рівнем доданої вартості. Такий стан справ призводить і до суттєвої тінізації економічної та трудової діяльності в галузі, формування середовища, в якому економічні агенти не мотивовані здійснювати активну та прозору інвестиційну діяльність.

Вважаємо, що державна інвестиційна політика на ринку IT-послуг, яка претендує на високу ефективність, має в тому числі спрямовуватися на виправлення ситуації та стимулювання переходу IT-підприємств до створення кінцевих IT-продуктів і здійснення капіталовкладень у розвиток техніко-технологічної та матеріально-технічної бази

господарювання, створення і збуту ІТ-послуг, що високотехнологічні.

У цьому контексті органам державного управління, відповідальним за становлення і розвиток у нашій державі інформаційного суспільства та сектора цифровізації економіки, слід вести активну інформаційно-промоційну діяльність з доведення до керівників підприємств розуміння стратегічних переваг зміни власної інвестиційної стратегії. Важливим критерієм ефективності такої діяльності слід вважати збільшення обсягів внутрішніх інвестицій таких ІТ-підприємств шляхом акумулювання прибутку від аутсорсингової діяльності.

Специфікою діяльності вітчизняних підприємств з аутсорсингу ІТ-послуг є й особливий характер зайнятості. Такі суб'єкти мають невеликі штати офіційно зайнятого персоналу, а відносини з більшістю працівників оформлені як договори підряду (співробітництва, надання послуг і т. ін.) з чисельними фізичними особами – підприємцями. Відповідно, доволі велика грошова маса перебуває у необлікованому секторі ринку ІТ-послуг “на руках” таких СПД-ФО. Переважно ці кошти використовуються як ресурс споживання або для розміщення на депозитних рахунках у банках.

Фактично це потужний інвестиційний ресурс, вкладення якого в ІТ-сектор мав би помітний позитивний фінансово-господарський ефект. Вирішення цього завдання потребує створення державою належних стимулів для інвестування вказаних коштів. Як показує світовий досвід, у таких цілях можуть використовуватися інструменти: створення інвестиційних фондів (з високими відсотками на вкладений у них капітал), відкриття онлайн-платформ для фрилансерів (із подальшою популяризацією в цьому середовищі інформації про можливості та переваги інвестування коштів у перспективні інвестиційні проекти на ринку ІТ-послуг), розвиток співпраці фахівців сфери ІТ-послуг і фрилансерів, що спеціалізуються на сфері інвестиційної діяльності.

Окремим стратегічним підходом може стати застосування вітчизняними ІТ-компаніями матричних структур управління реалізацією інвестиційних проектів у ІТ-сфері. Мова йде про подрібнення інвестиційних чи бізнес-проектів у сфері ІТ на окремі структури, які спеціалізуються виключно на одному проекті і всі фахівці яких займаються саме цим проектом. За такого підходу забезпечується концентрація уваги навколо одного проекту, що сприяє детінізації бізнесу та легальній зайнятості, зростанню мотивації залучених фахівців у результатах спільної діяльності, формування кращого мотиваційного поля для спільного внеску у формування інвестиційного забезпечення кожного конкретного бізнес-проекту на ринку ІТ-послуг.

Наголосимо, що іншою перспективною бізнес-моделлю залучення інвестування вітчизняними ІТ-компаніями, що спеціалізуються на аутсорсингу в сфері ІТ-послуг, є пропонування до продажу попередньо підготовлених інвестиційних пропозицій (проектів) у сфері ІТ-послуг. Йдеться про заміну пропонування на ринку послуги з розробки ІТ продуктом у вигляді інвестиційного проекту. Таким чином буде забезпечено можливість отримання

інвестиційного ресурсу на реалізацію інвестиційного проекту зі створення і надання ІТ-послуг кінцевого призначення з високим рівнем доданої вартості та трудомісткості, на відміну від лише співучасті в реалізації значно більш крупних виробничо-господарських програм, виконавцями яких є провідні зарубіжні ІТ-компанії [9, с. 42-48].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. На наше переконання, органам державного управління слід спеціалізуватися не на окремих визначених нами напрямках державної політики, а на впровадженні повного комплексу засобів активізації інвестиційної діяльності на вітчизняному ринку ІТ-послуг. Лише комплексний і системний підхід здатен критично покращити інвестиційне середовище на цьому ринку, залучити та ефективно використати інвестиційні ресурси, забезпечити, таким чином, зростання ринку і його суб'єктів, реалізацію вагомого потенціалу в системі соціально-економічного розвитку національного господарства України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державне регулювання інвестиційного процесу в умовах функціонування ринку цінних паперів : монографія / [за заг. ред. П. О. Куцика]. – Львів : ТОВ “Растр-7”, 2014. – 296 с.
2. Інвестиційна привабливість ресурсного потенціалу торговельного підприємства : монографія / Качмарик Я. Д., Куцик П. О., Лупак Р. Л., Боліновська Н. Я. – Львів : ЛА “Піраміда”, 2012. – 168 с.
3. Структурні зміни та економічний розвиток України : монографія / [за ред. Л. В. Шинкарук]. – К. : ІЕПр НАНУ, 2011. – 696 с.
4. Лупак Р. Л. Управління покращенням інвестиційного забезпечення підприємств / Лупак Р. Л., Васильців В. Г., Польова І. М. // Бізнес Інформ. – 2015. – № 12. – С. 88-92.
5. System transformations of the national economy: challenges and expectations: collective monograph / edited by O. Vlasiuk and other. Bydgoszcz, Poland: University of Economy Publishing House, 2016. Vol. 1. – 357 p.
6. Васильців Т. Г. Характеристики функціональних складових економічної безпеки сектору інформаційно-комунікаційних технологій України / Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Васильців В. Г. // Економічний дискурс. – 2017. – Вип. 1. – С. 161-172.
7. Novakimian G. Financial constraints and investment efficiency: Internal capital allocation across the business cycle // Journal of Financial Intermediation. – 2018. – № 20 (2). – P. 264-283.
8. Теоретико-методичні засади та прикладні механізми державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі : монографія / [за ред. Куцика П. О., Васильціва Т. Г.]. – Львів : Вид-во ЛТЕУ, 2016. – 426 с.
9. Korutaro B., Biekpea N. Effect of business regulation on investment in emerging market economies // Review of Development Finance. – 2013. – № 3 (1). – P. 41-50.

REFERENCES

1. Kutsyk, P. O. (2014), Derzhavne rehulyuvannya investytsiynoho protsesu v umovakh funktsionuvannya rynku tsinnykh paperiv, Raster-7.
2. Kachmaryk, YA. D., Kutsyk, P. O., Lupak, R. L. and Bolinova, N. YA. (2012), Investytsiyna pryvablyvist' resursnoho potentsialu torhovel'noho pidpryyemstva, LA "Piramida".
3. Shynkaruk, L. V. (2011), Strukturni zminy ta ekonomichnyy rozvytok, IEP NANU.
4. Lupak, R. L., Vasyl'tsiv, V. H. and Pol'ova I. M. (2015), Upravlinnya pokrashchenniam investytsiynoho zabezpechennya pidpryyemstv, *Biznes Inform*, 12, 88-92.
5. Vlasiuk, O. (2016), System transformations of the national economy: challenges and expectations, University of Economy Publishing House.
6. Vasyl'tsiv, T. H., Lupak, R. L. and Vasyl'tsiv, V. H. (2017), Kharakterystyky funktsional'nykh skladovykh ekonomichnoyi bezpeky sektoru informatsiyno-komunikatsiynykh tekhnolohiy Ukrainy, *Ekonomichnyy dyskurs*, 1, 161-172.
7. Hovakimian, G. (2018), Financial constraints and investment efficiency: Internal capital allocation across the business cycle, *Journal of Financial Intermediation*, 20 (2), 264-283.
8. Kutsyk, P. O. and Vasyl'tsiv, T. H. (2016), Teoretyko-metodychni zasady ta prykladni mekhanizmy derzhavnoho rehulyuvannya rozvytku vnutrishn'oyi torhivli, LTEU.
9. Korutaro, B. and Biekpea, N. (2013), Effect of business regulation on investment in emerging market economies, *Review of Development Finance*, 3 (1), 41-50.

Стаття надійшла до редакції 19 січня 2019 р.

УДК 338.24:334.012.64

Барна М. Ю.,

ORCID ID: 0000-0001-5248-9774, Researcher ID: G-9493-2019, д.е.н., доц., перший проректор, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Мороз С. Г.,

завідувач Полтавського відділення Харківського науково-дослідного інституту судових експертиз імені М. С. Бокаріуса, м. Полтава

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. Мета статті полягає у здійсненні аналізу інструментів реалізації регуляторної політики сектора малого підприємництва. У роботі досліджено нормативно-правове забезпечення державної регуляторної політики в цілях ідентифікації інструментів її реалізації. Проведено аналіз економічної літератури стосовно існуючих класифікацій інструментів державної регуляторної політики. Подано характеристику та графічно зображено послідовність організаційної процедури реалізації регуляторної політики, де кожен з етапів та заходів такого алгоритму фактично й слугує відповідним інструментом. Описано макроекономічний, фінансово-ресурсний, техніко-технологічний, інтелектуально-кадровий, інвестиційно-інноваційний, інформаційно-комунікаційний, функціональні інструменти реалізації регуляторної політики сектора малого підприємництва. Доведено, що центральним елементом державної регуляторної політики розвитку малого підприємництва є формування якісного нормативно-правового поля комерційної господарської діяльності, а допоміжними – економічна, організаційна, інфраструктурна та ресурсна складові. Реалізація державної регуляторної політики потребує формування і реалізації системної сукупності інструментів за групами: нормативно-процедурні, функціональні, структурні, управлінські, інституційно-організаційні, спеціалізовані.

Ключові слова: інструменти, регуляторна політика, державне регулювання, мале підприємництво, соціально-економічний розвиток.

Barna M. Y.,

ORCID ID: 0000-0001-5248-9774, Researcher ID: G-9493-2019,

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

Moroz S. G.,

Head of the Poltava branch of the Kharkiv Research Institute of Forensic Expertise named after M. S. Bokarius, Poltava

CONCEPTUAL PRINCIPLES OF FORMING INSTRUMENTS FOR REGULATORY POLICY OF SMALL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

Abstract. The purpose of the article is to analyze the instruments for implementing the regulatory policy of the small entrepreneurship sector. The article examines the legal and regulatory framework for state regulatory policy in order to identify the instruments for its implementation. The analysis of economic literature concerning the existing classification of state regulatory policy instruments has been carried out. A characteristic and a graphic representation of the organizational procedure sequence for the regulatory policy implementation is presented, where each of the stages and measures of such an algorithm actually serves as

an appropriate instrument. The macroeconomic, financial, resourcing, technical, technological, intellectual, personnel, investment, innovative, informational, communicational as well as functional instruments for the regulatory policy implementation of the small entrepreneurship sector are described. It is proved that the central element of the state regulatory policy of small entrepreneurship development is the formation of a qualitative legal and regulatory framework for commercial economic activity, and the auxiliary ones are economic, organizational, infrastructure and resource components. Implementation of the state regulatory policy requires the formation and implementation of a systemic set of instruments related to the following groups: normative-procedural, functional, structural, managerial, institutional, organizational, specialized.

Key words: instruments, regulatory policy, state regulation, small entrepreneurship, social and economic development.

JEL Classification: L51; M21; O29

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-02>

Постановка проблеми. Регуляторна політика у сфері малого підприємництва є невід’ємним елементом системи державного регулювання розвитку цього сектора національного господарства, відповідальним за підвищення рівня якості державного управління шляхом створення необхідного нормативно-правового середовища здійснення підприємницької діяльності, її адміністрування з боку органів влади і місцевого самоврядування, формування умов, необхідних для активізації малого бізнесу, реалізації його ролі в економіці, зміцнення конкурентоспроможності та покращення структурних характеристик сектора малого підприємництва. Оскільки основною метою регуляторної політики розвитку малого підприємництва є забезпечення високого рівня якості державної політики у даній сфері, актуалізується потреба аналізу інструментарію реалізації регуляторної політики сектора малого підприємництва, який буде залучено для досягнення мети політики та її ключових завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню теоретичних засад регуляторної політики та розробленню класифікації інструментів її реалізації присвячені праці А. Горобінської [1], С. Степаненко [8], М. Погрібняка [5], О. Мордвінова [6]. Над дослідженням функціональних аспектів застосування інструментів реалізації регуляторної політики працювали вчені З. Варналій, І. Кузнецова [2], Г. Кампо [4], Д. Ляпін та К. Ляпіна [7]. Проте питання дослідження інструментів реалізації регуляторної політики сектора малого підприємництва залишається недостатньо розкритим.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз інструментів реалізації регуляторної політики сектора малого підприємництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відомо, що інструменти державної політики слугують тими засобами, за допомогою яких державна встановлює вимоги до підприємств і громадян. Інструменти здебільшого прописуються в законах, формальних і неформальних розпорядженнях, допоміжних правилах, які встановлюються державою, а також недержавними організаціями, саморегулюючими структурами, яким держава делегувала регуляторні повноваження. Саме за допомогою

інструментів і здійснюється державне регулювання соціально-економічних процесів та явищ.

Звернімо увагу на те, що в контексті регуляторної політики низка інструментів безпосередньо прописана у профільному законодавчому акті нашої держави. Мова йде про такі інструменти, як планування регуляторних актів, підготовка аналізу регуляторного впливу, оприлюднення проектів рішень органів влади та місцевого самоврядування, відстеження результативності регуляторних актів, їх перегляд та офіційне оприлюднення, висвітлення інформації про здійснення та результати регуляторної діяльності і т. ін. Разом із тим, зазначений перелік не зовсім вписується в класичне розуміння поняття “інструмент” як інститут державного регулювання економіки.

Адже в класиці державного регулювання економіки до інструментів державного регулювання, як правило, відносять такі більш конкретні способи державного впливу, як фіскальна та бюджетна політика, система оподаткування, ліцензування, запровадження різного роду економічних стимулів та мотивів, державно-приватне партнерство, розвиток інфраструктури і т. ін.

Відтак у цілях ідентифікації інструментів, характерних для державної регуляторної політики, доречно проаналізувати відповідну практику функціонування державної структури, відповідальної за політику в аналізованій сфері. В Україні це Державна регуляторна служба України, створена у 2014 р. згідно з Постановою Кабінету Міністрів України “Про деякі питання Державної регуляторної служби України” [3].

Цією ж постановою затверджене положення про Державну регуляторну службу України, з якого, щоправда, робимо висновок, що реалізація державної регуляторної політики (незважаючи на назву цієї структури) не є єдиним виключним завданням зазначеного урядового органу. На нього також покладені завдання реалізації політики з питань нагляду (контролю), а також ліцензування та дозвільної системи у сфері господарської діяльності, координації діяльності владних структур, громадянського суспільства та підприємницького сектора відносно дерегулювання господарської діяльності. Як можемо констатувати, друга частина завдань у

достатній мірі виходить за рамки класично-правового підходу до трактування сутності і змісту регуляторної політики. Хоча, з іншого боку, дає підстави відносно передбачення таких завдань в рамках інструментів державної регуляторної політики, особливо у сфері забезпечення розвитку сектора малого підприємництва.

Так, виходячи з організаційно-управлінської структури Державної регуляторної служби України, можна виокремити такі інструменти, що мають місце в її діяльності при виконанні відповідних функціональних обов'язків: 1) експертиза та аналізування ефективності нормативно-правових актів; 2) координація діяльності та нормативно-правовий супровід елементів дозвільної системи; 3) здійснення договірної та претензійної роботи у сфері адміністративно-господарської діяльності; 4) координація діяльності органів влади, інститутів громадянського суспільства та підприємництва з питань коригування регуляторної політики та дерегуляції бізнесу; 5) використання зв'язків і можливостей міжнародного співробітництва у сфері регуляторної політики, 6) інформаційно-аналітичні заходи та супровід регуляторної діяльності.

Зауважимо, що інструментарій державної регуляторної політики, у т. ч. в царині забезпечення розвитку малого підприємництва, об'єктивно як доволі обмежений (передусім з огляду на те, що регуляторна політика й сама виступає інструментом державного регулювання), так і надто обширний (оскільки стосується аналізу й експертизи усіх без виключення нормативно-правових актів – від дріб'язкових рішень найменших (за адміністративно-територіальним підходом) органів влади до національних стратегій і програм).

Відтак, з огляду на ці обставини, абсолютно правомірним може бути висновок про доречність не стільки виокремлення конкретних інструментів регуляторної політики, як скоріше формування розлогої їх класифікації. Адже значна варіативність інструментів регуляторної політики підтверджується, наприклад, тим, що А. Горобінська сюди відносить збалансування інтересів суб'єктів суспільно-економічних відносин [1, с. 234]; С. Степаненко – здійснення послідовних регулюючих дій до моменту напрацювання та в подальшому прийняття найбільш якісного управлінського рішення [8, с. 149]; М. Погрібняк – впровадження набору процедурних та організаційних засобів регулювання в найбільш важливих і актуальних на сьогодні сферах і секторах економіки, видах економічної діяльності [5, с. 9]; О. Мордвінов – дотримання наперед визначених чітких алгоритмів і послідовностей, що стандартизують процеси державного управління економікою [6].

Ряд такого типу прикладів прописаних в економічній літературі інструментів державної регуляторної політики можна й надалі продовжувати, а за умови доєднання сюди ще й інструментів у сфері підтримки розвитку малого підприємництва варіативність інструментарію регуляторної політики ще на порядок зростає.

Відтак, на нашу думку, певні обмеження щодо кількісно-якісного складу інструментів державної регуляторної політики лише звужуватимуть можливості державного регулювання, тому доречніше вести мову про склад інструментів, сформованих у відповідності до певної логіки (класифікації).

Беззаперечно, що використовувані класифікаційні ознаки та їх послідовність також відіграють неабияку роль. Зокрема, в першу чергу потрібно врахувати нормативно-процедурний або ж інституційно-технологічний аспект. Тобто в процесі провадження регуляторної політики її суб'єкти (органи влади та місцевого самоврядування, спеціалізований державний орган в цій сфері та ін.) зобов'язані дотримуватися визначеної і законодавчо врегульованої послідовності. Кожен з етапів та заходів такого алгоритму фактично й слугує відповідним інструментом. Так, базовими з них є інструменти планування, аналізу, підготовки, оприлюднення, погодження, відстеження результативності регуляторних актів, що реалізуються, у послідовності та відповідності до алгоритму, наведеного на рис. 1.

Як вже зазначалося вище, попри реалізацію безпосередніх інституційно-технологічних завдань регуляторна політика важлива й у контексті планування і забезпечення соціально-економічного розвитку територій, галузей економіки та видів економічної діяльності.

Відтак в її арсеналі повинні бути передбаченими й функціональні інструменти.

У відповідності до теоретико-методичних напрацювань у цій сфері [2; 7; 4] до таких інструментів, як правило, відносять макроекономічний (орієнтований на створення сприятливого економіко-правового середовища бізнесу), фінансово-ресурсний (передбачає формування необхідного фінансового і ресурсного забезпечення функціонування та розвитку суб'єктів підприємницького сектора), техніко-технологічний (стосується підвищення рівня доступності сучасних техніки та технологій для організації виробничої, торговельної та іншої діяльності), інтелектуально-кадровий (пов'язаний з підготовкою кадрового ресурсу для бізнесу та його інтелектуального капіталу), інвестиційно-інноваційний (орієнтований на розвиток середовища інвестиційної та інноваційної діяльності), інформаційно-комунікаційний (пов'язаний з розвитком цифрової економіки та впровадженням в бізнес інформаційно-комунікаційних технологій), ін.

Немаловажною є й роль регуляторної політики в контексті реалізації структурних реформ у національній економіці. До слова: розвиток, зміцнення конкурентоспроможності, реалізація потенціалу та ролі малого підприємництва у системі національного господарства завжди відносилися до ключових завдань структурної економічної політики. Зреалізувати ці та інші завдання значно легше із застосуванням відповідних інструментів в рамках регуляторної політики. Це, до прикладу, грантове бюджетування, субсидування, зовнішньоторговельний протекціонізм, фінансово-кредитна підтримка і допомога, розподіл та перерозподіл фінансових

ресурсів, напрямів фінансування відповідних секторів національної економіки, організація приватно-публічного інвестування, сприяння в залученні інноваційно-технологічного забезпечення, різного роду інституціоналізаційні засоби.

Застосування інструментів регуляторної політики в таких цілях скеровується на зміну, удосконалення чи покращення ключових структурних

характеристик в економіці для зміцнення її конкурентоспроможності. Як правило, увага передусім приділяється: зростанню підприємницького сектора, нарощуванню інновацій та продуктивних інвестицій, розвитку базових видів економічної діяльності, нарощуванню виробничих потужностей з продукування продукції із значним вмістом доданої вартості і т. ін.

Державні органи влади та місцевого самоврядування

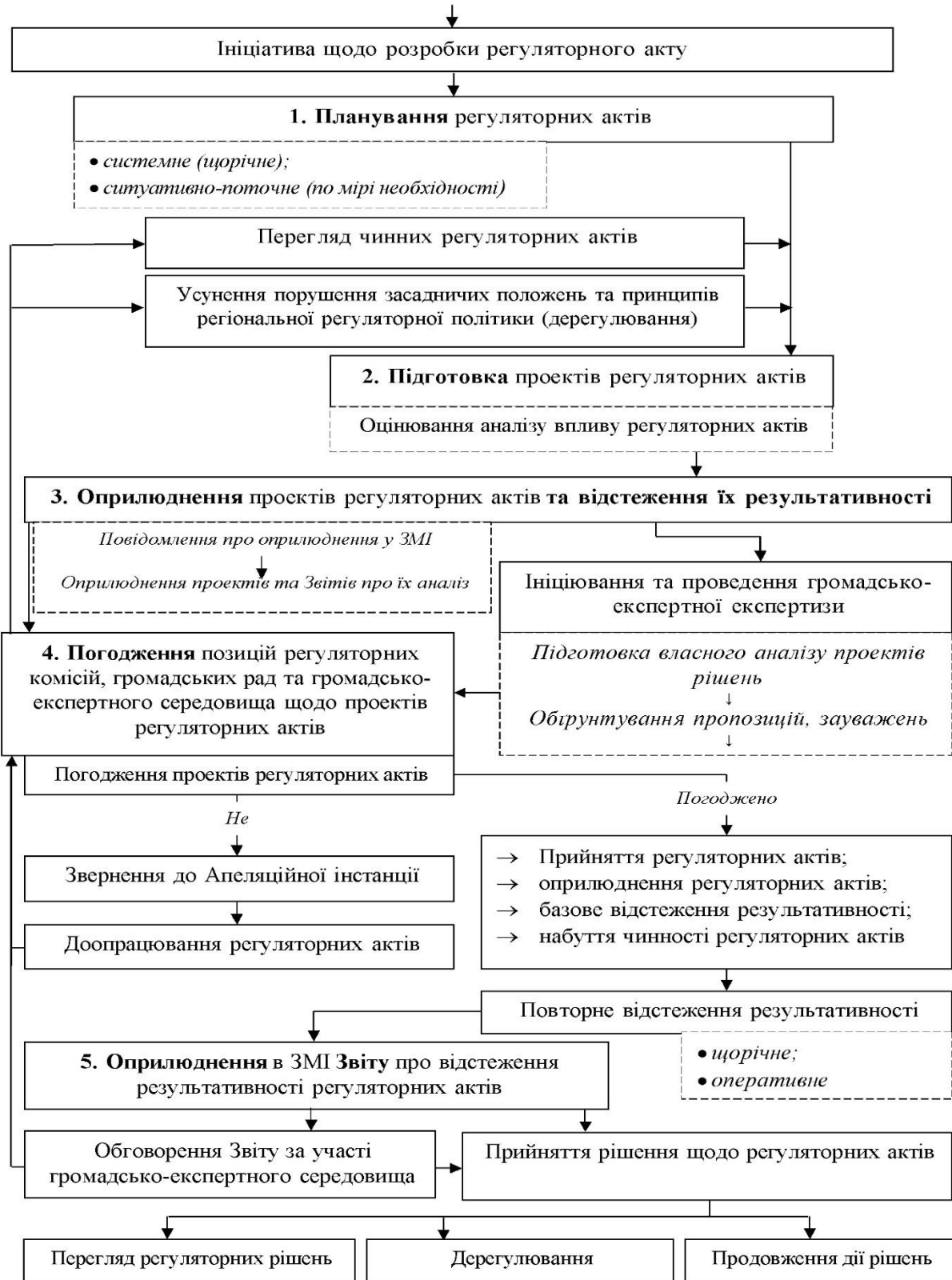


Рис. 1. Послідовність організаційної процедури реалізації регуляторної політики (узагальнено автором)

Не відкидаємо також доцільності врахування безпосередніх управлінських інструментів, місце яких в структурі регуляторної політики держави об'єктивно природне. Адже прогалини в цій частині діяльності можуть стати критичними прорахунками в процесі державного управління розвитком як важливих макроекономічних складових, так і поступу сектора малого підприємництва.

Йдеться про інструменти – функції державної політики як-от – аналіз, діагностика та моніторинг, планування, організація, мотивація, контроль та ін.

В будь-якому разі, навіть за прийняття найбільш правильних і виважених управлінських рішень, державна політика може втратити свою ефективність за умови, якщо не буде сформовано якісної системи інституційного та організаційного базису управління. Йдеться про аспекти державної і недержавної організаційно-управлінської системи, що скеровуватиме всі процеси у правильному руслі, ініціюватиме заходи державного регулювання та здійснюватиме контроль за розвитком ситуації, а також інституційно-інфраструктурного забезпечення, без якого навіть найбільш успішні реформи не можуть мати стратегічних довгострокових наслідків.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, для забезпечення соціально-економічного розвитку територій, галузей економіки та видів економічної діяльності необхідним стає впровадження і використання таких інструментів, як організаційно-управлінський, реалізації стратегічних національних (та місцевих) проєктів, інфраструктурний, міжгалузевої співпраці, міжсуб'єктного партнерства, локальної інтеграції. Імплементация цих інструментів дозволяє сформувати повноцінне середовище становлення і розвитку малого бізнесу, а також потенціалу реалізації регуляторної політики держави.

Додамо і те, що державне регулювання розвитку малого підприємництва є окремим самостійним напрямом державного управління економікою. Відтак у системі інструментів державної регуляторної політики в цій сфері слід відвести належне місце секторально-спеціалізованим інструментам. Це в першу чергу інструменти стратегування і програмування розвитку цього сектора економіки, фінансово-ресурсної підтримки активізації підприємницької діяльності, покращення інфраструктурного середовища малого підприємництва, формування якісного соціально-психологічного клімату для приватного бізнесу, а також фінансово-економічної безпеки підприємництва.

На наше переконання, саме комплексний і системний підхід до бачення та імплементации інструментів державної регуляторної політики в сфері розвитку малого підприємництва є найбільш доречним. В іншому випадку регуляторна політика у цій сфері може набути ознак непропорційності та незбалансованості.

Підсумовуючи теоретико-методичні засади складу інструментів регуляторної політики, потрібно вказати на те, що якість і ефективність

державної політики в тій чи іншій сфері в значній мірі залежить від чіткого та повноцінного розуміння об'єкта і предмета регулювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Горобінська І. В. Механізм реалізації державної регуляторної політики в сфері транспортної діяльності / І. В. Горобінська // Вісник Національного транспортного університету. – 2011. – № 24 (1). – С. 232-236.

2. Васильців Т. Г. Формування середовища економічної безпеки підприємництва в Україні / Васильців Т. Г. // Економічний часопис-XXI : Науковий журнал. – К. : Ін-т суспільної трансформації. – 2015. – № 3-4 (1). – С. 24-27.

3. Деякі питання державної регуляторної служби України. Постанова Кабінету Міністрів України № 724 від 24.12.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.drs.gov.ua/polozhennya-pro-sluzhbu/>.

4. Кампо Г. М. Методичний підхід до вимірювання розвитку малого бізнесу в містах і районах регіону / Кампо Г. М. // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 6 (84). – С. 169-179.

5. Мордвінов О. Г. Досвід формування механізму регуляторної політики в США та можливості застосування його в Україні / О. Г. Мордвінов, М. А. Погрібняк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/PORTAL/Soc_Gum/Ptdu/2011_2/files/PD211_28.pdf.

6. Погрібняк М. А. Механізм державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / Погрібняк М. А.; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2008. – 20 с.

7. Регуляторна політика як інструмент боротьби з корупцією. Конспект лекцій / [за ред. Д. В. Ляпіна та К. М. Ляпіної]. – К. : Ін-т Конкурентного Суспільства, 2007. – 228 с.

8. Степаненко С. В. Визначення основних засад регуляторного втручання в економіку залежно від функцій держави в реалізації цілей суспільного розвитку / С. В. Степаненко // Актуальні проблеми державного управління. – 2013. – № 1 (43). – С. 147-152.

REFERENCES

1. Horobins'ka, I. V. (2011), Mekhanizm realizatsii derzhavnoi rehuliatornoj polityky v sferi transportnoj diial'nosti, Visnyk Natsional'noho transportnoho universytetu, № 24 (1), s. 232-236.

2. Vasylytsiv, T. H. (2015), Formuvannia seredovyscha ekonomichnoi bezpeky pidpriemnytstva v Ukraini, Ekonomichnyj chasopys-XXI : Naukovyj zhurnal., In-t suspil'noi transformatsii, K., № 3-4 (1), s. 24-27.

3. Deiaki pytannia derzhavnoi rehuliatornoj sluzhby Ukrainy. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy № 724 vid 24.12.2014 r., available at : <http://www.drs.gov.ua/polozhennya-pro-sluzhbu/>.

4. Кампо, Н. М. (2008), *Metodychnyj pidkhid do vymiriuvannia rozvytku maloho biznesu v mistakh i rajonakh rehionu, Aktual'ni problemy ekonomiky*, № 6 (84), s. 169-179.

5. Mordvinov, O. H. and Pohribniak, M. A. *Dosvid formuvannia mekhanizmu rehuliatornoj polityky v SShA ta mozhyvosti zastosuvannia joho v Ukraini*, available at : http://www.nbu.gov.ua/PORTAL-/Soc_Gum/Ptdu/2011_2/files/PD211_28.pdf.

6. Pohribniak, M. A. (2008), *Mekhanizm derzhavnoi rehuliatornoj polityky u sferi hospodars'koi diial'nosti : avtoref. dys. ... kand. nauk z derzh. upr. : 25.00.02 ; Klasych. pryvat. un-t, Zaporizhzhia*, 20 s.

7. *Rehuliatorna polityka iak instrument borot'by z koruptsiieiu. Konspekt leksij, za red. D. V. Liapina ta*

K. M. Liapinoi (2007), In-t Konkurentnoho Suspil'stva, K., 228 s.

8. Stepanenko, S. V. (2013), *Vyznachennia osnovnykh zasad rehuliatornoho vtruchannia v ekonomiku zalezho vid funktsij derzhavy v realizatsii tsilej suspil'noho rozvytku, Aktual'ni problemy derzhavnoho upravlinnia*, № 1 (43), s. 147-152.

Стаття надійшла до редакції 13 лютого 2019 р.

УДК 338.484

Семак Б. Б.,

ORCID ID: 0000-0003-2198-3790, Researcher ID: E-7511-2019,

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

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ

Анотація. У статті досліджено проблеми запровадження інновацій з метою формування ефективних маркетингових стратегій просування туристичних продуктів для іноземних туристів. Встановлено, що розробка ефективної стратегії просування туристичних продуктів для іноземних споживачів є однією з ключових проблем, котра потребує вирішення менеджерами з маркетингу туристичних підприємств в Україні, оскільки лише якісних продуктів, доступних цін та розвинутої туристичної інфраструктури у сучасних ринкових умовах буде недостатньо для завоювання стійких конкурентних переваг. Внаслідок здійснених досліджень було встановлено, що маркетингові стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів в умовах сучасної кон'юнктури вітчизняного туристичного ринку повинні формуватися на інноваційних засадах, оскільки традиційні інструменти просування, такі як реклама та PR, не завжди забезпечують очікуваний ефект. Зроблено висновок та доведено, що саме через добре сплановані, організовані та практично реалізовані інноваційні програми просування можна суттєво активізувати потоки в'їзного туризму до України.

Ключові слова: туристичний продукт, маркетинг, стратегія просування, іноземні туристи.

Semak B. B.,

ORCID ID: 0000-0003-2198-3790, Researcher ID: E-7511-2019,

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

FORMATION OF MARKETING STRATEGY FOR PROMOTING TOURIST PRODUCTS FOR FOREIGN TOURISTS

Abstract. The article investigates the problems of innovations introduction in order to form effective marketing strategies for promotion of tourist products for foreign tourists. It is determined that the development of an effective strategy for promotion of tourist products for foreign consumers is one of the key issues that needs to be solved by marketing managers of tourist enterprises in Ukraine, since only high-quality products, affordable prices and developed tourist infrastructure in modern market conditions will not be enough to achieve sustainable competitive advantages. As a result of the research, it was found that marketing strategies for the promotion of tourist products for foreign tourists in the current state of the domestic tourist market should be developed on an innovative basis, since traditional promotion tools such as advertising and PR do not always provide the expected effect. It is concluded and proved that through well-planned, organized and practically implemented innovative promotion programs the flows of inbound tourism to Ukraine can be significantly intensified.

Key words: tourist product, marketing, promotion strategy, foreign tourists.

JEL Classification: M30; L83; O10

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-03>

Постановка проблеми. В умовах глобалізації світової економіки та інтенсифікації конкурентної боротьби між виробниками товарів і послуг із різних країн виникла необхідність застосування

ефективних інструментів управління маркетингом для залучення необхідних ресурсів. Враховуючи той факт, що здобути конкурентні переваги у сфері виробництва стає дедалі важче, все більша кількість

господарюючих суб'єктів у різних країнах світу звертають увагу на сферу послуг. До таких послуг, котрі активно розвиваються в останні декілька десятиків років, можна віднести туристичні послуги. Туризм перетворився в одну з найдинамічніших галузей світової економіки, а кількість суб'єктів світового туристичного ринку щорічно зростає. За таких умов територія країни або її окремі локації стають туристичними продуктами, котрі необхідно активно просувати для внутрішніх та зовнішніх споживачів. Розробка ефективної стратегії просування туристичних продуктів для іноземних споживачів є однією з ключових проблем, котра потребує вирішення менеджерами з маркетингу туристичних підприємств в Україні, оскільки лише якісних продуктів, доступних цін та розвинутої туристичної інфраструктури у сучасних умовах буде недостатньо для завоювання стійких конкурентних переваг на цьому ринку. Вирішення цієї проблеми важко собі уявити без проведення маркетингових досліджень, на основі аналізу результатів яких мають бути обрані оптимальні інструменти просування туристичних продуктів для конкретних цільових груп споживачів із різних країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перспективність і актуальність використання інструментів маркетингу для ефективного просування туристичних продуктів та дестинацій активно обговорюється не тільки в наукових колах, але й в середовищі практиків. Проблемам маркетингу та, зокрема просування туристичних продуктів і дестинацій, присвячені праці цілого ряду відомих зарубіжних та вітчизняних авторів, таких як С. Долнікар, Д. Мартін, Р. Нунку, Х. Рамкісун, Л. Арва, К. Джонсон, Н. Рей, Р. Кумар, Д. Гілберт, Д. Джефріз, М. Клівер, А. Сеатон, О. Коль, М. Барна,

Д. Басюк, Г. Заячківська, М. Мальська, Н. Мандюк, О. Кирилова, М. Пальчук, Н. Данько, Ю. Чаплінський, однак у працях згаданих вчених не завжди детально розглядаються питання вибору ефективних інструментів просування у сфері маркетингу туристичних послуг саме для іноземних туристів.

Постановка завдання. Туристична галузь активно розвивається в Україні і має всі шанси стати одним із локомотивів подальшого зростання вітчизняної економіки. Незважаючи на значні здобутки останніх років та щорічно зростаючу кількість іноземних туристів, потенціал вітчизняного туристичного ринку в сегменті в'їзного туризму залишається нереалізованим. Для забезпечення результативності маркетингових заходів на туристичному ринку великого значення набуває вибір інноваційної стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів. З цієї точки зору основним завданням даного дослідження є вивчення оптимальних підходів до формування маркетингової стратегії просування з метою визначення та наукового обґрунтування найбільш ефективних на даний час інструментів просування туристичних продуктів у сфері в'їзного туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристична галузь активно розвивається у світі і її вплив на глобальну економіку з кожним роком посилюється (рис. 1). Загальний внесок індустрії туризму і подорожей у глобальну економіку станом на кінець 2017 року склав 8,27 трлн\$, а прямий внесок становив 2,57 трлн\$ [1]. Тенденція зростання внеску туризму у глобальну економіку швидше за все збережеться у найближчі роки перш за все за рахунок активного розвитку "нових" туристичних ринків, до переліку котрих можна віднести і Україну.

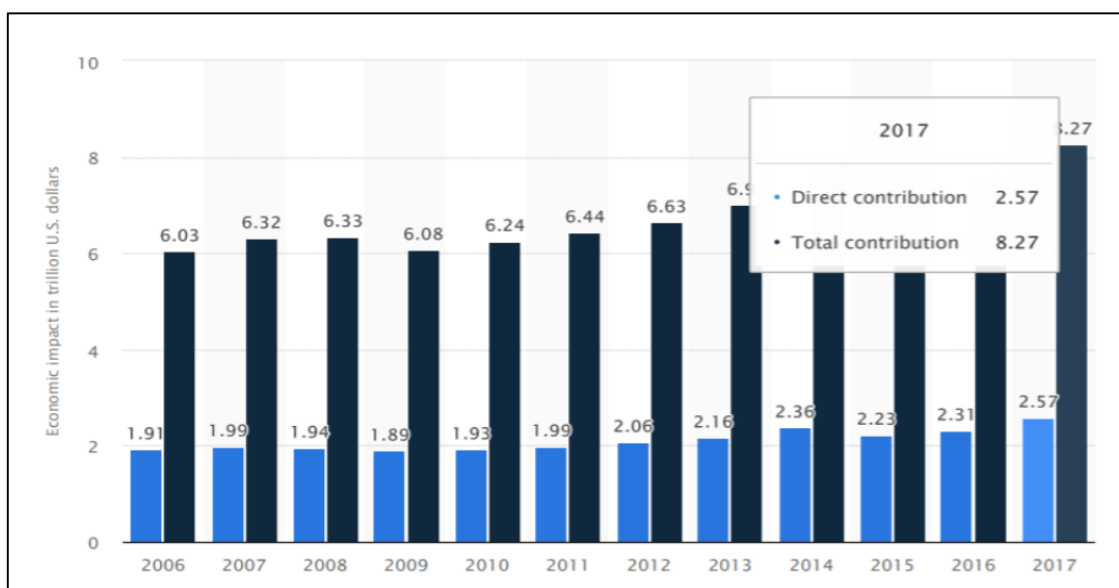


Рис. 1. Динаміка показників прямого і загального економічного внеску подорожей і туризму в глобальну економіку з 2006 по 2017 рік (трлн\$)

Джерело: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/>

Загальносвітова тенденція зростання економічного впливу туристичного ринку мала прямий стосунок і до нашої країни, котра обрала ринковий вектор розвитку своєї економіки. Згідно з даними Світового Банку зростання витрат громадян України на міжнародний туризм та подорожі за кордон у 2017 році сягнуло рекордної позначки у 7,5 млрд\$ і перевищило показник 1995 року (210,0 млн\$) майже у 36 разів [2].

Результати проведеного Ю. Чаплінським дослідження виявили, що у сучасних умовах ефективність діяльності вітчизняних туристичних підприємств буде безпосередньо залежати від їхніх взаємовідносин із іншими суб'єктами ринку, що передбачає використання як пріоритетної концепції маркетингового менеджменту саме концепції маркетингу взаємовідносин.

Доведено, що необхідність використання маркетингу взаємовідносин підприємствами туристичної індустрії ґрунтується на [3]:

- високому рівні конкуренції на туристичному ринку;
- відносній однорідності туристичних продуктів, що реалізуються туристичними підприємствами;
- періодичності придбання туристичної послуги;
- комплексності туристичного продукту;

- необхідності формування постійного сегмента споживачів;
- пріоритетності використання новітніх маркетингових технологій.

У науковій та навчальній літературі можна побачити велику кількість визначень, котрі у той чи інший спосіб окреслюють сутність та завдання маркетингових стратегій просування у сфері туризму. На наш погляд, просування туристичного продукту – це поєднання різних заходів та інструментів комунікації з цільовими споживачами туристичних послуг та іншими учасниками туристичного ринку з метою забезпечення ефективного продажу різних видів туристичних продуктів. Туристичні продукти можна просувати через організацію рекламних кампаній, через персональних туристичних брокерів, участь у спеціалізованих виставках, туристичних ярмарках, організацію туристичних інформаційних центрів, видання каталогів, буклетів та з широким використанням ресурсів Інтернету. Таким чином, основним завданням стратегії просування на туристичному ринку є проведення різних видів діяльності по доведенню інформації про переваги продукту до потенційних туристів і стимулювання виникнення у них бажання його придбати. Практична реалізація стратегії повинна відбуватися через відповідний механізм, сформований із послідовних та взаємозалежних етапів (рис. 2).



Рис. 2. Механізм реалізації стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів

Просування є необхідною складовою комплексу маркетингу, котрий формується туристичним підприємством з врахуванням поточної та перспективної кон'юнктури туристичного ринку. Однак маркетингова функція просування, навіть за умов її ефективного виконання та вдалого поєднання з іншими складовими комплексу маркетингу, не завжди забезпечує комерційний успіх для туристичних підприємств і, відповідно, пропонованими туристичними продуктами. Попри очевидні успіхи туристичної галузі України та поширення практики застосування інструментів просування, як і раніше, незмінними залишаються деякі чинники, котрі стримують розвиток в'їзного туризму в Україні:

- нерозвинена туристична інфраструктура, недостатній фонд номерів у дво- та тризіркових готелях, низький рівень комфорту та відсутність швидкісного Інтернету в номерах;

- відсутність доступних кредитних ресурсів та сприятливих економічних умов для інвестицій у засоби розміщення туристів та іншу туристичну інфраструктуру;

- невисока якість обслуговування у багатьох сегментах туристичного ринку через низький рівень підготовки кадрів, відсутність практичного досвіду кроскультурного спілкування та незнання іноземних мов, у першу чергу англійської;

- невідповідність між встановленими цінами та фактичною якістю туристичних продуктів у порівнянні з аналогічними пропозиціями у країнах із високим рівнем розвитку туристичного ринку.

Проаналізувавши ряд наукових джерел, ми встановили, що недостатньо дослідженими залишаються окремі проблеми розробки маркетингових стратегій просування туристичних продуктів для іноземних туристів на вітчизняному ринку. Однією з таких проблем стало усвідомлення учасниками вітчизняного туристичного ринку того факту, що традиційні інструменти просування, такі як реклама чи стимулювання збуту, не завжди забезпечують ефективний зворотний зв'язок з боку іноземних цільових аудиторій, на котрі вони були спрямовані. На наш погляд, вирішення цієї проблеми лежить у площині розробки та практичного застосування інноваційних стратегій просування, які формуються внаслідок інноваційного розвитку сфери туризму загалом та новітніх інформаційних технологій, окремі з яких успішно запроваджуються на вітчизняному туристичному ринку.

Інновації в туристичній галузі необхідно розглядати як системні заходи, які мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень, забезпечуючи її стійке функціонування і подальший розвиток. У реаліях сучасного вітчизняного туризму інновація не є чимось випадковим, а об'єктивно обумовленою вимогою часу. Впровадження новітніх інформаційних технологій та поява нових туристичних продуктів є обов'язковою умовою виживання на висококонкурентному ринку. Радикальні зміни у сфері туризму стали особливо помітними з появою нових інформаційних технологій, які впродовж останніх двох десятиріч спричинили

величезний вплив на розвиток туристичної галузі. Становлення цих технологій вплинуло на появу нових форм виробництва туристичного продукту, а також спричинило переформатування організаційних структур туристичних підприємств. На сьогоднішній день навіть країни з давніми традиціями та великим досвідом розвитку індустрії гостинності стикаються з гострою необхідністю впровадження нових підходів до ведення туристичного бізнесу.

Одним із ключових напрямів запровадження інновацій у сфері просування туристичних продуктів стало широке застосування інтернет-технологій. Створення потужних комп'ютерних систем бронювання засобів розміщення і транспорту, екскурсійного та культурно-оздоровчого обслуговування, інформація про наявність і доступність тих чи інших турів, маршрутів, туристичного потенціалу країн і конкретних дестинацій – усі ці напрями діяльності стали невід'ємною складовою організації поточної і перспективної діяльності туристичних компаній.

Новітні інформаційні технології відкривають небачені раніше можливості для просування туристичних продуктів при мінімальних витратах фінансових ресурсів. У такій ситуації конкуренція у сфері застосування інструментів просування на туристичному ринку матиме тенденцію до посилення, оскільки скористатися перевагами нових технологій мають можливість усі учасники цього ринку. При відносно невеликих капіталовкладеннях у мережі можна розмістити значні обсяги корисної інформації про туристичну компанію, її продукти і послуги, умови роботи з туристами та цінову політику. Для туристичних компаній вирішальне значення має своєчасність і точність інформації, котра отримується або ж відправляється, тому електронна пошта – найпопулярніша послуга Інтернету – набула широкого поширення у туристичному бізнесі. Електронну пошту використовують для обміну різними видами інформації (тексти, зображення) з партнерами по бізнесу та клієнтами. Дана послуга дозволяє багаторазово знизити витрати на телефонний зв'язок і забезпечити високу швидкість передачі інформації, що нині має принципово важливе значення для організації туристичного бізнесу. Не менше нових можливостей створюють інформаційні технології і для реклами, котру з успіхом можна розповсюджувати в Інтернеті, використовуючи власний сайт, сторінку в популярній соціальній мережі, канал на відеохостингу чи блогерську платформу. Завдяки можливостям Інтернету така інформація стає доступною мільйонам людей у різних країнах світу, що принципово важливо для успішної організації та спрямування міжнародних туристичних потоків.

Варто звернути увагу і на той факт, що окремі представники туристичного бізнесу розглядають новітні інформаційні технології не як велике благо, а швидше як загрозу для його майбутнього. Розвиток онлайн-систем бронювання готелів, авіаквитків та інших складових туристичного туру відкриває широкі можливості для всіх охочих самостійно організувати свій відпочинок, не

вдаючись до послуг туристичних компаній та їхніх численних посередників. Уже сьогодні багато інтернет-користувачів можуть самостійно і без проблем з домашніх комп'ютерів чи смартфонів не тільки переглядати й обирати, але й бронювати всі ключові складові туру (готелі, авіаквитки, екскурсії, трансфери). Внаслідок цього конкуренція за споживача на ринку тільки посилюється, а вимоги до ефективності програм просування туристичних продуктів зростають.

У сучасних умовах просування туристичного продукту для туристів із інших країн неможливо собі уявити без наявності візуально привабливих та інформаційно насичених веб-сайтів в Інтернеті. Менеджери вітчизняних туристичних компаній це чудово розуміють, адже такий сайт - це часто перше, що побачить потенційний турист з-за кордону, котрий до того моменту, можливо, жодного разу в Україні не був. Тому інтерфейс сайту має бути зрозумілим для користувача з-за кордону та продубльований декількома іноземними мовами. Просування туристичного продукту через власний веб-сайт має цілий ряд переваг над традиційною рекламою чи стимулюванням збуту і ці переваги найбільше проявляються саме у роботі з іноземними споживачами туристичних послуг. До таких переваг можна віднести:

- налагодження первинного контакту з цільовою аудиторією за кордоном та формування початкової зацікавленості в отриманні інформації;
- надання актуальної та детальної інформації про всі ключові аспекти туристичного обслуговування в Україні;
- забезпечення цілодобового інформаційного обслуговування та необмежений у часі доступ до сайту для іноземних туристів;
- можливість інтерактивної взаємодії з іноземними туристами та отримання зворотного зв'язку від них;
- отримання важливої статистичної інформації через аналіз кількості відвідувань сайту, відгуків іноземних туристів та результатів заповнення ними on-line анкет.

При реалізації маркетингової стратегії просування, попри застосування інноваційних інструментів, ключова роль відводиться якості інформації, яка надалі спрямовується до іноземних туристів, котрі схильні обирати приймаючі центри переважно на основі аналізу отриманих даних. Більшість сучасних туристів, громадянами якої б країни вони не були, чудово вміють використовувати системи онлайн-бронювання та пошуку. Сучасна стратегія просування туристичного продукту в Інтернеті повинна бути спрямована на організацію такого механізму пошуку, щоб клієнт мав можливість самостійно обирати маршрут і планувати поїздку. Розміщення на сайті інформативних та добре проілюстрованих брошур із описами популярних маршрутів, а також актуальних цін на різні послуги може спонукати іноземних туристів до рішення придбати певний тур.

Проведене нами дослідження основних інструментів просування туристичних продуктів дозволяє

зробити висновок, що більшість цих інструментів вже стали традиційними для індустрії гостинності і їх важко назвати справді інноваційними. На наш погляд, інновації в сфері просування у сфері туризму нині стосуються не стільки вибору тих чи інших інструментів, а швидше креативних та нетрадиційних способів їх практичного застосування. Власне креативність сьогодні і визначає інноваційність стратегій просування в туризмі.

Досліджуючи сучасні тенденції у формуванні стратегій просування, ми встановили, що все більше вітчизняних туристичних компаній просувають свої продукти та послуги нетрадиційними та творчими способами комунікації, які виявляються більш ефективними за наслідками впливу на цільові аудиторії за кордоном. Ці нетрадиційні способи просування відкривають багато нових можливостей перед операторами вітчизняного туристичного бізнесу, оскільки, за даними Google, більшість споживачів туристичних продуктів не є насправді орієнтованими на якісь конкретні бренди у момент вибору туристичних дестинацій. Наприклад, 78 % мандрівників на етапі планування подорожі не знають, з якою авіакомпанією вони будуть подорожувати, а 82 % заздалегідь не уявляють, у якому готелі будуть проживати [4].

Підсумовуючи проведені нами дослідження, ми визначили ряд заходів, виконання яких сприятиме підвищенню ефективності маркетингової стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів.

1. Створення детального маркетингового плану для туристичної дестинації. Це дасть змогу кроком кроком розкрити увесь потенціал туристичної дестинації та сформуванню ефективну стратегію її просування із застосуванням обраних інструментів. Незважаючи на очевидну необхідність здійснення цього заходу, не всі вітчизняні туристичні компанії практикують маркетингове планування, а без нього успішно реалізувати будь-яку маркетингову стратегію, у тому числі стратегію просування, не вдасться. Незважаючи на те, що такі поняття, як "план маркетингу" і "креативна маркетингова ідея", не завжди поєднуються на практиці, план є основою для проведення всіх маркетингових заходів.

2. Просування туристичних продуктів через авторитетних у мережі Інтернет осіб. Залучення до співпраці туристичних блогерів, ютуберів, "зірок" Інстаграму як способу просування власних туристичних продуктів набуває все більшого поширення на практиці. Фактично ці люди формують у мережі із своєї особистості персональний бренд, навколо якого групується певна кількість послідовників (фоловерів). Думки та судження такої особистості часто є визначальними для сотень, тисяч або навіть мільйонів читачів чи глядачів. Наприклад, готель може запропонувати відомому ютуберу безкоштовний відпочинок у номері класу "люкс", а натомість попросити відзняти короткий відеоролик про переваги готелю та прилеглої до нього території і розмістити цей ролик на його популярному YouTube каналі.

3. Розміщення в Інтернеті інформативного та добре ілюстрованого путівника про дестинацію. Туристи є основою всієї індустрії туризму, тому увесь туристичний маркетинг повинен бути зосереджений навколо їхніх потреб і вимог. Багато іноземних туристів відвідують Україну вперше і знають про країну мало, тому професійно сформований та доступний на сайті туристичної компанії путівник буде дуже доречним. У путівнику необхідно запропонувати туристам багато ідей для занять і місця для перегляду, а також будь-яку корисну інформацію, котра характеризує переваги конкретної дестинації або дестинацій. Цікавою ідеєю буде рубрика у путівнику під назвою “Місцеві люди радять”, наприклад стосовно закладів харчування та визначних пам’яток архітектури. У друкованому виконанні путівник необхідно демонструвати та безкоштовно розповсюджувати в офісі компанії, на туристичних виставках, ярмарках та інших заходах.

4. Створення дискусійної платформи навколо сторінки компанії у Facebook. Іноземні туристи, які планують відвідати певну дестинацію, швидше за все матимуть багато питань, на які їм потрібно відповісти, перш ніж вони приймуть рішення приїхати до України. Тому дієвий спосіб оптимізувати програму просування туристичного продукту – створити платформу для обговорення навколо сторінки туристичної компанії у Facebook. Перевага цього підходу полягає в тому, що замість того, щоб розглядати скарги туристів, представник туристичної компанії буде відповідати на їхні запитання, котрі стосуються конкретної дестинації, швидко та інформативно. Спілкування з туристами у режимі “питання-відповідь” сприятиме формуванню довіри потенційних клієнтів, що особливо важливо у туристичному бізнесі.

5. Накопичення контенту, створеного клієнтами про продукт чи дестинацію, та просування його в мережі. Багато туристів перед початком подорожі шукають в Інтернеті контент, із якого можна дізнатися про досвід відвідування певної дестинації іншими туристами, особливо співвітчизниками. Для значної кількості туристів важливими є реальні приклади з життя та подорожей інших мандрівників, які вже скористалися певним продуктом або відвідали конкретний пункт призначення. Туристи часто за власною ініціативою поширюють інформацію про певні дестинації на ресурсах Інтернету. Якщо компанія планує поширити створений клієнтом контент на власному ресурсі, від клієнта треба отримати дозвіл на таке поширення.

6. Фокусування маркетингової стратегії просування продукту на потребах конкретного сегмента туристичного ринку. Однією з найважливіших складових будь-якої стратегії просування є чітке визначення характеристик цільової аудиторії, на котру буде ця стратегія сфокусована. Цілком очевидно, що подорожуючі молоді пари, сім’ї з дітьми, пенсіонери та самотні мандрівники, котрі подорожують автостопом, висуватимуть різні вимоги до одного і того ж туристичного продукту та його якості. З врахуванням цього факту необхідно вносити корективи і в маркетингову стратегію просування.

7. Максимальне використання можливостей та переваг мобільних пристроїв для просування туристичних продуктів. Сімдесят п’ять відсотків покоління, котре народилося на зламі XX і XXI століть, вважають для себе за краще надіслати через Viber чи Telegram повідомлення, ніж зателефонувати, і витрачають більше часу на свої смартфони, ніж на всі інші технічні пристрої разом взяті. Вони також подорожують частіше за кордон, ніж будь-яке інше покоління [5]. Однак мобільними пристроями нині активно користуються не тільки молоді туристи, тому сайти туристичних компаній повинні бути обов’язково оптимізовані для потреб користувачів мобільних пристроїв, а це означає наявність легкої навігації, швидкого завантаження контенту та функціонального інтерфейсу.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Враховуючи притаманні на даний час вітчизняному туристичному ринку проблеми, у першу чергу недосконалість його інфраструктури, невідповідність у багатьох випадках ціни та якості вітчизняних туристичних продуктів, часто недостатній рівень кваліфікації туристичного персоналу та наявність театру воєнних дій на нашій території, ми виявили, що для успішного вирішення цих проблем менеджери вітчизняних туристичних підприємств повинні приділяти значно більше уваги плануванню та проведенню ефективних заходів для активізації візного туризму до України. Внаслідок здійснених нами досліджень було встановлено, що маркетингові стратегії просування туристичних продуктів для іноземних туристів в умовах сучасної кон’юнктури вітчизняного туристичного ринку повинні формуватися на інноваційних засадах, оскільки традиційні інструменти просування, такі як реклама та PR, не завжди забезпечують очікуваний результат. Саме через добре сплановані, організовані та практично реалізовані інноваційні програми просування можна суттєво активізувати потоки візного туризму до нашої країни. Нами був зроблений висновок, що для забезпечення ефективності просування вітчизняних туристичних продуктів для іноземних громадян для кожної туристичної дестинації в Україні має бути виписаний детальний маркетинговий план та розроблені доступні в Інтернеті інформативний буклет чи відеоролик, а ще краще і перше, і друге. Для просування вітчизняних туристичних продуктів необхідно залучати авторитетних у мережі Інтернет осіб із різних країн (блогерів, ютуберів, інстаграмерів тощо), а також широко розповсюджувати у мережі контент із актуальним досвідом туристів з інших країн, котрі вже відвідали конкретні дестинації в Україні. Крім цього, важливо, щоб програми просування вітчизняних туристичних продуктів обов’язково враховували специфічні характеристики (демографічні, культурні, економічні, поведінкові та ін.) окремих цільових груп іноземних туристів. Беручи до уваги той факт, що більшість запропонованих нами інноваційних підходів нерозривно пов’язані з комунікаціями в Інтернеті, усі ресурси та розміщена на них інформація для

туристів мають бути оптимізовані для перегляду на мобільних пристроях.

Подальші дослідження у даному напрямі повинні бути спрямовані на розробку нових туристичних продуктів, котрі вітчизняні туристичні підприємства зможуть запропонувати іноземним туристам.

ЛІТЕРАТУРА

1. Direct and total contribution of travel and tourism to the global economy from 2006 to 2017 (in trillion U.S. dollars) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.statista.com/statistics/233223-/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/>.

2. International tourism, expenditures for travel items: Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.TVLX.CD?locations=UA>.

3. Чаплінський Ю. Б. Управління маркетинговою діяльністю туристичних підприємств : автореф. дис. канд. екон. наук: [спец.] 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Чаплінський Юрій Богданович ; КНТЕУ. – К., 2009. – 26 с.

4. I-Want-to-Get-Away Moments: What They Mean for Travel Marketing [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/get-away-moments-travel-marketing/>.

5. 11 Creative Ideas to Market Your Destination [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uhurunetwork.com/tourism-marketing/>.

REFERENCES

1. Direct and total contribution of travel and tourism to the global economy from 2006 to 2017 (in trillion U.S. dollars), available at : <https://www-statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/>.

2. International tourism, expenditures for travel items: Ukraine, available at : <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.TVLX.CD?locations=UA>.

3. Chaplins'kyj Yu. B. (2009), Upravlinnia marketinghovoio diial'nistiu turystychnykh pidpryemstv : avtoref. dys. kand. ekon. nauk: [spets.] 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnia pidpryemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diial'nosti) / Chaplins'kyj Yuriy Bohdanovych ; KNTEU, K., 26 s.

4. I-Want-to-Get-Away Moments: What They Mean for Travel Marketing, available at : <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-resources/micro-moments/get-away-moments-travel-marketing/>.

5. 11 Creative Ideas to Market Your Destination, available at : <https://uhurunetwork.com/tourism-marketing/>.

Стаття надійшла до редакції 22 січня 2019 р.

УДК 338.488.2:640.4

Ощипок І. М.,

ORCID ID: 0000-0002-5427-3376, Researcher ID: F-4641-2019,

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

ПЕРСПЕКТИВА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

Анотація. В секторі готельного господарства розглянуто основні напрямки інвестування, де використовуються як зовнішні, так і внутрішні види надходжень. Віддача від інвестицій можлива тоді, коли отриманими коштами користуються професійно. Для цього слід розуміти, як і які інвестиційні кошти необхідно залучити, які цілі і завдання при цьому переслідуються і які критерії застосування при оцінці доцільності даних інвестицій. Актуальними є і питання пошуку найбільш відчутних шляхів отримання віддачі від інвестицій. Вивчено варіанти вирішення даних питань для сфери готельного бізнесу: аналіз досвіду розробки та впровадження інновацій у готельному бізнесі, інвестиції в управління і франшизу, інвестування в купівлю готельних номерів і апартаментів, інвестиції за рахунок операцій з готельної нерухомості, інвестиції в інформаційні технології та матеріально-технічне забезпечення, підготовку персоналу. Розглянуто оцінку доцільності інвестування і три основних критерії оцінки доцільності інвестицій в готельні системи: досягнення конкурентної переваги; підвищення продуктивності роботи і максимальне використання наявних ресурсів готелю. Запропоновано оцінювати рентабельність інвестицій показником ROI, а також застосовувати модель Дюпона. Інвестиційна діяльність завжди здійснюється в умовах невизначеності, ступінь якої може сильно варіюватися. В момент придбання нових основних засобів ніколи не можна точно передбачити економічний ефект цієї операції. Тому рішення приймаються в основному інтуїтивно. Прийняття рішень інвестиційного характеру, як і будь-якого іншого виду управлінської діяльності, ґрунтується на використанні різних формалізованих і неформалізованих методів. Ступінь їх поєднання визначається різними обставинами. В основу процесу прийняття управлінських рішень інвестиційного характеру покладається оцінка і порівняння обсягу передбачуваних інвестицій і майбутніх грошових надходжень.

Ключові слова: готельний бізнес, інвестиції, віддача, метод.

Oshchypok I. M.,

ORCID ID: 0000-0002-5427-3376, Researcher ID: F-4641-2019,

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

PERSPECTIVE OF INVESTMENT ACTIVITY IN UKRAINE'S HOTEL BUSINESS

Abstract. In the hotel sector, the main directions of investment were considered in which both external and internal types of revenues are used. Return on investment is possible when the funds received are used professionally. For doing this is necessary to understand how and what investment funds need to be involved, what goals and objectives are being pursued, and what criteria are used in assessing the appropriateness of these investments. The question of finding the most tangible ways to get returns on investment is also relevant. Studied options for solving these issues for the hotel business: analysis of experience in developing and introducing innovations in the hotel business, investment in management and franchising, investment in the purchase of hotel rooms and apartments, investment through hotel real estate operations, investment in information technologies and logistics provision as well as personnel training. Considered the appropriateness of investment and the three main criteria for assessing the feasibility of investment in hotel systems: achieving a competitive advantage; increasing productivity and maximum use of available hotel resources. It is proposed to evaluate return on investment using ROI indicator, and also apply the DuPont

model. Investment activity is always carried out in conditions of uncertainty, the degree of which can vary greatly. At the time of the acquisition of new fixed assets, one can never accurately predict the economic effect of this transaction. Therefore, decisions are made mainly intuitively. Making decisions of an investment nature, like any other type of managerial activity, is based on the use of various formalized and non-formalized methods. The degree of their combination is determined by different circumstances. The basis of the process of making managerial decisions on the investment issues relied on the assessment and comparison of the amount of projected investments and future cash receipts.

Key words: hotel business, investment, return, method.

JEL Classification: L23; L80; O21; R15; R21.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-04>

Постановка проблеми. Швидка інтеграція України в світову готельну індустрію пов'язана з виходом на національний ринок міжнародних готельних мереж. Головним фактором, який привертає в Україну закордонні компанії, які займаються готельним бізнесом, залишається низький рівень насичення ринку та високий попит на готельні послуги. На сьогодні в Україні діють готелі під управлінням двох міжнародних готельних операторів – Rezidor Hotel Group (Бельгія) та Hyatt Hotels (США), та турецької мережі Rixos. Також на український готельний ринок бажають ввійти такі міжнародні готельні мережі, як Marriott, Hilton, Hyatt, Sheraton, Holiday Inn, Accor та інші. В Україні є одна національна готельна мережа Premier Hotels, якою керує компанія Premier International Ltd. У склад мережі Premier Hotels входять сім готелів – “Ореанда” в Ялті, “Лондонський” в Одесі, “Стар” в Мукачевому, “Космополіт”, “Аврора” в Харкові, “Прем’єр Палас” у Києві, “Дністер” у Львові. Крім формування першої національної готельної мережі, в останні роки в Україні було зроблено ще декілька заявок на створення управляючих компаній для декількох груп готелів чи на просування готельних марок. Яскраво виражена корпоративна ідентичність готелю “Опера” (м. Київ) дозволяє говорити про існуюче ядро ще однієї потенційної мережі високого рівня. Цей готель входить до складу всесвітньої готельної організації – The Leading Hotels of the World, яка представляє більше 430 готелів у 80 країнах світу, загальний потенціал яких перевищує 80 тис. номерів. The Leading Hotels of the World пропонує членам асоціації глобальну мережу та інфраструктуру продаж і маркетингу під міжнародним брендом. Готелі, які входять до складу асоціації, зберігають неповторний індивідуальний характер, отримуючи усі переваги від приєднання до бренду Leading Hotels.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маючи сприятливе географічне положення для розвитку туризму та готельної індустрії, на сьогоднішній день Україна займає одне з останніх місць у списку європейських країн за кількістю готелів. В Україні на тисячу мешканців припадає у середньому два готельних номери, тоді як у Європі цей показник складає не менше 14-18 [1-6]. Кількість готелів в Україні у порівнянні з визнаними туристичними центрами країн світу незначна. У Великобританії, наприклад, функціонує близько 26 тис. готелів [5]. За даними Держкомстату України, у 2017 р. Кіль-

кість колективних засобів розміщення склала 4115 одиниць [9].

Постановка завдання. В секторі готельного господарства розглянемо кілька напрямків інвестування:

- інвестування будівництва нових та купівля вже побудованих готелів, реконструкція готелів;
- інвестування для купівлі готельних номерів і апартаментів;
- інвестування в управління готелями, в сучасні технології, підготовку персоналу тощо;
- купівля відомого бренду (франшиза).

У перерахованих вище напрямках інвестування використовуються наступні види інвестицій: зовнішні і внутрішні. В якості інвестицій можуть використовуватися і кредитні кошти. У загальному випадку під інвестиціями маємо на увазі не тільки інвестовані кошти (як власні, так і запозичені), але і передані активи (обладнання, технології, товарні знаки). Вирішуючи проблему залучення інвестицій, необхідно проводити досить повний аналіз по використанню інвестиційних коштів і отриманню прибутку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Віддача від інвестицій можлива лише тоді, коли отриманими коштами користуються професійно. Для цього слід розуміти, як і які інвестиційні кошти необхідно залучити, для чого ці кошти залучаються, які цілі і завдання при цьому переслідуються і які критерії застосування при оцінці доцільності даних інвестицій. Актуальними є і питання пошуку найбільш відчутних шляхів отримання віддачі від інвестицій.

Розглянемо варіанти вирішення даних питань для сфери готельного бізнесу. При цьому слід зазначити, що діяльність іноземних компаній у сфері готельного бізнесу в Україні зводиться в основному до трьох форм: управління і, що трапляється значно рідше, – франшиза та прямі інвестиції. Прямі інвестиції використовуються для цілей будівництва і реконструкції готельних комплексів.

Аналіз досвіду розробки та впровадження або використання інновацій у бізнесі показує, що для активізації інноваційної діяльності останнім часом за умов несприятливого зовнішнього впливу слід ретельно оцінювати ефективність інноваційних проєктів, проводити маркетинг нової продукції і послуг, застосовувати нові методи управління та ін. Для активізації інноваційної діяльності пропонується структура механізму реалізації інноваційної політики (рис. 1) [1, 2].



Рис. 1. Структура механізму реалізації інноваційної політики підприємств готельно-ресторанного господарства

Основна причина нестачі готелів – капіталомісткість готельних проєктів. Вкладення в готелі вимагають “довгих” грошей (окупність від п’яти років), тому цей бізнес менш привабливий для девелоперів, ніж будівництво житлових і офісних приміщень. Побудувавши готель, треба платити оренду за землю, за майно, комунікаційні витрати, робити ремонт, оновлювати фонд, платити зарплату. При цьому окупність можлива років через десять. Крім того, готельний ринок є одним з найбільш закритих. Є й інша проблема, яка полягає в тому, що новозбудовані готелі буде просто нерально заповнити. Однак високі темпи зростання доходів на номер, стабільно високе завантаження і сприятлива ринкова кон’юнктура підвищують інтерес інвесторів до готельного ринку, який останнім часом демонструє тенденцію до розширення.

Витрати на реконструкцію будівлі під готель безпосередньо залежать від стану будівлі, але в будь-якому випадку будуть дуже значними. Якщо мова йде про повну реконструкцію з заміною перекриття, то для готелю високого класу (таке будівництво найбільш вигідне інвестору) витрати можуть скласти \$ 5-10 тис. на 1 кв. м. При цьому собівартість обробки й оснащення готелю – це більше 50% витрат на реконструкцію. Для готелю середнього класу витрати на реконструкцію складають від 2 тис. на 1 кв. м. Однак готель, будучи більш капіталомістким проєктом з тривалим терміном окупності, дозволить інвестору мати у власності більш дорогий і перспективний з точки зору майбутньої прибутковості об’єкт. Існує ще кілька проблем, які гальмують розвиток готельного комплексу. Одна з них полягає в тому, що практично всі готелі, які є в Україні, відповідають БНІП 60-70-х років минулого століття, в яких вважається нормою

номер у тризірковому готелі 17 кв. м, а за міжнародними стандартами він повинен бути 26 кв. м. Радянські готелі треба перебудовувати заново, що вимагає досить великих і довгострокових інвестицій. Отримати кошти на реконструкцію готелю досить складно. У регіонах часто доводиться стикатися з тим, що банки й інвестиційні фонди не мають бажання вкладати кошти в готельний бізнес. І це триватиме доти, доки зберігатиметься попит на ринку житла та офісних приміщень. Однак в Україні повинні почати відкриватися спеціальні відділення банків з готельного інвестування.

Інвестування для купівлі готельних номерів і апартаментів широко поширене на Заході, переважно в курортних країнах. Купуючи номер у власність, новий власник не тільки отримує можливість постійного безкоштовного (за винятком готельного сервісу, що, як правило, оплачується власником номера) проживання на території готелю, але і набуває право здавати свій номер в оренду пожиттям готелю. У міжнародній практиці подібні готельні комплекси стали називатися кондомініум-готелі або готеле-співволодіння. Керуючі компанії розробляють спеціальний інвестиційний пакет для клієнтів – програму готельного управління й оренди, яка передбачає наступні типи задачі житлових апартаментів в оренду (довгостроковий контракт на оренду немебльованої кімнати; коротко- або середньостроковий договір на оренду мебльованої кімнати). Дані програми розроблені як для покупців, що розраховують тільки на доходи від інвестицій, так і для тих, хто розглядає житловий комплекс як альтернативу проживання в готелі, і використовуються для залучення фізичних осіб як співінвесторів будівництва готелів.

Інвестиції в управління і франшиза. Зарубіжні готельні оператори часто не бажають вкладати гроші в український бізнес. Для них набагато вигідніше управляти чужою власністю і здавати “в оренду” свій бренд. При цьому більшість іноземців вважають за краще брати в управління готовий об’єкт, отримуючи додатковий прибуток у ході консультацій на передпроектних, проектних, будівельних стадіях. Договори на управління сприяють розширенню готельних мереж без залучення великих інвестиційних вкладень. Іноземні оператори, як правило, не входять до бізнесу, але забезпечують грамотне управління готелем, що дуже важливо, особливо для ексклюзивних, дорогих готелів. При управлінні ризик оператора мінімальний, адже його діяльність не пов’язана з інвестиційною активністю взагалі або її обсяг мінімальний. Всі збитки від основної діяльності, так само як і витрати на будівництво, несе власник готелю. Як правило, підписується договір не тільки на управління, але і на технічний супровід (відповідність марці оператора архітектурних форм будівлі, кадрової політики). В середньому іноземна керуюча компанія (КК) обходиться власникам в 4-8 % від обороту плюс 8-12 % з прибутку.

Однак керуюча компанія не має вирішального голосу в питаннях власності – готель може бути проданий без участі або згоди оператора. Якщо власник готелю не може забезпечити необхідних коштів для реалізації проекту, оператор повинен поступитися своїми інтересами і сприяти забезпеченню відсутніх ресурсів за рахунок залучення зовнішніх позик або власних коштів. А при невиконанні власником готелю своїх зобов’язань оператор може стати співвласником. Оплата професійного управління обходиться власнику готелю дешевше, ніж придбання послуг за договором франчайзингу. При франчайзингу одна сторона надає право діяти від свого імені іншій стороні на основі договору або угоди про придбання ліцензії. Цей вид ділового співробітництва є одним з методів фінансової експансії, що дозволяє збільшити прибуток на інвестований капітал. Мережеві оператори, що вибрали саме цей шлях, можуть розраховувати на гарантоване надходження засобів, хоча і менший дохід, ніж в разі володіння підприємством. Вартість франчайзингу розраховується за індивідуальними графіками і може становити від 1,5 до 5 % з обороту плюс \$ 10-15 за кожне бронювання.

Втім, іноземні оператори не надто охоче продають франшизу через великі побоювання у тому, що інші КК не зможуть підтримувати марку, дотримуючись належного контролю за якістю. За рахунок зниження стандартів обслуговування може постраждати репутація мережі. І це не єдина складність.

Франшиза – один із напрямів розвитку бренду, але в Україні вона працює погано, оскільки в українських готелях надають меншого значення саме дотриманню стандартів. У деяких випадках франшиза одна, керуюча компанія – інша.

Інвестиції за рахунок операцій з готельної нерухомості. Готельна нерухомість періодично стає об’єктом різного роду операцій – операцій купівлі-продажу, злиття, поглинання, фінансування / рефінансування і т.п. Зрозуміло, що дані операції дозволяють залучити інвестиційні кошти для подальшого розвитку готельного бізнесу. Однак для їх проведення потрібно встановити передбачувану ринкову вартість об’єкта, ґрунтуючись на існуючих професійних методах і підходах. В даному питанні слід зазначити, що для оцінки готелю на практиці застосовується один з трьох існуючих способів оцінки: за методом капіталізації доходів, за методом порівняльних продаж і витратний метод. Інші методи оцінки в готельному бізнесі практично не використовуються.

Витратний метод застосовується в основному для нових готелів, він пов’язує передбачувану вартість об’єкта з витратами, необхідними для будівництва або заміщення об’єкта оцінки з урахуванням існуючого зносу.

Метод капіталізації доходів дає найпереконливіші і прийнятні для отримання остаточної вартості готелю висновки, оскільки враховує прогноз доходів і витрат. Прогноз доходів і витрат робиться на щорічній основі і виражається в поточних євро/доларах. Рік стабілізації відображає співвідношення передбачуваних результатів операційної діяльності готелю і циклу економічного життя об’єкта, враховуючи стадії від моменту спорудження до вирівнювання, а потім і зниження кривої, що відображає життєвий цикл готелю. Так, попередня оцінка прибутків і збитків після моменту стабілізації не бере до уваги суттєві зміни кон’юнктури ринку, в результаті яких можуть проводити непередбачені коливання дохідної та видаткової частин готельного балансу.

Інші напрямки інвестування: інвестиції в інформаційні технології та матеріально-технічне забезпечення, підготовку персоналу тощо. Значення матеріально-технічного постачання для готельного підприємства дуже велике. Від його правильної організації багато в чому залежить стан справ на підприємстві, якість обслуговування клієнтів. Іншими словами, це не тільки забезпечує нормальну роботу готелю, але в сукупності з іншими якісними характеристиками її діяльності визначає положення на ринку готельних послуг. Інвестиції в інформаційні технології дозволяють впровадити інноваційні методи управління готелем, які істотно підвищують ефективність роботи готельних комплексів. Професійна підготовка персоналу готелів дозволяє підвищити конкурентоспроможність і прибуток готельного бізнесу.

Оцінка доцільності інвестування. Серед фінансових проблем, що постають перед готельними комплексами, найбільш часто називаються: нестача грошових оборотних коштів, брак фінансових коштів на розвиток готелю і високі витрати, пов’язані з експлуатацією готельних будівель. Для вирішення даних питань використовуються різні види інвестиційних коштів. У фінансовому плані розвитку готелю в розділі Приріст активів

підприємства передбачається обсяг капітальних інвестицій заразом і за їх окремими видами:

- капітальне будівництво;
- придбання основних засобів;
- придбання необоротних і нематеріальних активів;
- модернізація та реконструкція основних засобів;
- приріст оборотних активів;
- довгострокові і фінансові інвестиції.

Крім того, серед джерел формування та надходження коштів виділяються:

- довгострокові і короткострокові кредити банків;
- інші довгострокові фінансові зобов'язання;
- суми одержуваних субсидій, асигнувань з бюджету;
- кошти спеціальних цільових фондів;
- інші джерела.

У загальному випадку можна розглядати три основних критерії оцінки доцільності інвестицій в готельні системи: досягнення конкурентної переваги; підвищення продуктивності роботи і максимальне використання наявних ресурсів готелю.

Конкурентну перевагу можна визначити як досягнення прихильності споживачів при максимізації обсягу продаж в розрахунок на одного гостя. Конкурентна перевага визначається як матеріальними показниками (будівля, оздоблення, меблі, обладнання тощо), так і нематеріальними (бренд-імідж готелю серед різних категорій клієнтів, рівень сервісу в готелі у цілому і індивідуальний підхід до кожного клієнта). Матеріальні показники залежать від інвестицій в будівництво, ремонт, матеріально-технічне забезпечення тощо, а нематеріальні – від інвестицій в засоби автоматизації систем управління, в навчання персоналу, політику просування бренду готелю і т.д. Політика просування бренду готелю дозволяє оптимальним чином позиціонувати готельний продукт для найбільшої віддачі. У загальному випадку технології отримання конкурентної переваги дозволяють більш гнучко і своєчасно реагувати на мінливі умови ринку і швидше формувати нові, які користуються попитом.

Підвищення продуктивності досягається завдяки оптимізації використання ресурсів готелю, економії витрат на обробку даних і більш ефективному здійсненню основних виробничих операцій. При цьому найбільшій віддачі можна очікувати від підвищення правильності прийняття управлінських рішень, що досягається завдяки оптимізації інформації, використовуваної в управлінському процесі. Наприклад, за отримуваними звітами керуючий готелем може більш точно визначити позиціонування готелю, динаміку зміни попиту й особливості переваг гостей, виявити найбільш важливі клієнтів і підготувати для них персоналізовані пропозиції.

Максимальне використання наявних ресурсів, основним з яких є номерний фонд, і правильне управління процесом бронювання дозволить підвищити ефективність роботи готелю. Основними напрямками ефективного використання інвестицій в даному випадку є: використання готелем всіх

можливих каналів бронювання і продаж. Для досягнення оптимального завантаження номерного фонду необхідно бронювати не конкретні кімнати, а лише одиниці номерного фонду певного типу. Лише після прийняття найвигідніших для готелю бронювань виникає задача продажу номерного фонду в першу чергу за найбільш високими цінами і надання знижкових тарифів. Знову ж правильним чином побудована стратегія продаж дозволяє встановлювати квоти продаж номерів з тих чи інших тарифних груп. Що стосується критеріїв, що застосовуються при оцінці ефективності вироблених інвестицій, то розглядаються як кількісні показники (фінансові дані, чисельність персоналу і т.п.), так і якісні показники (соціальні, управлінські тощо). Всі показники визначаються порівняльним аналізом даних до освоєння інвестицій і після їх освоєння. Фінансові показники визначаються прибутком готелю, витратами на обслуговуючий персонал, соціальні – якістю роботи співробітників, якістю обслуговування тощо. Окремо слід відзначити можливості отримання віддачі від інвестицій в сучасні інформаційні технології управління готелями. Затребуваність цих можливостей серед українських готелів зростає в міру того, як зростає конкуренція і підвищується професіоналізм готельних керуючих. Очевидно, що використання сучасних технологій дозволяє досягти підвищення продаж, прихильності гостей та ефективності роботи персоналу. Таким чином, готель перетворюється в кероване підприємство, здатне гнучко реагувати на зміни в ринковій ситуації, що робить вкладення коштів в технології повністю такими, що окупуються. Оцінка результатів інвестиційної діяльності готелів визначає тенденції їх розвитку. Залежно від виду використовуваних інвестицій і від професіоналізму їх використання відбувається розвиток і вдосконалення роботи готелю. При заданих інвестиційних цілях, виходячи з прибутковості готельного об'єкта для конкретного інвестора, проводиться оцінка та визначається інвестиційна вартість. До оцінки інвестиційної вартості звертаються при здійсненні реорганізаційних заходів та обґрунтуванні інвестиційних проєктів. На відміну від ринкової, інвестиційна вартість більш конкретна, пов'язана з певним проєктом і його інвестором і залежить від індивідуальних вимог до інвестицій, що пред'являються конкретним інвестором. Інвестиційна вартість може відрізнятись від ринкової через відмінності в оцінці майбутньої прибутковості; відмінності в уявленнях про ступінь ризику; різної податкової ситуації; з урахуванням сполучуваності з іншими об'єктами, що належать власнику.

Залежно від виду використовуваних інвестицій і від професіоналізму їх використання відбувається розвиток і вдосконалення роботи готелю.

Рентабельність інвестицій (Return on Investments, ROI) розраховується як відношення чистого прибутку до інвестицій, здійснених в готельний комплекс (враховується власний капітал). Тоді враховуються не тільки інвестовані кошти (як власні, так і позикові), але і передані активи

(обладнання, технології, товарні знаки). Це розраховується за формулою:

$$ROI = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{власний капітал} + \text{довготермінові зобов'язання}} \cdot 100 \% \quad (1)$$

У загальному вигляді показник ROI вимірюється в умовних одиницях або відсотках. Отримане значення є абсолютним показником ефективності використання інвестицій в даному готельному комплексі за даний період. Оцінити відносну ефективність роботи готельного комплексу на підставі показника рентабельності інвестицій можна, тільки якщо є порівняльні дані по аналогічному готелю або його підрозділам. Наприклад, якщо розглянутий готель одержав за рік інвестиції в обсязі 400 тис. грн і прибуток за рік склав 100 тис. грн, а конкурентний готель отримав інвестиції в обсязі 700 тис. грн і прибуток – 150 тис. грн, то рентабельність інвестицій (ROI) складе 25% і 21,4% відповідно.

Модель Дюпон включає три найбільш популярних показники: чистий прибуток до виплати податків і відсотків, рентабельність активів, а також враховує частку власного капіталу в структурі активів. Однак вона не враховує інвестиції в нематеріальні активи (які відіграють все більшу роль в ринкових умовах) і зовсім не враховує вартість капіталу (як позикового, так і власного). Для компаній, що вступають в епоху активної інвестиційної політики, дані обмеження є досить істотними. В основу даної моделі закладена жорстко детермінована залежність

$$\frac{\text{ЧП}}{A} = \left(\frac{\text{ЧП}}{\text{ВР}} \right) \times \left(\frac{\text{ВР}}{A} \right) \quad (2)$$

ЧП - чистий прибуток;

A - сума активів організації;

ВР - (обсяг виробництва) виручка від реалізації.

Будь-яке інвестиційне рішення ґрунтується на:

- оцінці власного фінансового стану і доцільності участі в інвестиційній діяльності;
- оцінці розміру інвестицій і джерел фінансування;
- оцінці майбутніх надходжень від реалізації проекту.

Всі готельні комплекси в тому чи іншому ступені пов'язані з інвестиційною діяльністю. Прийняття рішень по інвестуванню ускладняється різними факторами:

- вид інвестування;
- вартість інвестиційного проекту;
- множинність доступних проектів;
- обмеженість фінансових ресурсів, доступних для інвестування;
- ризик, пов'язаний з прийняттям того чи іншого рішення тощо.

Принципи, які обумовлюють необхідність інвестицій, можуть бути різні, проте в цілому їх можна розділити на три види:

- оновлення наявної матеріально-технічної бази;
- нарощування обсягів діяльності основних і додаткових готельних послуг;
- освоєння нових видів готельної діяльності.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Основні тенденції готельного бізнесу охоплюють напрями інноваційної політики підприємств (впровадження нових

технологій, техніки, вдосконалення продукції і послуг, застосування нових управлінських рішень) і враховують сучасні форми здорового харчування, безпеки і відпочинку населення. Наведені вище рекомендації сприяють активізації та розвитку інноваційної діяльності підприємств галузі.

Вихід міжнародних готельних мереж на ринок України та створення національних мереж обумовлено високою рентабельністю готельного бізнесу, низьким рівнем насичення ринку та високим попитом на готельні послуги.

Інвестиційна діяльність завжди здійснюється в умовах невизначеності, ступінь якої може сильно варіюватися. Так, в момент придбання нових основних засобів ніколи не можна точно передбачити економічний ефект цієї операції. Тому рішення приймаються в основному інтуїтивно. Прийняття рішень інвестиційного характеру, як і будь-який інший вид управлінської діяльності, ґрунтується на використанні різних формалізованих і неформалізованих методів. Ступінь їх поєднання визначається різними обставинами, в тому числі і тими з них, наскільки менеджер знайомий з наявним апаратом, застосовуваним у тому чи іншому конкретному випадку. У вітчизняній і зарубіжній практиці відомий цілий ряд формалізованих методів, розрахунку, за допомогою яких можна буде отримати основу для прийняття рішень в галузі інвестиційної політики. Будь-якого універсального методу, придатного для всіх випадків, не існує.

В основу процесу прийняття управлінських рішень інвестиційного характеру покладається оцінка і порівняння обсягу передбачуваних інвестицій і майбутніх грошових надходжень. Оскільки порівнювані показники належать до різних відліків часу, ключовою проблемою тут є проблема їх порівнянності. Сприймати її можна по-різному в залежності від існуючих об'єктивних і суб'єктивних умов: темпів інфляції, розміру інвестицій і генерування надходжень, горизонту прогнозування, рівня кваліфікації аналітика тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Борисова О. В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [Downloads/esprstrp_2012_1\(2\)_49.pdf](https://www.researchgate.net/publication/328111111).
2. Борисова О. В. Механізм реалізації інноваційної політики підприємств ресторанного господарства / О. В. Борисова // Соціально-економічні реформи у контексті інвестиційного вибору України : V міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 травня 2008 р. : зб. наук. пр. : у 3 т. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – Т. 3. – С. 8-12.
3. Бузько І. Р. Стратегічне управління інвестиціями та інноваційна діяльність підприємства : монографія / І. Р. Бузько, О. В. Вартанова, Г. О. Голубенко. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2002. – 176 с.
4. Горіна Г. О. Особливості розвитку готельної індустрії в Україні [Електронний ресурс]. – Режим

доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35256/27-Gorina.pdf?sequence=1>.

5. Исакова Д. Пришествие звезд [Текст] / Д. Исакова // Инвестгазета. – 2008. – №15. – С. 34-36.

6. Опанашук Ю. Я. Развитие гостиничного хозяйства в Украине: тенденции и перспективы [Текст] / Ю. Я. Опанашук // Гостиничный и ресторанный бизнес. – 2004. – №3. – С. 70-72.

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

8. Науково-інноваційна інфраструктура регіону в контексті розвитку готельно-ресторанної індустрії / І. М. Ощипок, Н. З. Петришин, Р. О. Бліщ, М. П. Попович // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – Вип. 21. – С. 25-33.

9. Колективні засоби розміщування в Україні у 2016 році: статистичний бюлетень / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm.

REFERENCES

1. Borisova, A. V. Tendentsii razvitiya gostinichno-restorannogo biznesa v Ukraine, available at : Downloads / esprstp_2012_1 (2) __ 49.pdf.

2. Borisova, A. V. (2008), Mekhanizm realizatsii innovatsionnoy politiki predpriyatiy restorannogo khozyaystva, Sotsial'no-ekonomicheskiye reformy v kontekste investitsionnogo vybory Ukrainy: V mezhdunar. nauchno-prakticheskoy. konf., 15-16 maya

2008: sb. nauk. pr .: v 3 t., PGASA, Dnepropetrovsk, T. 3. - S. 8-12.

3. Buz'ko, I. R. Vartanova, O. V. and Holubenko, H. O. (2002), Stratehichne upravlinnya investytsiyamy ta innovatsiyana diyal'nist' pidpryyemstva: monohrafiya, SNU im. V. Dalya, Luhans'k, 176 s.

4. Horina, H. O. Osoblyvosti rozvytku hotel'noyi yndustry v Ukraini, available at : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35256/27-Gorina.pdf?sequence=1>.

5. Isakova D. (2008), Prishestviye zvezd [Tekst], Investgazeta, №15, c. 34-36.

6. Opanashchuk, YU. YA. (2004), Razvitiye gostinichnogo khozyaystva v Ukraine: tendentsii i perspektivy [Tekst], Gostinichnyy i restorannyy biznes, №3, s. 70-72.

7. Oshchypok, I. M. (2018), Dosvid formyrovanye innovatsiynikh tekhnolohiy Deyakykh zarubizhnykh krayin, Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu, Vydavnytstvo LTEU, L'viv, № 55, s. 106-113.

8. Oshchypok, I. M. Petryshyn, N. Z. Blishch, R. O. and Popovych, M. P. (2018), Naukovo-innovatsiyana infrastruktura rehionu v konteksti rozvytku hotel'no-restorannoyi yndustry, Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu, Vydavnytstvo L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu, L'viv, vyp. 21, s. 25-33.

9. Kolektyvni zasoby rozmishchuvannya v Ukraini u 2016 rotsi: statystychnyy byuleten' / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, available at : http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm.

Стаття надійшла до редакції 09 березня 2019 р.

УДК 005.582:364.3

Підлипна Р. П.,

ORCID ID: 0000-0001-6886-5834,

д.е.н., доц., декан факультету обліку, фінансів та торговельного підприємництва, Ужгородський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету, м. Ужгород

ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМНОЇ ПАРАДИГМИ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ

Анотація. У статті розглянуто процеси становлення соціального страхування, обґрунтовано істотну роль його державного регулювання. Розроблено концептуальний підхід до виокремлення системи соціального страхування як окремого сегмента відносин у системі соціальної сфери держави та провідного інструменту державної соціальної політики, що являє собою сукупність елементів і взаємозв'язків між ними, які визначають систему прав, обов'язків і гарантій з надання соціального захисту працездатної частини суспільства, що створює матеріальні і нематеріальні блага. Узагальнено структуру фінансового механізму державного регулювання системи соціального страхування. Доведено, що основною метою державного регулювання в сфері соціального страхування є створення такого механізму, який буде спрямований на раціональне управління відносинами, що виникають в процесі соціального страхування та збалансування інтересів між усіма учасниками процесу соціального страхування. Обґрунтовано роль та значення державного регулювання соціального страхування у поліпшенні фінансового забезпечення соціального захисту населення.

Ключові слова: соціальний захист населення, фінансовий механізм регулювання, страхові фонди, системність, ефективність.

Pidlypna R. P.,

ORCID ID: 0000-0001-6886-5834,

Doctor of Economics, Associate Professor, Dean of the Faculty of Accounting, Finance and Trade Entrepreneurship, Uzhgorod Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Uzhgorod

STUDY OF SYSTEMIC PARADIGM OF MECHANISM OF SOCIAL INSURANCE STATE REGULATION

Abstract. The article deals with the processes of social insurance development as well as substantiates the essential role of its state regulation. Developed the conceptual approach to the distinction of the social insurance system as a separate segment of relations in the system of the social sphere of the state and the leading instrument of the state social policy, which is a set of elements and interrelations between them, defining a system of rights, obligations and guarantees for the provision of social protection of the able-bodied part of society, which creates material and intangible benefits. The structure of the financial mechanism of state regulation of the social insurance system is generalized. It is proved that the main goal of state regulation in the field of social insurance is the creation of such a mechanism, which will be aimed at the rational management of relations arising in the process of social insurance and balance of interests among all participants in the social insurance process. The role and importance of social insurance state regulation in improving the financial security of social protection of the population is substantiated.

Keywords: social protection of the population, financial mechanism of regulation, insurance funds, systemic, efficiency.

JEL Classification: B14; D60; E60; H41; I38; N30

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-05>

Постановка проблеми. Державне регулювання є важливим елементом управління соціальним страхуванням, формуванням та використанням коштів державних соціальних фондів. Державне регулювання передбачає створення та функціонування відповідного фінансового механізму, який повинен бути спрямований на раціональне управління рухом фінансових ресурсів та формування фінансових відносин, що виникають у процесі утворення та використання страхових фондів. Дослідження регулювання соціального страхування в Україні в умовах зростання ролі держави в управлінні цим процесом набуває особливого значення, оскільки від оптимального функціонування цього механізму залежить існування соціально вразливих груп населення. Тому перед суспільством постає важливе питання дослідження системної парадигми механізму державного регулювання соціального страхування. За таких умов роль держави як регулятора актуалізується, хоча форми, способи регулювання, а також його межі різняться у різних економічних системах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У економічній науці макроекономічна проблема державного регулювання посідає чільне місце та спостерігається у працях представників зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема таких як Л. Вітте [1], Т. Ганслі [2], Дж. М. Кейнс [3], В. В. Леонт'єв [4], К. Маркс [5], А. Маршалл [6], С. М. Соловйов [7] та інших. Також вагомого значення набули аспекти державного регулювання у сфері соціальної політики та політики соціального захисту населення у дослідженнях О. І. Амоші [8], В. Д. Бабкіна [9], В. Я. Бідака [10], М. М. Білинської [11], В. Г. Бодрова [12], Б. М. Данилишина [13], Т. А. Заяць [14], В. І. Куценко [15], Л. М. Ліпич [16], Ю. В. Макогона [17] та інших. Їхні наукові здобутки сприяли формуванню теоретичних підвалин державного регулювання та реалізації практичних аспектів в умовах функціонування постіндустріального суспільства на ринкових засадах господарювання із збереженням вектора підтримки стратегічної розбудови соціальної держави.

Загалом, узагальнюючі їхні дослідження, можна зробити висновки, що державне регулювання соціального страхування також виступає важливим елементом управління соціальним страхуванням, зокрема з позицій формування та використання державних цільових фондів.

Постановка завдання. Метою статті є ґрунтовний аналіз теоретико-методологічних основ, сутнісних характеристик та базових елементів соціального страхування у системі соціального захисту населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Актуальність огляду системної парадигми механізму державного регулювання соціального страхування пояснюється зростанням в Україні соціальної напруги у зв'язку з політичною та економічною нестабільністю останніх років.

Проблеми, що виникли протягом останніх років в сфері соціального захисту населення, актуалізують питання вдосконалення складових соціального захисту, перш за все це стосується соціального

страхування населення та вироблення дієвого механізму регулювання даної сфери.

Важливим кроком до вдосконалення механізму державного регулювання соціального страхування є перегляд економічного бачення цього явища, який повинен здійснюватися з урахуванням загальнонаукових положень щодо характеристики сутності та значення таких понять, як система, механізм, державне регулювання. Формулюванню поняття “механізм”, висвітленню його властивостей та особливостей впливу на зовнішнє середовище має передувати визначення поняття системи як категорії вищого гатунку.

Сучасна наука має потужну базу трактувань поняття “система”, проте досі не вироблено єдиного підходу до розуміння цієї загальнонаукової категорії.

Один із основоположників загальної теорії систем Л. фон Берталанфі визначив систему як комплекс взаємодіючих елементів [18, с. 204]. Таке вузьке трактування даної категорії обумовило потребу в подальшій її деталізації.

З грецької мови термін “система” означає ціле, в межах якого гармонійно та взаємопов'язано розташовані окремі елементи цього цілого. У Великому тлумачному словнику сучасної української мови система визначається як порядок, зумовлений правильним розташуванням і зв'язком частин чогонебудь [19]. Це визначення описує динамічні властивості системи, проте не розкриває всіх її характеристик та упускає її взаємодію з навколишнім середовищем.

Більш точно визначення поняття системи наводить О. Г. Старіш, зокрема, він зазначає, що система – відокремлена сукупність взаємодіючих між собою елементів, яка утворює певну цілісність, володіє певними інтегральними властивостями, що дозволяє їй виконувати в середовищі визначену функцію [20, с. 28].

З визначення випливає, що будь-яка система включає в себе певні елементи, зв'язки, має окреслені межі, функціонує у певному середовищі. При цьому варто зауважити, що система утворюється в тому випадку, якщо внутрішні зв'язки її елементів мають перевагу над зовнішнім впливом на них.

О. П. Рябчинська конструктивними вважає такі поняття системи як: а) комбінації елементів, що взаємодіють, організованих для досягнення однієї або декількох цілей; кінцевої множини функціональних елементів і відносин між ними, відокремленої з середовища відповідно до визначеної мети в межах певного часового проміжку; б) сукупності інтегрованих взаємопов'язаних елементів, що регулярно взаємодіють для досягнення певних цілей [21].

Отже, існує багато тлумачень поняття “система”, але найґрунтовнішим, на нашу думку, є наступне: система – це сукупність поєднаних між собою та взаємопов'язаних частин (елементів), які в своїй цілісності створюють єдність, яка, своєю чергою, функціонує в певному середовищі, має певні межі, а сила внутрішніх зв'язків цієї системи переважає над зовнішнім впливом на неї.

Основні ознаки системи відображені на рис. 1.

Отже, системний підхід до державного регулювання соціального страхування обумовлює необхідність усвідомлення цього економічного явища як єдності механізму страхування, об'єкта страхування, функцій страхування, суб'єктів страхування і самого процесу страхування. Загалом сучасну систему соціального страхування поділяють на дві складові: а) перша, пов'язана з відновленням та збереженням працездатності працівників; б) друга – гарантує матеріальне забезпечення громадянам, котрі втратили працездатність або не мали її [22].

Очевидним є те, що державне регулювання соціального страхування не повинно носити стихійний характер. Планомірна реалізація завдань і функцій держави стосовно регулювання соціального страхування можлива лише за умов функціонування спеціальної системи органів і установ, що входять до механізму державного регулювання соціального страхування, який, своєю чергою, є важливим атрибутом державної соціальної політики.

Перш ніж розкрити усі аспекти механізму державного регулювання соціального страхування, необхідно сформулювати чітке визначення поняття “механізм” як економічної категорії. В економічній науці поняття механізму вживається у переносному розумінні, переважно йому надають значення внутрішньої будови, системи чого-небудь.

Переважає більшість економістів будь-який механізм (організаційно-економічний чи політичний) розглядає як сукупність або послідовність певних явищ [23]. Так, А. Кульман стверджує, що механізм містить певну послідовність економічних явищ: його складовими елементами одночасно виступають вхідне і вихідне явища, а також весь процес, який відбувається в інтервалах між ними. Водночас він зазначає, що механізм є природною системою та взаємозв'язком між різними економічними явищами [24].

Досить часто в науковій літературі можна побачити трактування механізму як певної системи, що визначає послідовність кроків для досягнення певного результату. Подібне трактування подається в тлумачному словнику С. Ожегова і Н. Шведової, де механізм розглядається як система, що визначає порядок певного виду діяльності та характеризує послідовність станів і процесів, котрі складають будь-яку дію [25]. Як бачимо, наведені визначення дуже вузько трактують механізм з економічної точки зору.

Більш детально складові механізму саме з економічної точки зору розглядає Р. Рудніцька, яка характеризує це складне економічне утворення як систему, котра включає в себе послідовність дій, етапів перетворення якогось явища за допомогою різноманітних інструментів, важелів, засобів, стимулів, інформаційного, нормативного та правового забезпечення [24]. Подібне визначення подає В. А. Власенко, що описує механізм як сукупність функцій, методів, принципів і засобів управління, основних завдань і цілей, форм, структур, технологій для ефективного використання ресурсів системи. Автор підкреслює, що ця система чинників має бути спрямована на координацію функціональних аспектів діяльності соціально-економічної системи з метою збереження її цілісності, підтримання стабільного стану параметрів входу і виходу, оптимального перебігу процесів у межах підсистем і своєчасної реакції на запити оточуючого середовища [23].

Як бачимо, в науковій літературі поняття механізму трактується переважно як система, що складається з підсистем, кожна з яких здійснює вплив на вихідне явище. Відтак, узагальнивши наведені вище визначення, можна стверджувати, що механізм – це сукупність прямих та непрямих методів впливу держави та її втручання на функціонування певної системи.

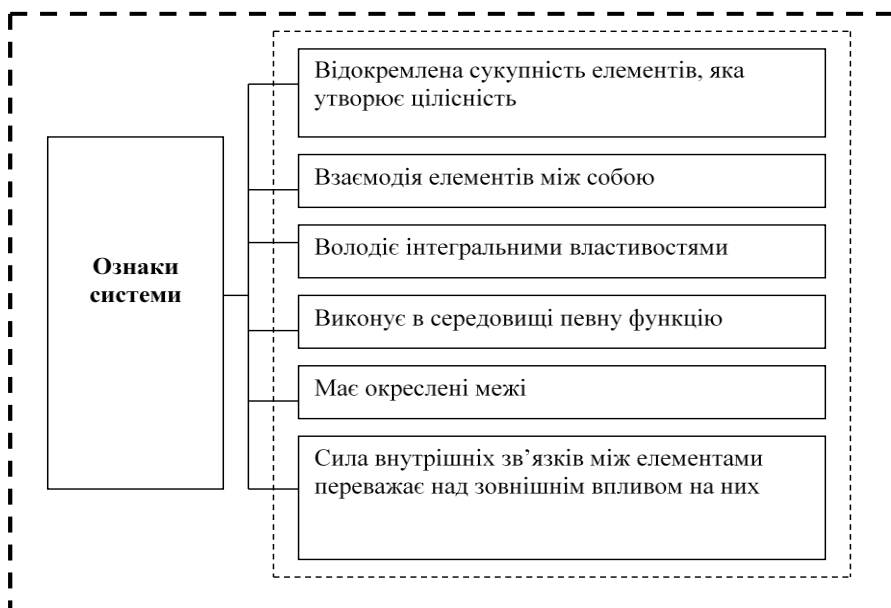


Рис. 1. Ознаки, якими характеризується будь-яка система

Тобто механізм соціального страхування є основною складовою частиною економічного механізму соціального страхування, що характеризує саму сутність функціонування системи соціального страхування в цілому. За його допомогою досягається концентрація певних ресурсів для реалізації заходів підтримки реального рівня життя працездатних громадян та малозабезпечених верств населення, а завдяки системі інструментів державного регулювання соціального страхування реалізується вплив на процеси, що відбуваються у сфері соціального страхування [26, с. 104].

Вироблення ефективного механізму державного регулювання соціального страхування, яке є ключовою категорією соціальної політики, справедливо можна вважати найважливішою частиною державного управління економікою. Це обумовлено тим, що на сьогодні вплив держави на сферу соціального захисту населення є значним, проте не повністю ефективним. Практичне використання механізму державного регулювання соціального страхування пов'язане з цілеспрямованою діяльністю держави на функціонування системи соціального страхування. Ефективність цього механізму залежить від вибору відповідних інструментів та їх дієвості.

Відповідно, вибір інструментів повинен здійснюватися з урахуванням сучасних соціально-трудових, економічних, політичних та інших відносин, оскільки механізми соціального захисту населення, що діяли раніше, не відповідали новим соціально-економічним та політичним вимогам.

Загалом формування механізму регулювання соціального захисту повинно проводитися в площині забезпечення державних гарантій для кожного громадянина з відповідним дотриманням прав людини. Звідси випливає, що повноцінна система соціального захисту має характеризуватися такими рисами, як інтегрованість, дієвість на всіх рівнях, багаторівневність, відповідальність.

Окрім системності, інтегрованості та багаторівневності, механізм державного регулювання соціального страхування містить у собі регулюючий аспект, який також потребує розкриття та уточнення. Під поняттям державного регулювання переважно розуміють дії держави відносно дотримання певних параметрів якогось соціально-економічного явища у визначених межах. Проте думки різних авторів щодо визначення цієї важливої складової державного управління суттєво відрізняються за змістом і розставленими акцентами.

Н. Мазій наголошує на обмежувачій функції держави при трактуванні державного регулювання, зокрема під цим поняттям він розуміє встановлення державою кількісних та (або) якісних обмежень на свободу прийняття рішень осіб чи організацій, недотримання яких погрожує застосуванням відповідними органами санкцій за порушення нормативно-правової бази [27]. Це твердження, на нашу думку, не розкриває суті такої широкої категорії, оскільки поняття державного регулювання є значно ширшим за санкції та обмеження.

М. Мироненко під державним регулюванням розуміє комплекс заходів держави, спрямованих на

скерування суб'єктів економічної діяльності в напрямі, необхідному для досягнення поставлених органами влади й управління цілей [28, с. 435]. Подібне трактування державного регулювання наводять А. Савченко, Г. Пухтаєвич, які визначають державне регулювання економіки як діяльність держави щодо створення правових, економічних і соціальних передумов, необхідних для функціонування економічного механізму, згідно з цілями і пріоритетами державної економічної політики заради реалізації інтересів держави [28, с. 435].

П. В. Масляк наголошує на частковому втручанні держави в процес ринкового саморегулювання і зазначає, що об'єктивна необхідність державного регулювання пояснюється потребою подолання вад ринкового саморегулювання та виконання економічних функцій держави [29].

Оскільки система соціального страхування потребує постійного моніторингу, коригування та вдосконалення, об'єктивним, на нашу думку, буде визначення державного регулювання як комплексу заходів з підтримки заданих параметрів того чи іншого явища в системі державного управління. В контексті соціального захисту адекватним є визначення Г. С. Лопушняка, який зазначає, що державне регулювання соціального захисту передбачає сукупність організаційно-правових, економічних та інших заходів щодо забезпечення соціальних прав і гарантій кожного члена суспільства та що ґрунтується на конституційному принципі соціальної держави [30].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, з усього вищесказаного випливає, що сьогодні основною метою державного регулювання в сфері соціального страхування є створення такого механізму, який буде спрямований на раціональне управління відносинами, що виникають в процесі соціального страхування та збалансування інтересів між усіма учасниками процесу соціального страхування. Подальші дослідження доцільно проводити щодо удосконалення методичних підходів до планування й організації державної політики забезпечення розвитку соціального страхування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вітте Л. Європейська соціальна модель і соціальна згуртованість: яку роль відіграє ЄС? / Л. Вітте. – К. : Заповіт, 2006. – 44 с.
2. Ганслі Теренс М. Соціальна політика та соціальне забезпечення за ринкової економіки / М. Ганслі Теренс. – К. : Наукова думка, 1996. – 237 с.
3. Кейнс Дж. М. Избранные произведения / Дж. М. Кейнс; [пер. с англ.]. – М. : Экономика, 1993. – 543 с.
4. Леонтьев В. В. Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика / В. В. Леонтьев; [пер. с англ.]. – М. : Политиздат, 1990. – 415 с.
5. Маркс К. Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. – [2-е изд.]. – М. : Политиздат, 1961. – Т. 24. – 648 с.

6. Маршалл А. Принципы экономической науки / Маршалл А. – М. : Прогресс-Универс, 1993. – Т. 3. – 441 с.
7. Соловьев С. М. Чтения и рассказы по истории России / С. М. Соловьев. – М. : Правда, 1989. – 768 с.
8. Амоша О. І. Стан, тенденції та основні напрямки розвитку соціально-трудових відносин на державному та регіональному рівнях / О. І. Амоша // Соціально-економічні аспекти промислової політики: сб. науч. тр. – Т. 1: Социально-трудовые отношения в современных экономических условиях. – Донецьк : Інститут економіки промисловості НАН України, 2001. – С. 14-24.
9. Бабкін В. Д. Конституційні засади соціальної держави Україна / В. Д. Бабкін // Правова держава. – 2000. – №11. – С. 128.
10. Бідак В. Я. Соціальний захист населення та вдосконалення державних механізмів його регулювання: дис. ... канд. екон. наук.: спец. 08.09.01 / В. Я. Бідак. – Львів, 2004. – 250 с.
11. Білинська М. Аспекти системного підходу до управління стандартами вищої медичної освіти / М. Білинська // Збірник наукових праць Української Академії державного управління при Президентові України. – 2002. – Вип. 2. – С. 62-68.
12. Бодров В. Державне регулювання інвестиційного процесу в умовах кризи світових фінансових ринків: ризики і можливості для України / В. Бодров // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2008. – № 4. – С. 61-67.
13. Данилишин Б. М. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства : монографія / Б. М. Данилишин, В. І. Куценко, Я. В. Остафійчук. – К. : ЗАТ Нічлава, 2005. – 328 с.
14. Заяць Т. Попит на робочу силу: проблеми формування та економічного стимулювання / Т. Заяць // Україна: аспекти праці. – 2005. – № 2. – С. 25-28.
15. Куценко В. І. Трансформація соціальної сфери України: регіональний аспект : монографія / В. І. Куценко, Я. В. Остафійчук; [за ред. С. І. Дорогунцова]. – К. : Оріяни, 2005. – 400 с.
16. Ліпич Л. М. Соціальна держава (соціологічний аспект аналізу) / Л. М. Ліпич // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2004. – № 3 (27). – С. 218-222.
17. Глобализация и экономическое развитие: национальный аспект / Ю. В. Макогон, В. В. Дергачева, Е. А. Пашко, П. А. Фильянов. – Донецк : ДонНУ, 2006. – 259 с.
18. Колесник М. О. Поняття “система” і “механізм”: проблеми співвідношення / М. О. Колесник // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2014. – Вип. 25. – С. 203-206. – (Сер. Право).
19. Латковська Т. А. Поняття і структура сучасної фінансової структури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bookz.com.ua/26/PD111_13.pdf.
20. Старіш О. Г. Системологія : підручник / О. Г. Старіш. – К., 2005. – 232 с.
21. Рябчинська О. П. Поняття системи покарань: методологічний вимір / О. П. Рябчинська // Держава і регіони. – 2014. – №2(44). – С. 93-98. – (Сер. Право).
22. Соціальне страхування : навчальний посібник / [В. О. Безугла, Д. М. Загірняк та ін.]. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 208 с.
23. Коваленко О. В. Механізми та інструменти ефективного антикризового управління підприємствами / О. В. Коваленко // Вісник Національного технічного університету ХПІ. – 2011. – №7. – С. 136-146. – (Сер. Технічний прогрес та ефективність виробництва).
24. Федорчак О. Класифікація механізмів державного управління / О. Федорчак // Науковий вісник “Демократичне врядування”. – 2008. – Вип. 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lvivacademy.com/visnik/fail/O_Fedorchak.pdf.
25. Коленда Н. В. Сутність механізму забезпечення соціальної безпеки населення / Н. В. Коленда // Збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Економічні науки. – Луцьк, 2012. – Вип. 9 (34). – С. 140-149. – (Сер. Економіка і менеджмент).
26. Телічко Н. А. Розвиток та оптимізація фінансового механізму соціального страхування в Україні / Н. А. Телічко // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – №1(35). – С. 104-109.
27. Мазій Н. Принципи та механізми державного регулювання розвитку підприємництва / Н. Мазій // Демократичне врядування. – 2011. – Вип. 8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lvivacademy.com/visnik8/fail/Mazij.pdf>.
28. Мироненко М. Необхідність державного регулювання економічного розвитку у сучасних умовах / М. Мироненко // Збірник наукових праць “Ефективність державного управління”. – 2012. – Вип. 32. – С. 433-440.
29. Масляк П. В. Критерії ефективності державного регулювання агропродовольчого сектора економіки / П. В. Масляк // Вісник ЖНАЕУ. – 2011. – №2(2). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.znau.edu.ua/visnik/2011_2_2/73.pdf.
30. Лопушняк Г. С. Соціальний захист населення: теоретична концептуалізація та особливості державного управління / Г. С. Лопушняк // Теорія та практика державного управління. – 2011. – Вип. 2 (33). – С. 1-7.

REFERENCES

1. Vitte, L. (2006), Yevropeiska sotsialna model i sotsialna zghurtovanist: yaku rol vidihraie YeS?, Zapovit, Kyiv.
2. Hansli Terens, M. (1996), Sotsialna polityka ta sotsialne zabezpechennia za rynkovoї ekonomiky, Naukova dumka, Kyiv.
3. Keyns Dzh. M. (1993), Izbrannyye proizvedeniya, Ekonomika, Moscow.
4. Leontev, V. V. (1990), Ekonomicheskie esse. Teorii, issledovaniya, faktyi i politika, Politizdat, Moscow.

5. Marks, K. and Engels, F. (1961), Sochineniya, Politizdat, Moscow.
6. Marshall, A. (1993), Printsipyi ekonomicheskoy nauki, Progress-Univers, Moscow.
7. Solovev, S. M. (1989), Chteniya i rasskazyi po istorii Rossii, Pravda, Moscow.
8. Amosha, O. I. (2001), Stan, tendentsii ta osnovni napriamky rozvytku sotsial'no-trudovykh vidnosyn na derzhavnomu ta rehional'nomu rivniakh, Sotsialno-ekonomicheskie aspektyi promyshlennoy politiki, vol. 1. Sotsialno-trudovyye otnosheniya v sovremennykh ekonomicheskikh usloviyakh, Instytut ekonomiky promyslovosti NAN Ukrainy, Donetsk.
9. Babkin, V. D. (2000), Konstytutsijni zasady sotsial'noi derzhavy Ukraina, Pravova derzhava, no 11, p. 128.
10. Bidak, V. Ia. (2004), Sotsial'nyj zakhyst naseleння ta vdoskonalenniа derzhavnykh mekhanizmiv joho rehuliuвання: dys. ... kand. ekon. nauk.: spets. 08.09.01, Lviv.
11. Bilynska, M. (2002), Aspekty systemnoho pidkhotu do upravlinnia standartamy vyschoi medychnoi osvity, Zbirnyk naukovykh prats Ukrainskoi Akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy, vol. 2, pp. 62-68.
12. Bodrov, V. (2008), Derzhavne rehuliuвання investytsijnogo protsesu v umovakh kryzy svitovykh finansovykh rynkiv: ryzyky i mozhlyvosti dlia Ukrainy, Visnyk Natsionalnoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezydentovi Ukrainy, no. 4, pp. 61-67.
13. Danylyshyn, B. M., Kutsenko, V. I. and Ostafiichuk, Ya. V. (2005), Sfera ta rynek posluh u konteksti sotsialnoi modyfikatsii suspilstva, ZAT Nichlava, Kyiv.
14. Zaiats, T. (2005), Popyt na robochu sylu: problemy formuvannya ta ekonomichnoho stymuliuвання, Ukraine: aspekty pratsi, no. 2, pp. 25-28.
15. Kutsenko, V. I. and Ostafiichuk, Ya. V. (2005), Transformatsiia sotsialnoi sfery Ukrainy: rehionalnyi aspekt, Oriiany, Kyiv.
16. Lipich, L. M. (2004), Sotsial'na derzhava (sotsiologichnyj aspekt analizu), Visnyk Akademii pratsi i sotsialnykh vidnosyn Federatsii profspilok Ukrainy, no. 3(27), pp. 218-222.
17. Makogon, Yu. V., Dergacheva, V. V., Pashko, E. A. and Filyanov, P. A. (2006), Globalizatsiya i ekonomicheskoe razvitie: natsionalnyy aspekt, DonNU, Donetsk.
18. Kolesnyk, M. O. (2014), Poniattia "systema" i "mekhanizm": problemy spivvidnoshenniа, Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu, vol. 25, pp. 203-206.
19. Latkovska, T. A. (2013), Poniattia i struktura suchasnoi finansovoi struktury Ukrainy, available at: http://www.bookz.com.ua/26/PD111_13.pdf.
20. Starish, O. H. (2005), Systemolohiia, Kyiv.
21. Riabchynska, O. P. (2014), Poniattia systemy pokaran': metodolohichnyj vymir, Derzhava i rehiony, no. №2(44), pp. 93-98.
22. Bezuhla, V. O. and Zahirniak, D. M. (2011), Sotsialne strakhuvannya, Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv.
23. Kovalenko, O. V. (2011), Mekhanizmy ta instrumenty efektyvnoho antykrizovoho upravlinnia pidpriemstvamy, Visnyk natsionalnoho tekhnichnoho universytetu KhPI, no. 7, pp. 136-146.
24. Fedorchak, O. (2008), Klasyfikatsiia mekhanizmiv derzhavnoho upravlinnia, Demokratychnе vriaduvannya, vol. 1, available at: http://www.lvivacademy.com/visnik/fail/O_Fedorchak.pdf.
25. Kolenda, N. V. (2012), Sutnist' mekhanizmu zabezpechenniа sotsial'noi bezpeky naseleння, Zbirnyk naukovykh prats Lutskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu, vol. 9 (34), pp. 140-149.
26. Telichko, N. A. (2012), Rozvytok ta optymizatsiia finansovoho mekhanizmu sotsial'noho strakhuvannya v Ukraini, Ekonomichnyi visnyk Donbasu, no. 1(35), pp. 104-109.
27. Mazii, N. (2011), Pryntsypy ta mekhanizmy derzhavnoho rehuliuвання rozvytku pidpriemnytstva, Demokratychnе vriaduvannya, vol. 8, available at: <http://www.lvivacademy.com/visnik8/fail/Mazij.pdf>.
28. Myronenko, M. (2011), Neobkhidnist' derzhavnoho rehuliuвання ekonomichnoho rozvytku u suchasnykh umovakh, Efektyvnist derzhavnoho upravlinnia, vol. 32, pp. 433-440.
29. Masliak, P. V. (2011), Neobkhidnist' derzhavnoho rehuliuвання ekonomichnoho rozvytku u suchasnykh umovakh, Visnyk ZhNAEU, no. 2(2), available at: http://www.znau.edu.ua/visnik/2011_2_2/73.pdf.
30. Lopushniak, H. S. (2011), Sotsial'nyj zakhyst naseleння: teoretychna kontseptualizatsiia ta osoblyvosti derzhavnoho upravlinnia, Teoriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia, vol 2. (33), pp. 1-7.

Стаття надійшла до редакції 26 лютого 2019 р.

УДК 658.8.339.1

Миколайчук І. П.,

ORCID ID: 0000-0001-7380-5000, Researcher ID: N-2607-2016,

к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

Силкіна Ю. О.,

ORCID ID: 0000-0002-5155-2329, Researcher ID: N-2822-2016,

к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

СУЧАСНІ ТRENДИ РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВОГО РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті обґрунтовано сутність та наукові підходи до мережевого ритейлу, наведено підходи до визначення поняття “торговельна мережа”, окреслено її роль в ритейлінговому бізнесі. Проаналізовано сучасний стан, тенденції та головні чинники, що впливають на розвиток торговельних мереж в Україні. Виконано порівняльний аналіз різновидів торговельних форматів ритейлу в Україні, зокрема гіпермаркету, супермаркету та “магазинів біля дому”, “дискаунтеру”, “молу”, функціонування яких сприяє зростанню темпів залучення кількості споживачів у власну торговельну мережу. Виявлено проблеми та охарактеризовано найбільш поширені методи управління розвитком мережевого ритейлу в Україні. Обґрунтовано динаміку показників діяльності провідних торговельних мереж в Україні. Запропоновано й обґрунтовано сучасні тренди розвитку мережевого ритейлу з урахуванням особливостей його функціонування в Україні, серед яких виокремлено такі як купівельний досвід та зростання кількості відповідальних покупців, розвиток омніканальності та електронної комерції через digital-технології.

Ключові слова: торгівля, ритейл, підприємство, мережевий ритейл, формати ритейлу, тренди розвитку мережевого ритейлу.

Mykolaychuk I. P.,

ORCID ID: 0000-0001-7380-5000, Researcher ID: N-2607-2016,

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

Sylkina Y. O.,

ORCID ID: 0000-0002-5155-2329, Researcher ID: N-2822-2016,

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

MODERN TRENDS OF THE NETWORK RETAIL DEVELOPMENT IN UKRAINE

Abstract. The article substantiates the essence and scientific approaches to network retailing, as well as reveals approaches to the definition of “trade network” and outlines its role in the retail business. The current state, trends and main factors influencing the development of retail chains in Ukraine are analyzed. The comparative analysis of varieties of retail trade formats in Ukraine is conducted, in particular hypermarket, supermarket, “convenience store”, “discounter”, “mall”, functioning of which contributes to the growth of the number of consumers in the own retail chain. Problems are revealed and the most common methods of managing retail network development in Ukraine are characterized. The dynamics of performance indicators of leading trade networks in Ukraine is substantiated. The modern trends of retail network development are

proposed and grounded taking into account the peculiarities of its functioning in Ukraine, among which purchasing experience and increasing number of responsible buyers, the development of omnichannel networks and e-commerce through application of digital technologies are singled out.

Key words: trade, retail, retailer, network retail, retail formats, trends in the network retail development.

JEL Classification: L10; L81; M14.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-06>

Постановка проблеми. Ринок роздрібної торгівлі України (“ринок ритейлу”) в умовах змінного та непередбачуваного конкурентного середовища вимушений постійно змінювати стратегії свого розвитку, формати підприємств під впливом стрімкого розвитку технологій та зміни в уподобаннях споживачів у напрямі якісного надання послуг. У цьому зв’язку підприємства постійно шукають та пропонують споживачам нові сучасні формати, диференційований асортимент товарів або привабливий сервіс, що, в свою чергу, обумовлює збільшення пропозиції виробників. Умовою реалізації такого прагнення є безперервні процеси розвитку підприємств торгівлі, розширення їх діяльності та структури, розробка та реалізація локальних і глобальних проектів змін у їх діяльності. Протягом останніх років у торгівлі інтенсивними темпами відбувається розвиток мережевих організацій, внаслідок зростаючого проникнення в усі регіони торговельних мереж. Реформування умов ведення торговельного бізнесу та складність пристосування до них актуалізують дане дослідження, присвячене обґрунтуванню тенденцій та особливостей розвитку торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем ефективного управління розвитком мережевої торгівлі належить до сфери наукових інтересів багатьох провідних вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, серед яких найбільш відомими є праці: В. Апопія, П. Куцика, Б. Семака [1], В. Вудвуд [2], Н. Голошубової [3], С. Давимуки, Л. Федулової [4], С. Лисої [5], В. Лісци [6], В. Распопової [7], Г. П’ятницької [8], Н. Власової, О. Колучкової [9] та інших дослідників. Незважаючи на значну кількість наукових праць із цієї проблематики, недостатньо висвітленими у наукових колах залишаються питання щодо перспектив розвитку торговельних мереж, зважаючи на високу мінливість зовнішнього середовища, впровадження процесів діджиталізації, систематизації та оцінювання пріоритетності впливу численних факторів, що обумовлює актуальність проведеного дослідження.

Постановка завдання. Мета статті полягає у теоретичному та методичному обґрунтуванні сучасних трендів розвитку мережевого ритейлу з урахуванням особливостей його функціонування в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Торговельна сфера для економіки будь-якої країни має важливе значення. Історія розвитку ринкових економік демонструє, що торгівля як атрибут будь-якого суспільства існує в усіх економічних

формаціях і відображає рівень розвитку товарно-грошових відносин, носієм яких вона є [9, с. 6]. Саме торгівля є серцевиною сфери обігу та однією з ключових галузей всієї економіки держави та її регіонів, що продовжує сьогодні динамічний розвиток через розгорнуту мережу оптових і роздрібних підприємств, які забезпечують зберігання, транспортування й реалізацію товарної продукції, предметів споживання [8, с. 286].

Найбільш характерною рисою розвитку сучасної торгівлі є глобалізація ритейлу, що безпосередньо впливає на стан і перспективи конкурентоспроможності підприємств торгівлі. Сутність поняття “ритейл” походить від фр. “*retailier*”, що означає “відрізати, розбивати”. В західних публікаціях ритейл використовується як аналог вітчизняної роздрібно-оптової торгівлі [1, с. 5].

Роздрібну торгівлю (в перекладі з англ. “*retail trade*” – “малий бізнес”, з франц. “*retailer*” – “розрізати, дробити”) останнім часом називають “ритейлінгом”, “ритейлом”, подібно дробленню партій товарів для окремих покупців з метою особистого використання [10]. У сучасному бізнес-середовищі практично всі магазини, лотки, ринки, супермаркети і торгові центри є частиною ритейлу, оскільки вони безпосередньо взаємодіють із покупцями і є заключною ланкою процесу купівлі товарів. Відповідно, ритейлер – це роздрібний торговець, який здійснює продаж товару або послуг споживачеві та є останньою ланкою в ланцюжку доставки товару покупцю. Оскільки при цьому розмір торговельної точки фактично не має значення, то ритейлером може бути як невеличкий продуктовий магазин або лоток біля дому, так і величезний супермаркет. Під його визначення підпадають також люди, які займаються продажем –представники мережевого маркетингу та “комівояжери”. Розглядаючи ринок ритейлу в цілому, потрібно зазначити, що він охоплює практично всі сфери бізнесу: малий, середній та великий бізнес. Використання ритейл-технологій дозволяє продавати товар вроздріб великими обсягами, у порівнянні з обсягами продажів оптової торгівлі.

Мережевий ритейл – це мережа одноформатних (рідше різноформатних) магазинів, об’єднаних одним власником, єдиною системою логістики, закупівлі, єдиною товарною політикою, що дозволяє ще більше знизити витрати та запропонувати покупцеві ціни на продукцію значно нижчі, ніж у немережевих торгових точках. Саме це привертає до нього значну кількість споживачів і є чинником зростання прибутку за рахунок оборотності [11].

Дослідження показали, що протягом 2008-2018 рр. вітчизняний ринок роздрібною торгівлі став більш концентрованим, у результаті чого поступово зростає частка операторів найбільших роздрібних мереж. Сьогодні організована торгівля (у т.ч. мережева торгівля) займає близько 55-60% ринку роздрібною торгівлі України, ринки, відповідно, 40-45%.

У наукових працях торговельна мережа трактується як сукупність торговельних об'єктів, що функціонують за єдиними принципами управління та керуються з єдиного центру, об'єднані однотипною назвою (вивіскою), асортиментною і ціновою політикою, стратегією розвитку і функціонування та реалізують принаймні одну з основних переваг мережевої компанії у порівнянні з окремим торговельним об'єктом [9, с. 17]. Їх важлива роль у соціально-економічному розвитку України забезпечується завдяки таким перевагам: здатність ефективно функціонувати в умовах світової тенденції глобалізації та в умовах жорсткого конкурентного середовища; економія ресурсів на масштабах діяльності та їх концентрації; володіння кваліфікованими кадрами; залучення капіталу для організаційного розвитку на більш вигідних умовах; централізоване виконання низки управлінських функцій, зокрема організація товаропостачання магазинів на логістичних засадах із використанням результатів маркетингових досліджень ринку; вільний вибір товаропостачальників, які виробляють більш конкурентоспроможні товари та володіють при цьому більш вигідною товарною пропозицією, гарантованою якістю товарів і можливістю їх реалізувати за нижчими цінами у порівнянні з немережевими торговельними об'єктами тощо [3, с. 15].

Відзначаючи роль торговельних мереж в Україні, Н. Голошубова зазначає, що “в роздрібній торгівлі функціонують торговельні мережі по типу структур з відпрацьованими стандартизованими

бізнес-процесами, розвиненою системою менеджменту та сформованою корпоративною культурою, завдяки чому їх магазини мають можливість використовувати вищу якість обслуговування покупців” [3, с. 15].

Аналізуючи різновиди торговельних мереж, варто зазначити, що розвиток торговельних мереж є досить нерівномірним як за областями, так і за населеними пунктами. Починаючи з 2000 року, на території України з'являються міжнародні торговельні мережі, що дають поштовх до реформування національних торговельних мереж. Так, за географічним покриттям в Україні нараховується 11 національних операторів роздрібною торгівлі продовольчими товарами (за даними GT Partners Ukraine [12]). Інші здійснюють свою діяльність у межах або декількох регіонів (регіональні мережі), або однієї області (локальні мережі). Найбільшу територію покриття займають магазини компанії Fozzy Group, що розташовані у 23 областях України [13].

У табл. 1 представлені найбільш поширені національні торговельні мережі роздрібною торгівлі.

Важливою ключовою особливістю моделі роздрібною торгівлі є її формат. У сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки в галузі торгівлі відбуваються структурні зміни, пов'язані з виникненням і активним просуванням на ринок торговельних форматів, що використовують прогресивні технології продажів, ефективний менеджмент, сучасні інформаційні й логістичні системи, які надають покупцям широкий спектр супутніх послуг. Нині на вітчизняному ринку представлені такі різновиди торговельних форматів ритейлу: гіпермаркет, супермаркет і “магазин біля дому”, основна відмінність між якими полягає у різниці між площею та торговельною політикою. За більшої деталізації до них додаються формат “дискаунтер” і “кеш енд керрі”. Загалом можна виділити 26 можливих форматів магазинів [5, с. 255].

Таблиця 1

Національні мережі роздрібною торгівлі в Україні

№ пор.	Керуюча компанія	Центр. офіс, місто	Торговельні мережі	Економіко-географічні райони покриття	Кількість областей покриття
1	ТОВ “Фоззі-Фуд”	Київ	Сільпо, Фора, Фоззі, Бумі-маркет	5	23
2	ТОВ “Рітейл Тренд”	Київ	Фуршет	5	20
3	ТОВ “Квіза Трейд”	Київ	Велика кишеня, Просто-маркет	5	19
4	ТОВ “ЕКО”	Київ	ЕКО-маркет	5	16
5	ТОВ “Metro Cash & Carry Україна”	Київ	Metro	5	15
6	Volwest Group	Луцьк	Наш край	5	14
7	ПрАТ “Євротек”	Київ	Соки, Квартал, Арсен, Фреш-маркет	5	11
8	ТОВ “АТБ-маркет”	Дніпро	АТБ	4	14
9	ТОВ “СПАР Україна”	Київ	SPAR	4	9
10	ТОВ ПП “Білла-Україна”	Київ	Billa	4	9

Джерело: розроблено авторами за даними [10, 13]

Аналіз тенденцій розвитку торговельних мереж в Україні показав, що відбувається постійне оновлення наявних форматів: замість формату “гастроном” з’являються магазини форматів “дискаунтер” та “магазин біля дому”; невід’ємним атрибутом великих міст та однією з найбільш популярних форм організації торговельного простору міста стають “моли” (moll) – багатофункціональні торговельні комплекси; набуває популярності відомий всім зручний формат роздрібною торгівлі – універмаг, в якому конверсія відвідувачів-покупців вдвічі або втричі вище, ніж у торговому центрі.

Найпоширенішими представниками мережевого ритейлу є супермаркети, що пропонують великий асортимент товарів першої необхідності з переважно продовольчим асортиментом та гіпермаркети – їх найбільший тип, який є динамічним сегментом роздрібною торгівлі, як правило, розташований у місцях, віддалених від місць проживання населення [4, с. 255]. Дискаунтер (“економічний супермаркет”) приваблює покупців низькими цінами та близьким розташуванням біля дому. Лідируючі позиції на ринку зберігають мережа магазинів компанії Fozzy Group і забезпечують зростання більшою мірою за рахунок активного розширення мережі в форматах “магазин біля дому” та міні-маркет. Багато торговельних мереж намагаються охопити саме цей сегмент ринку, відкриваючи нові торговельні точки. Отже, власники намагаються використовувати магазини різних форматів з метою якомога більшого залучення кількості споживачів у власну торговельну мережу.

Про тенденції розвитку торговельних мереж свідчать дані Державної служби статистики України, першочергово – щодо динаміки основних

діючих об’єктів роздрібною торговельною мережі, таких як супермаркети (продовольчі магазини з торговою площею від 400 до 2499 м²) та гіпермаркети (продовольчі магазини з торговою площею від 2500 м² і більше). Аналіз показав, що на тлі скорочення загальної кількості магазинів в Україні кількість супермаркетів та гіпермаркетів поступово зростає, а їх частка у загальній кількості торговельних підприємств у 2018 році зросла майже у 2,5 рази у порівнянні із 2009 роком (з 1,73% до 4,22%) [14]. За статистичними даними України, оборот роздрібною торгівлі України протягом 2018 року становив 829834,7 млн грн (при цьому приріст порівняно з минулим роком склав 94813,7 млн грн або 25,6%) [14]. Зважаючи на такі тенденції, підприємства торгівлі суттєво знизили обсяги діяльності, що, у свою чергу, спричиняє необхідність пошуку нових методів управління їх розвитком.

У світовій торговельній практиці активно використовуються такі методи управління розвитком торговельних мереж як: організаційне проектування, реструктуризація, реорганізація, реінжиніринг, бенчмаркінг, аутсорсинг і франчайзинг, стисла характеристика яких наведена у табл. 2.

Досліджуючи проблеми розвитку торговельних мереж в Україні, можна відзначити, що головними є: зростання комунальних витрат та підвищення орендних ставок; втручання контролюючих органів у діяльність підприємств; нестача якісних торгових площ; погіршення взаємовідносин із постачальниками через затримку платежів з боку мереж; проблеми з платіжним балансом через боргові зобов’язання мереж, що викликані попередньою політикою екстенсивного розвитку; проблеми з наймом персоналу тощо [6, с. 140; 7, с. 110].

Таблиця 2

Характеристика найбільш поширених методів управління розвитку мережевого ритейлу в Україні

№ пор.	Назва методу	Зміст	Приклади
1	2	3	4
1	Аутсорсинг	Виконання певних завдань або деяких бізнес-процесів сторонньою організацією, що зазвичай не є профільними для її бізнесу, проте необхідних для його повноцінного функціонування	Програма стимулювання збуту “Мягков Drive” (“Fozzy Group”) спільно з маркетинговою компанією “IMS Ukraine”
2	Бенчмаркінг	Зіставлення результативності складових бізнесу організації з іншими організаціями в конкурентному середовищі та генерування пропозицій щодо поліпшення діяльності, а також розробка внутрішньокорпоративних стандартів порівняно з конкурентами	Використовують усі торговельні підприємства, однак із різною результативністю конкурентних стратегій розвитку
3	Організаційне проектування	Забезпечення максимального зближення локальних цілей і завдань підрозділів з метою і завданнями організації в цілому	Торговельна мережа дискаунтера “АТБ”, супермаркетів “Фуршет” у регіональних центрах
4	Реорганізація (в т.ч. глобальне переформатування)	Процес перетворення, перебудови, зміни структури та функцій підприємств, установ, організацій (злиття, поглинання, приєднання, поділ, виділення та перетворення тощо)	Мережа АТБ поглинула супермаркети “Барвінок”, “Колібрис”, ритейлер “АШАН” поглинув гіпермаркети “Караван”, мережа Varus – компанія BILLA

1	2	3	4
5	Реструктуризація	Управління структурними змінами під впливом зміни ринкової кон'юнктури, метою чого є підтримка оптимальної відповідності організаційно-функціональної моделі компанії та її стратегії (в першу чергу продуктової)	створення ВТМ або "private label" (у "Fozzy Group" - "Премія", у "Metro" – ТМ "Аро", у "Фуршет" – 18 товарних груп, у мережі EVA – 36 тощо)
6	Франчайзинг	Підприємницька діяльність, згідно з якою одна сторона (франчайзер) передає іншій (франчайзі) на договірній основі та за винагороду на визначений строк або без зазначення такого: право використання торговельної марки, знаку обслуговування; фірмового (торгового) найменування; послуг; технологічного процесу; ноу-хау; комерційної інформації	Проекти "Два гусаки", "Наш край", "Картопляна хата", "Суші-студію", "Dia West Комп'ютерний світ", "Меблі прогрес", "Мак Смак", SPAR, Sela, "Наша ряба", "Фокстрот" тощо

Джерело: складено та модифіковано авторами за даними [2, с. 132-134], [15].

Незважаючи на окреслені проблеми, мережевий ритейл продовжує розвиватися значними темпами, про що свідчать такі тенденції змін у поведінці учасників ринку: зростання кількості мережевих магазинів, у т.ч. тих, що функціонують за франчайзингом; поява нових форматів і концептів; зміна вимог до торговельного обладнання; попит на дизайнерські рішення в оформленні торгових об'єктів; відповідність європейським вимогам щодо екологічності та енергозбереження тощо.

Так, за результатами 2018 року в Україні відкрито понад 600 мережевих магазинів, а лідери продовольчого ритейлу збільшили площі своїх мереж на 162,6 м². Їх переважна кількість оптимізували власні мережі завдяки реалізації таких заходів: закриття неприбуткових та збиткових торговельних точок; зменшення орендованих

торгових площ у форматах магазинів; розвиток стратегії мультиформатності тощо [4]. Аналіз показав, що за обсягом чистого доходу в 2018 році найбільш потужними торговельними компаніями в Україні були наступні: АТБ, Fozzy Group, "Auchan Україна" (рис. 1).

Аналіз діяльності топ-10 продуктової мереж України показує, що більшість ритейлерів продовжує робити ставку на збільшення кількості торгових точок [13]. Беззаперечним лідером та найбільшим ритейлером країни залишається концерн АТБ, який у 2018 році як за обсягом виручки, так і за кількістю магазинів збільшив мережу на 111 об'єктів – до 835 торгових точок, у тому числі поглинувши частину західноукраїнської мережі "Барвінок" [13].

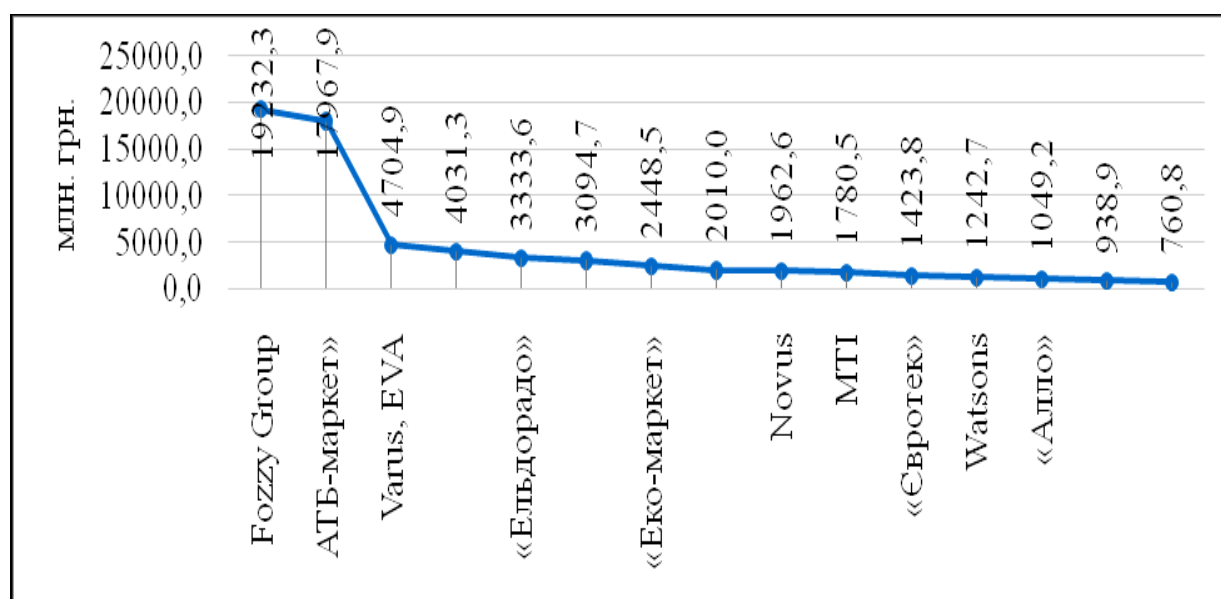


Рис. 1. Динаміка показників діяльності провідних торговельних мереж в Україні у 2018 році

Джерело: розроблено авторами за даними [15]

Всі магазини компанії зі штаб-квартирою в Дніпрі працюють під одним брендом, незалежно від регіону, площі та формату. Другу сходинку утримує колись найбільш прибуткова FMCG-група України – Fozzy Group, завдяки розвитку декількох брендів: гіпермаркетів Fozzy Cash&Carry, супермаркетів Сільпо та «магазинів біля дому» Фора. Група відкрила за рік 59 магазинів, однак загальна кількість торгових точок ритейлера збільшилася лише на 8 – до 530 об'єктів, що пов'язано з появою в портфелі компанії нового бренду – мережі дискаунтерів Thrash, яка розвивається в тому числі на площах, що раніше використовувалися під магазини Сільпо [13]. Таким чином, в останні роки відстежуються різні за глибиною та масштабами проведення зміни в розвитку мережевої торгівлі, в т.ч. відбулися зміни у поведінці споживачів, їхніх перевагах щодо вибору продуктів та послуг, а також ключових факторах, що забезпечують позитивну динаміку розвитку ритейлінгового бізнесу.

Необхідно відзначити найбільш поширені тренди розвитку мережевого ритейлу у 2018 році, що є підґрунтям подальшого екстраполяційного прогнозу його діяльності на найближчі роки.

Першочергову важливість отримує *купівельний досвід* (“customer experience”, “customer journey”), оскільки в умовах жорсткої конкуренції на ринку кожен ритейлер намагається подати себе в кращому світлі та вигідно відрізнятись від своїх конкурентів. Тому тепер в якості міри оцінки успіху буде використовуватися новий показник – *купівельний досвід на одиницю площі* [6, с. 142]. Крім того, кількість *відповідальних покупок* буде тільки зростати. Продовжиться зростання кількості відповідальних покупок, які приймають рішення про покупку з урахуванням безлічі факторів, і ціна товару в такому випадку не є визначальною. Ця нова генерація покупців, тактику яких визначає покоління мілленіалів, впливає на ритейлерів, змушує їх реагувати на нові віяння через використання інноваційних технологій розвитку теорії менеджменту [16].

Розвиток омніканальності. Про важливість глобального тренду останніх років – стратегії омніканальності та перспективи її впровадження говорять всі експерти. Все більше ритейлерів прагнуть до цього підходу в продажах – в гонитві за істинно “безшовним” *купівельним досвідом* вони освоюють нові технології, щоб поліпшити комунікації з клієнтом, зробити процес його покупки максимально простим і приємним. Але на поточний момент жодна торговельна мережа не може похвалитися справжньою омніканальною моделлю бізнесу [17].

На ринку роздрібною торгівлі (ритейлу) й досі існує деяка плутанина поняття “омніканальності” і “мультиканальності”, що припускає використання різних каналів комунікацій (онлайн і офлайн-магазини, пошта, “чат-боти” на сайті і в мобільному додатку, месенджери тощо). Омніканальність дає можливість зв'язати всі ці канали в єдину систему і забезпечити їх повну інтеграцію, яку завершує бездоганна робота служб логістики. Основний

бар'єр на шляху до омніканальності – технологічні та операційні зміни. Для впровадження стратегії омніканальності ритейлеру знадобиться вирішити цілий спектр завдань – від інтеграції пристроїв і створення взаємопов'язаних каналів передачі даних до коригування бізнес-процесів у всіх каналах продажів: маркетингу, планування асортименту, логістики, післяпродажної підтримки тощо.

Важливо також відзначити, що в Україні активно продовжуватиме *розвиватися електронна комерція*, яка дозволяє покупцям вибирати товари за вигідними цінами, не виходячи з дому, а ритейлерам – заощадити на оренді та утриманні торгових площ. Україна має колосальний потенціал до зростання електронної торгівлі, адже українці зараз купують онлайн лише 3% товарів, решту – в традиційних магазинах та на ринках. Так, наприклад в Англії частка інтернет-торгівлі становить 15%, у Китаї – понад 15%, у США – 10%. Купівля товарів через інтернет-мережу в Україні у першому півріччі 2017 р. у півтори рази перевищила показники 2016 р., приріст склав 44%, а обіг – 6 млрд грн. Згідно з прогнозами виручка підприємств електронної торгівлі у 2019 р. може скласти 65 млрд грн [17].

Необхідно також підкреслити, що з кожним роком буде посилюватися вплив *штучного інтелекту* в роздрібній торгівлі. Згідно з прогнозами до 2020 року близько 85% всіх угод відбуватиметься з використанням можливостей штучного інтелекту, а в 2019 році почнеться масштабне практичне використання цих можливостей. Магазини без продавців, супермаркети без відвідувачів, автоматизовані точки продажів вуличної торгівлі – ці та інші формати вже сьогодні працюють в США і країнах Європи, і зовсім скоро вони з'являться і у нас, в Україні.

Отже, мережевий ритейл сьогодні – галузь, що динамічно розвивається, яку підштовхує примхливий *купівельний попит*, оскільки кожне нове покоління клієнтів стає більш вимогливим за попереднє. На думку провідних вітчизняних і зарубіжних експертів, у нинішньому році продовольчий роздріб очікують глибокі зміни: великі формати будуть сповільнювати свій розвиток, продовжать активно розвиватися дискаунтери і “магазини біля дому”, торгові точки спеціалізованого ритейлу – магазини екопродуктів, сирів, пива. Набиратимуть обертів експерименти з digital-технологіями: каси самообслуговування, розрахунки за допомогою мобільних терміналів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Резюмуючи проведені дослідження, доцільно відзначити, що сьогодні ринок роздрібною торгівлі змінюється і ця тенденція продовжує тривати. Багатьом гравцям ринку необхідно переглянути існуючі бізнес-підходи та працювати над створенням нових моделей, що відповідають викликам сучасності і цінностям споживачів. Загальна діджиталізація продовжить набирати обертів, а розвиток ринку визначатимуть технології, які допоможуть підвищити ефективність бізнесу і дозволить залишатися успішними в умовах високої конкуренції. Основними напрямками ведення

ефективної конкурентної поведінки провідних торговельних мереж протягом найближчих років, що стануть перспективами наступних досліджень, є наступні: продовження процесів реструктуризації та реорганізації торговельних мереж; розробка різних форматів мереж та їх структурування; використання нішової спеціалізації та розвитку компетентності персоналу торгівлі; активізація розробок власних торговельних марок; розвиток міжнародної співпраці тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Актуальні проблеми розвитку внутрішньої торгівлі України / В. В. Апопій // Торговля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Апопій В. В., Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. – Вип. 18. – С. 5-11.

2. Вудвуд В. В. Сучасні методи управління розвитком торговельного підприємства України в умовах нестабільності економіки / В. В. Вудвуд // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2012. – № 3 (54). – С. 131-135.

3. Голошубова Н. Розвиток торговельних мереж в Україні / Н. Голошубова // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 15-24.

4. Інноваційний розвиток підприємств сфери торгівлі: світові тенденції та практика в Україні : монографія / [С. А. Давимука, Л. І. Федулова, Н. М. Попадинець та ін.; за заг. ред. С. А. Давимуки]; ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України”. – Львів, 2016. – 432 с.

5. Лиса С. С. Класифікація форматів та особливості розвитку роздрібно торгівлі України / С. С. Лиса // Вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. – 2017. – Вип. 15. – С. 254-258.

6. Лісіца В. В. Сучасні тренди в розвитку мережевого ритейлу / В. В. Лісіца // Мережевий бізнес і внутрішня торгівля України та країн СНД : матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 20-21 квітня 2016 року). – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 139-142.

7. П'ятницька Г. Т. Переваги і недоліки розвитку великих торговельних мереж на ринку роздрібно торгівлі продовольчими товарами / Г. Т. П'ятницька // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 4. – С. 103-113.

8. Распопова В. Торговля як індикатор ефективності регіонального управління / В. Распопова // Торговля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2001. – Вип. 12. Т. III. – С. 286-290.

9. Власова Н. О. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку : монографія / Н. О. Власова, О. В. Колочкова; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Х. : АдвАТМ, 2012. – 255 с.

10. Інформаційний сайт роздрібно торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.retailstudio.org>.

11. Торговельні мережі оптимізують бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/uk/publication/8-torgovelni-merezhi-optimizuyut-biznes>.

12. GT Partners Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://gtpartners.com.ua/>.

13. Топ-10 продуктових мереж України за кількістю магазинів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldfood.com.ua>.

14. Офіційний веб-ресурс Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

15. Підсумки 2017 року FMCG: поглинання, нові формати, відкриття, злети і падіння [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/vidkrittya/itogi-fmcg/>.

16. Клименюк М. М. До питання вибору напрямку розвитку теорії менеджменту / М. М. Клименюк, С. І. Бай, А. М. Безус // Економіка та держава. – 2017. – № 5. – С. 10-12.

17. Топ-6 трендів роздрібно торгівлі в 2019 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyni/top-6-trendov-torgovli-2019>.

REFERENCES

1. Apopij, V. V. (2015), Aktual'ni problemy rozvytku vnutrishn'oi' torgivli Ukrainy, Torgivlja, komercija, pidpryjemnyctvo: zbirnyk naukovykh prac', redakc. kol.: Apopij V.V., Kucyk P.O., Semak B.B. ta in., L'viv'ska komercijna akademija, L'viv, vyp. 18, pp. 5-11.

2. Vudvud, V. V. (2012), Suchasni metody upravlinnja rozvytkom torgovel'nogo pidpryjemstva Ukrainy v umovah nestabil'nosti ekonomiky, Naukovyj visnyk Poltav'skogo universytetu ekonomiky i torgivli, № 3 (54), pp. 131-135.

3. Goloshubova N. (2011), Rozvytok torgovel'nykh merezh v Ukraini, Tovary i rynky, № 1, pp. 15-24.

4. Innovatsijnyj rozvytok pidpryjemstv sfery torhivli: svitovi tendentsii ta praktyka v Ukraini : monohrafiia / S. A. Davymuka, L. I. Fedulova, N. M. Popadynets' ta in.; za zah. red. S. A. Davymuky (2016), DU “Instytut rehional'nykh doslidzhen' imeni M. I. Dolishn'oho NAN Ukrainy”, L'viv, 432 s.

5. Lysa, S. S. (2017), Klasyfikacija formativ ta osoblyvosti rozvytku rozdrubnoi' torgivli Ukrainy, Visnyk Mykolai'vs'kogo nacional'nyj universytet imeni V.O. Suhomlyns'kogo, vyp. 15, pp. 254-258.

6. Lisica, V. V. (2016), Suchasni trendy v rozvytku merezhevogo rytejlju // Merezhevyj biznes i vnutrishnja torgivlja Ukrainy ta kraj'n SND: materialy VI Mizhnarodnoi' naukovy-praktychnoi' internet-konferencii' (m. Poltava, 20-21 kvitnja 2016 roku), PUET, Poltava, pp. 139-142.

7. P'iatnyts'ka, H. T. (2013), Perevahy i nedoliky rozvytku velykykh torhovel'nykh merezh na rynku rozdrubnoi' torhivli prodovol'chymy tovaramy, Aktual'ni problemy ekonomiky, № 4, s. 103-113.

8. Raspopova V. (2001), Torgivlja jak indyktor efektyvnosti regional'nogo upravlinnja, Torgivlja i ryнок Ukraïny: temat. zb. nauk. pr., DonDUET, Donec'k, Vyp. 12. T. III., pp. 286.

9. Vlasova, N. O. and Koljuchkova, O. V. (2012), Rozdribni tovgovel'ni merezhi: regional'ni faktory rozvytku [Tekst]: monografija / Harkivs'kyj derzhavnyj universytet harchuvannja ta tovgivli, AdvATM, Harkiv, 255 s.

10. Informatsijnyj sajt rozdribnoi torhivli Ukrainy, available at: <http://www.retailstudio.org>.

11. Torgovel'ni merezhi optymizujut' biznes, available at: <http://www.visnuk.com.ua/uk/info/8-torgovelni-merezhi-optimizuyut-biznes>.

12. GT Partners Ukraine, available at: <http://gtpartners.com.ua/>.

13. Top-10 produktovykh merezh Ukrainy za kil'kistiu mahazyniv, available at: <http://www.worldfood.com.ua>.

14. Ofitsijnyj veb-resurs Derzhavnoi sluzhby statystryky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

15. Pidsumky 2017 roku FMCG: pohlynannia, novi formaty, vidkryttia, zlety i padinnia, available at: <https://rau.ua/novyni/vidkryttia/itogi-fmcg/>.

16. Klymeniuk, M. M. Baj, S. I. and Bezus, A. M. (2017), Do pytannia vyboru napriamu rozvytku teorii menedzhmentu, Ekonomika ta derzhava, № 5, s. 10-12.

17. Top-6 trendiv rozdribnoi torhivli v 2019 rotsi, available at: <https://rau.ua/novyni/top-6-trendov-torgovli-2019>.

Стаття надійшла до редакції 05 березня 2019 р.

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 658:061.5

Куцик П. О.,

ORCID ID: 0000-0001-5795-9704, Researcher ID: G-9204-2019,

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

Ковтун О. І.,

ORCID ID: 0000-0003-2380-520X, Researcher ID: E-9505-2019,

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

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК АДАПТИВНА СТРАТЕГІЧНА АЛЬТЕРНАТИВА ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** Проблема адаптації підприємства до умов невизначеності динамічного ринкового середовища, його мінливих запитів і пропозицій, його різноманітних потреб та викликів полягає у формуванні відповідної адаптивної стратегії. В якості адекватного варіанта такої стратегії для дій в умовах динамічного бізнес-середовища розглядаються стратегії диверсифікації, які передбачають зміни різних параметрів традиційної діяльності підприємства відповідно до змін запитів, умов, можливостей і загроз цього середовища. В цих стратегічних альтернативах для вітчизняних підприємств пропонується застосовувати диверсифікацію їх функціонування і розвитку як засіб адаптації до зовнішнього середовища. Розглядаються й обґрунтовуються різноманітні варіанти диверсифікації діяльності підприємства, а також рівні, аспекти та фактори її здійснення. Визначені умови і критерії прийняття рішення про диверсифікацію діяльності підприємства та вибору конкретного дискретного варіанта (конкретної дискретної стратегічної альтернативи) диверсифікації.*

Ключові слова: стратегія підприємства, стратегія бізнесу, стратегічні альтернативи, диверсифікація діяльності, стратегії диверсифікації діяльності підприємства.

Kutsyk P. O.,

ORCID ID: 0000-0001-5795-9704, Researcher ID: G-9204-2019,

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

Kovtun O. I.,

ORCID ID: 0000-0003-2380-520X, Researcher ID: E-9505-2019,

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

DIVERSIFICATION OF ACTIVITY AS AN ADAPTIVE STRATEGIC ALTERNATIVE FOR THE ENTERPRISE

***Abstract.** The problem of enterprise adaptation to the conditions of uncertainty of the dynamic market environment, its changeable requests and proposals, and its various needs and challenges lies in the formation of an appropriate adaptive strategy. As an adequate option of such strategy for action in the conditions of dynamic business-environment, diversification strategies are considered, which involve changing various parameters of the traditional enterprise activity in accordance with the changes in demands, conditions,*

possibilities, and threats of this environment. In these strategic alternatives for domestic enterprises it is proposed to apply diversification of their functioning and development as means for adaptation to the external environment. Various options of diversifying enterprise activity are considered and substantiated, as well as levels, aspects, and factors of its implementation. The conditions and criteria of making a decision on diversification of enterprise activity and selecting a specific discrete variant of diversification (specific discrete strategic alternative) are determined.

Key words: enterprise strategy, business strategy, strategic alternatives, activity diversification, strategies of enterprise activity diversification.

JEL Classification: D21; L10; L19; L20

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-07>

Постановка проблеми. Для сучасних підприємств особливо актуальною є проблема адаптації до умов мінливого зовнішнього середовища, яке є надзвичайно динамічним в умовах глобалізації. Дослідження зарубіжних та вітчизняних економістів [1-11] переконливо свідчать, що підприємству для того, щоб бути успішним в бізнесі тривалий час в умовах динамічного зовнішнього середовища, потрібно бути готовим і здатним до здійснення зміни різних параметрів своєї діяльності у відповідності до слабких сигналів, які йому подає це зовнішнє ринкове середовище, оскільки успішність, майбутня прибутковість підприємства насамперед залежить від зовнішнього середовища, його умов, запитів та викликів та здатності підприємства адекватно на них реагувати.

Готовність та можлива адаптивна реакція на фактичні чи можливі в перспективі зміни в зовнішньому середовищі, що можна описати як певний галузево-ринковий сегмент ведення бізнесу підприємством, який враховує також і умови (фактори) макросередовища (соціальні, політичні, економічні і технологічні), визначається в його стратегії.

Відтак проблема адаптації підприємства до умов динамічного ринкового середовища, його запитів і пропозицій, його потреб та викликів полягає у формуванні відповідної адаптивної стратегії. Варіантом такої стратегії для дій в умовах динамічного бізнес-середовища є стратегії диверсифікації, які передбачають зміни різних параметрів традиційної діяльності підприємства відповідно до змін запитів, умов, можливостей і загроз цього середовища.

Постановка завдання. Проблемі стратегічного менеджменту загалом та стратегії підприємства як інструменту формування його адаптивної поведінки щодо ключових питань його функціонування та розвитку на перспективу, зокрема, присвячені праці багатьох зарубіжних (А. Аакера, І. Ансоффа, З. Зука, А. Томпсона мол., А. Стрікланда, М. Портера, Кім В. Чана, Р. Моборн, Х. К. Харилло, Г. Клейнера, А. Градова та інших) та вітчизняних (В. Василенко, В. Герасимчука, Г. Кіндрацької, А. Міщенко, В. Пономаренко, А. Наливайко, З. Шершньової) науковців. Завданням нашого дослідження і резюмеючої його публікації є визначення змісту, логіки та альтернатив стратегії диверсифікації, критеріїв та причин їх обрання як адаптивної реакції на зміни в ринковому середовищі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегія згідно з визначенням А. А. Томпсона-мол. та А. Дж. Стрікланда [10, с. 41-42] є його адаптивною реакцією на поточні і можливі майбутні, які індукуються за слабкими сигналами, зміни в зовнішньому середовищі. Вона слугує менеджменту підприємства утилітарним інструментом, який визначає, задає логіку бізнесової поведінки та розвитку підприємств, у тому числі і торговельних, щодо забезпечення їх тривалої конкурентоспроможності та прибутковості в динамічному ринковому середовищі. Таким чином стратегія виконує роль інструменту адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища, оскільки передбачає окреслення альтернативних дій щодо досягнення довгострокових цілей розвитку підприємства і фактично описує альтернативну бізнес-модель (як спосіб ведення бізнесу та конкуренції), яку обирає підприємство серед можливих альтернатив для забезпечення своєї прибутковості в динамічному бізнес-середовищі. Вона повинна показувати, як підприємство повинно діяти зараз, у сьогоденній ситуації та умовах, щоб досягти бажаного стану в майбутньому, виходячи з того, що середовище існування та функціонування підприємства буде змінюватися. Натомість альтернативність є ознакою наявності декількох дискретних варіантів стратегічних рішень та дій щодо ключових аспектів функціонування та розвитку підприємства, параметри яких з точки зору оцінки можливостей і загроз та переваг і недоліків (що, до речі, можна визначити за методикою SWOT-аналізу) змінюються в динамічному зовнішньому середовищі, під впливом факторів цього середовища. Відтак альтернативність в стратегічному виборі передбачає наявність альтернативних варіантів вирішення тієї чи іншої стратегічної проблеми підприємства (наприклад, проблеми розвитку та інвестування, позиціонування на ринку, диверсифікації або навпаки, спеціалізації, діяльності за різними ознаками, способів забезпечення конкурентних переваг, відносин з конкурентами і партнерами тощо), які відповідають різним можливим ситуаціям в зовнішньому бізнес-середовищі.

Для успішної довготривалої діяльності в умовах динамічного ринкового середовища підприємству пропонується така стратегічна альтернатива, як диверсифікація діяльності. При цьому диверсифікація може торкатися різних аспектів діяльності,

але конкретно вона має торкатися насамперед тих аспектів його діяльності та розвитку, щодо яких вловлюються слабкі сигнали про початок змін або про можливі перспективні зміни в зовнішньому середовищі, зі сторони цього середовища. Такими аспектами, щодо яких потрібно здійснювати зміни-диверсифікацію, можуть бути: продукти, ринки, вид діяльності, технології виробництва та доступу на ринки, у т. ч. розвиток інформаційних технологій та їх імплементація у всі сфери життя та бізнесу, різноманітні інновації, функціональне виконання діяльності щодо задоволення потреб клієнтів-споживачів в продукті (товарах чи послугах) бізнесу підприємства (наприклад, розробка технології виробництва і виготовлення прототипів нових продуктів і реалізація патентів на їх використання для масового виробництва продукції (надання послуги), реалізація (гуртова, роздрібна) продукту, післяприватизаційне обслуговування тощо), тип клієнтів, географічний ринок тощо. Аспект диверсифікації діяльності підприємством має обиратися в залежності від отриманих слабких сигналів від зовнішнього середовища про фактичні (початок) і можливі майбутні зміни в кон'юнктурі, конкуренції, смаках споживачів, технологіях виробництва, технологіях доступу до ринку, в фінансовій системі, кліматі, законодавстві тощо.

Враховуючи вищезазначене, акцентуємо увагу на тому, що диверсифікація може стосуватися: 1) бізнесу підприємства (диверсифікація в різні сфери чи галузі бізнесу); 2) аспектів окремого бізнесу (диверсифікація в межах певного бізнесу стосовно ринків, продуктів, технологій, постачальників тощо та стосовно включення в ланцюжок створення вартості продукту бізнесу підприємства нових бізнес-процесів тощо); 3) самих бізнес-процесів (диверсифікація стосовно окремих аспектів в межах кожного бізнес-процесу). Натомість обґрунтування напрямів та втілення диверсифікації на підприємстві з метою забезпечення його конкурентоспроможності має відбуватися через відповідну стратегію — стратегію диверсифікації. У загальному вигляді така стратегія фактично є системою орієнтування підприємства щодо пропонування напрямку і параметрів диверсифікації чи, точніше, інвестування в диверсифікацію за різними аспектами та факторами, які визначають зміст діяльності та розвитку підприємства зі сторони зовнішнього середовища.

До речі, перелік аспектів і факторів, щодо яких потрібна чи можлива диверсифікація, та їх можливі значення, які визначають діапазон диверсифікації, можна визначити за допомогою морфологічної матриці Фріца Цвіккі.

Отже, ця стратегія (диверсифікації) визначає напрями, сприятливі умови й можливості для диверсифікації діяльності підприємства, які необхідні для його адаптивного розвитку та отримання позитивних стратегічних і фінансових результатів. Вона має передбачати об'єднання цілей ринкової (конкурентної та маркетингової), технологічної та інвестиційної політики і бути спрямована на впровадження нових технологій і видів продукції, послуг,

вихід на нові ринки (клієнтські та географічні) тощо. При цьому, як уже було зазначено, за своїм змістом вона повинна охоплювати і враховувати усі бізнес-напрями та бізнес-процеси на підприємстві та їх відображення в зовнішньому середовищі, а точніше, вживаючи термінологію квантової механіки, їх взаємозв'язок, за принципом квантової заплутаності, із факторами зовнішнього середовища, які індукують і повідомляють про необхідність змін.

Сучасна теорія і практика стратегічного менеджменту визначає диверсифікацію в межах певного бізнесу як розвиток певного бізнесу підприємства одночасно в декількох його секторах, галузях чи сферах, на декількох ринках за продуктом, за технологіями, за типом клієнтів-покупців, за географічним ринком тощо. Така (в межах певного бізнесу) диверсифікація полягає в урізноманітненні традиційного напрямку бізнесу підприємства шляхом здійснення входження підприємства на нові сектори цього (традиційного для підприємства) бізнесу, на нові сегменти ринку чи розширення діапазону діяльності в межах цього (традиційного для підприємства) бізнесу за іншими ознаками. Зазначимо, що диверсифікація в межах бізнесу може набувати різноманітних форм та спрямувань: продуктово-асортиментної, технологічної, ринкової, регіональної тощо. Її застосовують підприємства, які мають фінансові та технологічні можливості для зростання в межах бізнесу з метою страхування від негативних впливів змін кон'юнктури на якомусь одному ринку певного виду діяльності підприємства. Її можуть застосовувати як малі, так і великі підприємства за умови, що вони володіють необхідними матеріальними та фінансовими ресурсами, а керівники мають знання та навички.

Якщо говорити про рівень підприємства загалом, то тут можна виокремити основні види стратегії диверсифікації діяльності підприємства (тут вже мова йде про диверсифікацію його бізнесу)[6].

Стратегії концентричної диверсифікації — їх обирають тоді, коли підприємство має намір розвиватися в напрямку нових, але все ж таки подібних до традиційних, сфер товарів, ринків або послуг. Такі стратегії передбачають можливість застосування подібних технологій і каналів розповсюдження.

Стратегії горизонтальної диверсифікації — полягають в тому, що підприємство має намір займатися певною діяльністю в таких секторах, де можна використовувати уже існуючі канали розповсюдження, рекламу, позицію на ринку, щоб забезпечити успіх новим виробам (наприклад, автомобілі-мотоцикли, телевізори-музичні центри або домашні кінотеатри). Отже, стратегії горизонтальної диверсифікації передбачають доповнення асортименту виробами, які не властиві для підприємства, але можуть викликати інтерес у його клієнтів.

Стратегії вертикальної диверсифікації — полягають в тому, що підприємство має намір звернутися або до більш ранніх стадій діяльності, наприклад до виготовлення сировини або упаковки (вертикальна

диверсифікація назад), або до наступних щодо здійснюваної діяльності стадій, наприклад від виробництва сировини (бавовна) до виробництва готової продукції (одяг), від виробництва певної продукції до гуртової або роздрібною торгівлі (вертикальна диверсифікація вперед). Певною мірою вертикальна диверсифікація аналогічна вертикальній інтеграції. Точніше, вертикальна диверсифікація здійснюється шляхом інтеграції, тобто інтеграція є засобом реалізації диверсифікації.

Стратегії конгломеративної диверсифікації – характеризують намір підприємства долучитися до господарської діяльності в нових сферах, з новими технологіями виробництва. Це найскладніші до здійснення стратегії і їх успішна реалізація вимагає від підприємств, щоб вони володіли, по-перше, виробничими потужностями, по-друге, фінансовими ресурсами, по-третє, знаннями у сфері керівництва. Натомість однією з форм зменшення ризику цього виду диверсифікації є створення спільних підприємств.

Вибір стратегії диверсифікації має ґрунтуватися на певних критеріях. Основні критерії для прийняття рішення щодо здійснення диверсифікації (критерії доцільності диверсифікації), якими рекомендують користуватися І. Ансофф та М. Портер при розробці стратегії диверсифікації, такі [2; 3; 8]:

➤ критерій привабливості нової галузі.

Галузь, яка обирається для диверсифікації, повинна бути достатньо привабливою, тобто повинна забезпечувати підприємству прийнятну прибутковість (прийнятний прибуток на вкладений капітал). Натомість привабливість галузі за цим критерієм (прибутковістю), у свою чергу, визначається наявністю в ній сприятливих конкурентного та ринкового середовищ, які і створюють ґрунт для його (підприємства) довгострокової прибутковості. Необхідно зазначити, що привабливість галузі при цьому не визначають за такими критеріями, як швидкі темпи зростання і наявність товарів, які користуються підвищеним попитом, адже це дуже мінливі показники;

➤ критерій витрат на входження в галузь.

Мається на увазі, що витрати на входження у нову галузь не повинні перевищувати потенційний прибуток підприємства від розгортання діяльності в даній галузі. Це обумовлено тим, що, чим привабливіша галузь, тим вищі вхідні бар'єри в неї. Водночас надмірно високі вхідні бар'єри (витрати) на входження в галузь знижують майбутні прибутки підприємства. Але й низькі бар'єри, стимулюючи великий притік нових підприємств в галузь, зумовлюватимуть зниження потенційної прибутковості;

➤ критерій додаткових переваг від диверсифікації за рахунок синергетичного ефекту на основі співпадання ланок ланцюжків вартості традиційних і нових напрямів (галузей) діяльності підприємства.

Мається на увазі, що якщо диверсифікація відбувається у галузях, в яких щодо традиційного бізнесу підприємства існують конкурентно значимі співпадіння (тобто стратегічні відповідності)

ланцюжків вартості, тоді виникає можливість знизити витрати, обмінюватися технологіями та досвідом, створювати цінні компетенції та можливості, ефективно використовувати ресурси підприємства.

Стратегічна відповідність – це співпадання ланок ланцюжка вартості підприємств (підрозділів), яке дозволяє: обмінюватися їм конкурентно цінним досвідом, технологічними „ноу-хау” і можливостями; об'єднувати споріднені види діяльності підприємства; (підрозділів) для скорочення витрат виробництва; спільно, на взаємовигідних засадах використовувати бренди; налагоджувати співпрацю між підприємствами (підрозділами) для створення конкурентно цінних можливостей і ресурсів.

Досягнення стратегічної відповідності можливе тільки в контексті реалізації стратегії спорідненої та комбінованої (як поєднання спорідненої та неспорідненої) диверсифікації.

Відтак стратегічна відповідність між спорідненими підприємствами (підрозділами) створює конкурентну перевагу за рахунок синергетичного ефекту від: обміну ключовими навичками, технологіями, досвідом і рішеннями управління; скорочення витрат; спільного використання брендів; створення нових конкурентно значимих ресурсів та можливостей.

Стратегічну відповідність можна виявити в будь-якій ланці ланцюжка вартості: в НДДКР і технологіях, постачанні, виробництві, продажах і маркетингу, розповсюдженні, адмініструванні (загальному управлінні). При цьому конкурентні переваги, які забезпечує споріднена диверсифікація на рівні стратегічної відповідності окремих конкретних ланок, мають свою, певну галузеву-функціонально-технологічну специфіку.

У підсумку споріднена диверсифікація зумовлює скорочення витрат за рахунок консолідації однієї або декількох ланок ланцюжка вартості різних підприємств однієї корпорації (підрозділів диверсифікованого підприємства), забезпечуючи при цьому так званий ефект міжфірмової кооперації.

Але для отримання синергетичного ефекту у вигляді скорочення (економії) витрат підприємству лише диверсифікуватися в галузі стратегічної відповідності недостатньо, при цьому ще необхідно об'єднати всі ланки ланцюжків вартості, де існує відповідність, в один функціональний підрозділ, враховуючи, причому витрати на таку реорганізацію та втрату підрозділами своєї автономії в результаті такої централізації певних функцій.

На оптимальний результат від диверсифікації можна розраховувати лише при відповідності нової галузі усім трьом критеріям. У випадку, коли галузь потенційної диверсифікації відповідає лише одному чи двом із вказаних критеріїв, тоді рішення щодо диверсифікації діяльності менеджменту підприємства варто дуже ретельно обґрунтувати.

Отже, споріднена диверсифікація за вказаними критеріями є доцільною, коли між ланцюжками вартості підприємств існує стратегічна відповідність.

Більшість підприємств обирають саме диверсифікацію у споріднені галузі, яка забезпечує

підвищення продуктивності за рахунок синергетичного ефекту.

Серед факторів-причин (факторів-умов), що обумовлюють вибір підприємством тієї чи іншої альтернативи цієї стратегії, можна виділити такі ситуації:

- коли ринки є насичені певним продуктом або коли настає стадія “виходу” життєвого циклу продукту і попит на нього різко падає;
- коли підприємство володіє вільними грошовими коштами, які можна вигідно вкласти в інші сфери бізнесу;
- коли новий бізнес в поєднанні з існуючим може принести підприємству синергетичний ефект (наприклад, за рахунок кооперації);
- коли подальший розвиток певного (одного) бізнесу підприємства стримується антимонопольним законодавством;
- коли відбувається скорочення податкових платежів (від диверсифікації) для бізнесу;
- коли виникає спрощення виходу на світовий ринок (за рахунок диверсифікації);

– при можливості кращого використання кадрового, логістичного, виробничого, технологічного, інноваційного та інших компонент потенціалу підприємства.

В таблиці 1 нами наведено цільове призначення та переліки досить типових ситуацій, для яких адекватні та ефективні дискретні типові стратегії диверсифікації.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. В динамічному ринковому середовищі підприємство повинно володіти інструментом, який надає йому можливість і здатність реагувати і адаптуватися до змін в цьому середовищі. Таким інструментом є стратегія, яка визначає логіку адаптивної поведінки підприємства щодо ключових питань (аспектів та факторів) його функціонування та розвитку зокрема і шляхом диверсифікації діяльності в контексті цих аспектів. Диверсифікація є універсальним методом пристосування до змін в динамічному ринковому середовищі, а стратегія обґрунтовує і визначає її (диверсифікації) тип, параметри та реалізацію.

Таблиця 1

Стратегії диверсифікації, їх цільове призначення і типові ситуації застосування[7]

№	Стратегії	Цільове призначення (ключова стратегічна вказівка)	Типові ситуації
1	Концентрична диверсифікація	Створення нових виробництв, які співпадають з профілем бізнесу підприємства	Коли нові профільні продукти можуть пропонуватися на ринку за досить високими конкурентними цінами Коли традиційні продукти знаходяться на стадії завершення їх життєвого циклу Коли організація володіє сильною управлінською командою
2	Вертикальна диверсифікація (пряма та зворотна)	Освоєння нових непрофільних видів діяльності, пов'язаних з забезпеченням (попереднім або наступним) основного бізнесу підприємства	Коли фірма має намір звернутися до більш ранніх стадій діяльності (наприклад, до виготовлення підвузлів або упаковки) Коли організація конкурує в галузі, яка швидко зростає, й очікується продовження розширення ринків збуту Коли фірма має намір звернутися до наступних стадій діяльності (наприклад, до гуртової або роздрібно торгівлі)
3	Горизонтальна диверсифікація	Освоєння випуску нових непрофільних продуктів, але для традиційних споживачів	Коли доповнення нових, але водночас непрофільних продуктів могло би істотно покращити реалізацію традиційних Коли організація конкурує у висококонкурентному і/або нерозвинутому бізнесі Коли традиційні канали збуту можуть бути використані для просування на ринок нових продуктів Коли існує потреба швидкого виходу на ринок нової технології Коли існує потреба полегшення виходу на світові ринки
4	Конгломеративна диверсифікація	Освоєння випуску нових продуктів, які не співпадають з традиційним профілем підприємства	Коли в базовій галузі відбувається зниження обсягів реалізації і прибутку Коли існуючі ринки для продукту організації вже є дуже насиченими

Диверсифікація може торкатися усіх рівнів та різних аспектів діяльності та розвитку підприємства. Визначальними при цьому є стан і тенденції розвитку зовнішнього середовища та їх можливий вплив на поточну і майбутню прибутковість підприємства. Вибір конкретного типу стратегії диверсифікації здійснюється з-поміж переліку дискретних стратегічних альтернатив диверсифікації на основі оцінки інформації про зміни в зовнішньому середовищі та за допомогою чітко сформульованих критеріїв: привабливості нових сфер та аспектів (і їх параметрів) діяльності; рівня витрат на входження в нові сфери чи на зміни певних аспектів бізнесу; додаткових переваг від диверсифікації за рахунок певної синергії.

В наших наступних публікаціях ми розглянемо і проаналізуємо аспекти, фактори і дискретні стратегії диверсифікації за окремими типовими бізнес-процесами підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аакер Д. А. Бизнес-стратегия: от изучения рыночной среды до выработки беспроигрышных решений / Аакер Д. А. – М. : Эксмо, 2007. – 464 с.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / Ансофф И. – СПб. : Питер ком., 1999. – 416 с.
3. Igor H. Ansoff. Strategic Management. 1979. Игорь Ансофф: Стратегическое управление. – М., 1989 // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. – 20.02.2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4155>.
4. Зук К. Стратегии роста компании в эпоху нестабильности / Зук К., Аллен Д. – М. : “Вильямс ИД”, 2007. – 192 с.
5. Кім В. Чан. Стратегія блакитного океану / Кім В. Чан, Рене Моборн. – Х. : Книжковий Клуб “Клуб Сімейного Дозвілля”, 2016. – 360 с.
6. Клейнер Г. Б. Стратегия предприятия / Г. Б. Клейнер. – М. : Дело, 2008. – С. 568.
7. Ковтун О. І. Стратегія підприємства / Ковтун О. І. – Львів : Новий Світ-2000, 2014. – 426 с.
8. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Портер М. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
9. Наливайко А. П. Теория стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.

10. Томпсон-мл. А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / Томпсон-мл. А. А., Стрикленд А. Дж. – К. : Вильямс, 2003. – 924 с.

11. Харилло Карлос Х. Стратегическая логика. Логическая основа решения стратегических проблем бизнеса / Харилло Карлос Х. – М. : Баланс Бизнес-Букс, 2005. – 283 с.

REFERENCES

1. Aaker, D. A. (2007), *Byznes-stratehiya: ot yzucheniya rynochnoy sredy do vyrabotky besproygrnykh resheniy*, Eksmo, M., 464 s.
2. Ansoff Y. (1999), *Novaia korporativnaia stratehiya*, Pyter kom., SPb., 416 s.
3. Igor H. Ansoff. *Strategic Management* (1979), Yhor' Ansoff: *Stratehicheskoe upravlenye*, M., 1989 // *Elektronnaia publykatsiya: Tsentr humanyarnykh tekhnolohyj*. – 20.02.2012, available at: <https://gtmarket.ru/laboratory/basis/4155>.
4. Zuk K. and Allen D. (2007), *Stratehiya rosta kompanyy v epokhu nestabyl'nosti*, “Vyl'iams YD”, M., 192 s.
5. Kim V. Chan and Rene Moborn (2016), *Stratehiia blakytneho okeanu*, Knyzhkovyj Klub “Klub Simejnoho Dozvillia”, Kh., 360 s.
6. Klejner, H. B. (2008), *Stratehiya predpriyatiya*, Delo, M., s. 568.
7. Kovtun, O. I. (2014), *Stratehiia pidpriemstva*, Novyj Svit-2000, L'viv, 426 s.
8. Porter M. (2005), *Konkurentnoe preymuschestvo: Kak dostych' vysokoho rezul'tata y obespechyt' eho ustojchyvost'*, Al'pyna Byznes Buks, M., 715 s.
9. Nalyvajko, A. P. (2001), *Teoriia stratehii pidpriemstva. Suchasnyj stan ta napriamky rozvytku : monohrafiia*, KNEU, K., 227 s.
10. Tompson-ml., A. A. and Stryklend, A. Dzh. (2003), *Stratehicheskyy menedzhment: kontseptsyy y sytuatsyy dlia analiza*, Vil'iams, K., 924 s.
11. Kharyllo Karlos Kh. (2005), *Stratehicheskaiia lohyka. Lohycheskaia osnova resheniya stratehicheskyykh problem byznesa*, Balans Byznes-Buks, M., 283 s.

Стаття надійшла до редакції 03 лютого 2019 р.

УДК 658:061.5

Годунько Р. Б.,

ORCID ID: 0000-0003-4066-4146, Researcher ID: F-8710-2019,

аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

СТРАТЕГІЯ ЯК КОМПЛЕКСНИЙ МЕХАНІЗМ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО ЗМІН ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Анотація. Стаття стосується проблеми адаптації вітчизняних підприємств, зокрема підприємств торгівлі, до діяльності в динамічному ринковому середовищі. Розкриваються зміст, роль та місце стратегії як системного механізму забезпечення адаптивного управління підприємством. Пропонується модель формування та ідентифікації стратегічних альтернатив адаптивної поведінки, на основі яких рекомендується визначати та обирати стратегії ведення бізнесу та розвитку вітчизняних підприємств, зокрема із сфери торговельного бізнесу. В статті стратегія розглядається як системний механізм, що визначає адаптивну логіку поведінки підприємства та забезпечує координацію всіх його функцій і бізнес-процесів на основі імперативу довготривалої конкурентоспроможності та прибутковості. Розглянута фреймова модель (як прототип) формування, представлення та оцінки стратегічних альтернатив (СА) поведінки підприємств, рекомендується як основа для адаптації підприємства до діяльності в різних сценарних умовах розвитку динамічного ринкового середовища.

Ключові слова: бізнес-модель, стратегія, стратегія підприємства, стратегічні альтернативи, фреймова модель формування, представлення та оцінки стратегічних альтернатив.

Godunko R. B.,

ORCID ID: 0000-0003-4066-4146, Researcher ID: F-8710-2019,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

STRATEGY AS A COMPLEX MECHANISM OF ADAPTATION OF AN ENTERPRISE TO THE CHANGES OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT

Abstract. This article concerns the problem of adaptation of the domestic enterprises and in particular trade enterprises to the activity in a dynamic market environment. The contents, place, and role of strategy as a systemic mechanism of supporting adaptive management of an enterprise are discussed. A model of the formation and identification of strategic alternatives of adaptive behavior, which are recommended to form the basis for identifying and selecting strategies of business conduct and development particularly in the area of trade business, is proposed. In this article, a strategy is considered as a systemic mechanism that defines the adaptive logic of enterprise behavior and supports the coordination of all its functions and business-processes on the basis of the long-term competitiveness and profitability imperative. The proposed frame model (as a prototype) of the formation, presentation, and evaluation of the strategic alternatives (SA) of the enterprise conduct is recommended as a basis for the enterprise adaptation to the activity in different scenarios of the conditions of the dynamic market environment development.

Keywords: business-model, strategy, enterprise strategy, strategic alternatives, frame model of formation, presentation and evaluation of strategic alternatives .

JEL Classification: D21; L10; L19; L20

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-08>

Постановка проблеми. Оскільки існують різноманітні варіанти розвитку подій в динамічному ринковому бізнес-середовищі, мають мати місце і різноманітні сценарії вирішення проблем розвитку та забезпечення конкурентоспроможності підприємства в

цьому середовищі. Відтак механізм забезпечення ефективного функціонування сучасних підприємств, у т. ч. тих, які провадять свій бізнес у сфері торгівлі, повинен передбачати наявність у них альтернативних сценаріїв розвитку їх бізнесу в

динамічних умовах конкурентного ринкового середовища. Універсальним засобом, який окреслює альтернативні напрями та визначає адаптивну логіку поведінки та розвитку підприємств в динамічному ринковому середовищі, сучасними теорією та практикою менеджменту розглядається стратегія, в основу якої покладено принцип альтернативності. Стратегія є тим утилітарним інструментом, який визначає, задає логіку бізнесової поведінки та розвитку підприємств, у тому числі і торговельних, з метою забезпечення їх тривалої конкурентоспроможності та прибутковості в динамічному ринковому середовищі. Стратегія як інструмент адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища передбачає окреслення альтернативних дій щодо досягнення довгострокових цілей розвитку підприємства і має уособлювати бізнес-модель, яку обиратиме підприємство серед можливих альтернатив для забезпечення своєї конкурентності, а відтак і прибутковості в динамічному бізнес-середовищі. Натомість альтернативність – це ознака наявності декількох дискретних варіантів стратегічних рішень та дій щодо ключових аспектів функціонування та розвитку підприємства в динамічному зовнішньому середовищі. Альтернативність у стратегічному виборі – це наявність альтернативних варіантів вирішення стратегічної проблеми підприємства (наприклад, проблем розвитку, позиціонування, диверсифікації, забезпечення конкурентоспроможності тощо), які відповідають різним ситуаціям в зовнішньому бізнес-середовищі.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Зазначимо, що проблемі формування дієвих механізмів адаптації підприємств загалом та підприємств торговельного бізнесу зокрема до змінних умов динамічного конкурентного ринкового середовища ведення бізнесу присвячено праці багатьох закордонних та вітчизняних науковців. Серед закордонних вчених, що займалися цією проблемою, варто відзначити Д. Аакера [1], І. Ансоффа [2], М. Портера [3], Дж. Стрікланда, А. Томпсона [4; 5], Г. Мінцберга [6], Г. Клейнера [7], Р. Фатхутдінова та інших.

Значний внесок у розробку проблеми формування механізмів адаптації підприємств, у т. ч. торговельних, зробили й вітчизняні науковці: Ю. Бажал, О. Василенко, А. Гриньов, О. Ковтун [8-10], О. Кузьмін, Н. Краснокутська, А. Наливайко [11], А. Мазаракі [12], Б. Мізюк [13] та інші.

Однак широкий спектр питань, які стосуються визначення дієвих механізмів та форм адаптації (як передумови для стійкого успіху) підприємств загалом і торговельних - зокрема в стратегічному контексті їх функціонування та розвитку ще недостатньо досліджені, вивчені та з'ясовані. Зокрема, це питання формування системи стратегій та ефективної системи управління адаптивним розвитком підприємства на їх основі тощо. Це обумовлює необхідність та актуальність нашого дослідження.

Постановка завдання. Необхідно відзначити, що підприємствам для підвищення прибутковості свого бізнесу насамперед треба адаптуватися до умов зовнішнього середовища у відповідності до найбільш адекватної (ефективної) стратегії, яка

вказуватиме основні напрями та рівень пропонування інвестицій як щодо бізнесів підприємства, так і щодо формуючих їх бізнес-процесів (ланок ланцюжка вартості) та щодо складових-факторів останніх, які (напрями та рівні пропонування інвестицій) мають визначатися відповідно до критерію їх віддачі за рівнем зростання обсягів продаж, прибутків, частки ринку тощо. Оскільки, як показують практика сучасного бізнесу і проведені її дослідження [1], конкурентність, а відтак і прибутковість бізнесу та підприємства залежить не стільки від абсолютних інвестицій, як від забезпечення їх ефективного використання згідно з найбільш ефективною стратегією розвитку. Відтак питання формування, представлення, оцінки та вибору стратегії для конкретного торговельного підприємства є ключовим питанням його управління в контексті постійного забезпечення його конкурентоспроможності в динамічному ринковому середовищі глобалізованої економіки ери розвитку та запровадження інформаційних технологій.

Дана стаття є коротким описом результатів проведеного нами дослідження, в якому стратегія нами інтерпретується як:

а) адаптивний комплексний механізм, що визначає альтернативні шляхи розвитку підприємства, виходячи з його позицій, визначених на основі когнітивного пізнання конкурентного ринкового середовища, тобто на основі оцінки можливостей та загроз, які існують чи можуть виникнути в динамічному зовнішньому ринковому середовищі провадження бізнесу підприємством, з одного боку, та переваг і недоліків підприємства в цьому середовищі;

б) поведінковий логічний “патерн” (система принципів певної лінії поведінки) підприємства в динамічному ринковому середовищі;

в) логічний інструментарій, який можна застосовувати для обґрунтування рішень щодо основних аспектів функціонування та розвитку підприємств в ринковому бізнес-середовищі.

Відтак **мета статті** – представити та проаналізувати стратегію підприємства загалом і торговельного підприємства зокрема як систему узгоджених інвестиційних рішень, запропонувати модель генерування стратегії за її альтернативами, яка демонструє механізм забезпечення його конкурентоспроможності, обґрунтувати доцільність застосування запропонованої (портфельної за формою та альтернативної за можливими сценаріями, відповідно стану внутрішнього та зовнішнього середовища, конкретних стратегем) моделі побудови своєї стратегії вітчизняними, зокрема торговельними, підприємствами.

Наше дослідження та зроблені в його процесі висновки ґрунтуються на загальноприйнятих принципах та методах проведення стратегічного аналізу, зокрема стратегічного позиціонування підприємства в зовнішньому середовищі, його сегментуванні та виділенні так званих стратегічних зон господарювання (СЗГ), в яких підприємство має намір вести бізнес, на методах декомпозиції та генерації стратегічних альтернатив.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасній науковій літературі [1-13] в якості механізму, який слід застосувати для адаптації підприємств до діяльності в умовах динамічно мінливого зовнішнього середовища, пропонується стратегія. В цьому контексті А. Томпсон і А. Стрікланд розглядають стратегію як план управління підприємством, який спрямований на зміцнення його позицій, задоволення споживачів і досягнення поставлених цілей [4, с. 11], що власне і передбачає її застосування як механізму адаптації підприємства до діяльності в змінних умовах динамічного ринкового зовнішнього середовища ведення певного бізнесу, яке асоціюється з певною стратегічною зоною господарювання (СЗГ). Утилітарно, цими ж авторами, стратегія підприємства розглядається як набір правил для прийняття рішень, якими підприємство керується в своїй діяльності [4, с. 565], що власне і позиціонує стратегію власне як адаптивний інструментарій. Загалом стратегію можна розглядати як комбінацію методів конкуренції та організації бізнесу, спрямованих на задоволення клієнтів та досягнення інших стратегічних цілей підприємства, що і визначаються потребою його адаптації до змінних умов зовнішнього ринкового середовища [5, с. 32].

Г. Мінцберг в своїй праці “Школи стратегій” пропонує розглядати стратегію фактично як адаптивний план, який поєднує в собі опис цілей підприємства у вигляді перспектив його ринкових позицій та внутрішнього стану (потенціалу), а також принципів або моделей адаптивної поведінки, яких дотримується підприємство на шляху до досягнення цих цілей [6].

Таким чином стратегія фактично є основою, в якій закладено загальні алгоритми реагування підприємством на зовнішні події та виклики.

В контексті того, що ми розглядаємо стратегію підприємства як інструмент менеджменту, який має вказувати підприємству шляхи і способи адаптації його конкурентного потенціалу до змінних умов зовнішнього середовища, яке асоціюється з певними стратегічними зонами господарювання (СЗГ), в яких підприємство веде та має намір вести свій бізнес, ми схилиємося до дефініції стратегії підприємства, яку пропонує Ковтун О. І.: “Стратегія є логікою бізнесової поведінки господарюючого суб’єкта щодо ключових питань його функціонування та розвитку, яка побудована на основі оцінки альтернативних варіантів такої поведінки в зовнішньому оточенні” [8]. Відтак управління підприємством на основі стратегії полягає у визначенні напрямів діяльності підприємства та довгострокових цілей їх розвитку й управління досягненням цих цілей на основі побудови моделі альтернативної адаптивної поведінки, яка відображує можливу реакцію підприємства на зовнішні фактори і суть якої – забезпечення ефективної адаптації до можливих змін зовнішнього оточення з позицій конкуренції та імперативу забезпечення прибутковості.

Така модель адаптації підприємства до змін в зовнішньому середовищі представляє вказівки щодо організації розвитку бізнесу підприємства (тобто вказівки щодо того, як розвивати бізнес в цілому та

за його окремими напрямками, як протидіяти конкурентам, яке місце зайняти на ринку (в галузі), щодо організації використання ресурсів підприємством), таким чином, щоб за передбачуваних (можливих, прогнозованих) змін зовнішніх та внутрішніх умов існування підприємства здобути в перспективі конкурентну перевагу в обраних ним сферах діяльності і на її основі забезпечити прибутковість підприємства.

Свою чергою, розробка стратегії передбачає спеціалізований аналіз стану та змін зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу підприємства, оцінку загроз та можливостей. Натомість весь комплекс стратегічних вказівок щодо напрямів бізнесу й організації розвитку підприємства для кожного підприємства складає зміст його стратегічного портфеля.

Розпочинати розробляти стратегічний портфель рекомендовано з формування профілю підприємства, тобто визначення, що воно повинно робити, тобто яку потребу задовольняти, яких клієнтів-споживачів, на якому географічному ринку, якою функціональною діяльністю і т. д. Зокрема, це можна зробити за допомогою так званої морфологічної матриці Фріца Цвіккі, за допомогою якої визначаються СЗГ, в яких підприємство може успішно діяти в довгостроковій перспективі. Для виділення СЗГ до уваги мають братися лише найсуттєвіші параметри сегментування динамічного зовнішнього оточення та їх альтернативні значення [9, с. 70-71].

Для торговельних підприємств такими параметрами можуть виступати тип підприємства, місця розташування, номенклатура та асортимент продукції, яку буде реалізовувати таке підприємство, форма організації торгівлі, режим роботи, цінова політика, тип клієнтури, політика щодо якості продуктів та послуг тощо. За виділеними (обраними) СЗГ підприємством розробляються відповідні бізнес-стратегії, які покликані адаптувати підприємство до успішної діяльності в межах умов певних СЗГ.

Для перегляду й обґрунтування стратегічних альтернатив (СА) для підприємств в межах обраних СЗГ можна застосувати певні фрейми [10], які описують можливі сценарії розвитку подій та варіанти стратегічних альтернатив поведінки підприємства, в яких слід подавати характеристики (за системою обраних показників): а) сценаріїв розвитку бізнес-середовища: визначаються відповідно до діючого законодавства та нормативно-правових документів, трендів розвитку економіки загалом та галузі зокрема, цін на продукцію, розрахункових грошових потоків від бізнесу, які визначають на основі залежності між статистичними показниками, що описують сценарій розвитку бізнес-середовища, та показниками, що описують відповідну стратегічну альтернативу підприємства, ресурси, які використовує підприємство для бізнесу тощо; б) стратегічної альтернативи (табл. 1). В цих фреймах різні стратегічні альтернативи, описані за системою обраних показників, співставляються з різними сценаріями майбутнього розвитку бізнес-середовища (оцінені за їх ключовими характеристиками, як постійними, так і змінними).

Зразок варіанта фрейму для опису (формування та оцінки) стратегічної альтернативи (СА) за певного сценарію розвитку бізнес-середовища [14].

Характеристики сценаріїв та СА (показники)				
Характеристики сценарію		Характеристики СА (показники зі змінними параметрами)	Характеристики грошових потоків за відповідної СА для певного сценарію (параметри розрахункових показників)	Показники оцінки ефективності за СА
За показниками з постійними параметрами оцінки	За показниками зі змінними параметрами оцінки			
Процент за кредитами	Обсяг продаж (виробництва)	Чисельність персоналу	Виручка від реалізації	Чистий дисконтний дохід (<i>Net Present Value</i>)
Ставки податків і платежів	Ціна реалізації	Потреба в обладнанні	Собівартість продукції (послуг)	Внутрішня норма доходності (<i>Internal Rate of Return</i>)
Норми амортизації	Середня ЗП	Витрати електроенергії	Вартість електроенергії	Індекс доходності (<i>Profitability Index</i>)
-	Собівартість продукції (послуг)	Витрати сировини і електроенергії	Вартість сировини і матеріалів	Строк окупності (<i>Payback Period</i>)
-	Ціна електроенергії	-	Вартість обладнання	-
-	Ціна обладнання	-	Податки і платежі	-
-	Ціна сировини і матеріалів	-	Фонд оплати праці	-
-		-	Сума амортизації	-
-		-	Сума інвестицій	

Масив таких фреймів визначає стратегічні альтернативи (СА) майбутніх рішень щодо обрання стратегії розвитку підприємства в межах окремої СЗГ. При цьому оцінка обраної стратегії серед можливих СА виходить із критерію, чи певна стратегія забезпечить успіх підприємству в обраному бізнесі, враховуючи обмеження для тих чи інших рішень менеджменту підприємства. Обрана СА повинна передбачати можливість адаптування до зовнішнього середовища і реагування на зміни, які в ньому відбуваються. Важливо, щоб стратегія опиралася на сильні сторони підприємства, використовувала всі наявні ресурси та ключові технології, враховувала сприятливі фактори.

Зазначимо, що власне альтернативність у виборі напрямків діяльності та способів забезпечення конкурентоспроможності, у виборі напрямків та вирішенні проблем розвитку підприємства і його бізнесу є однією з основних рис сучасного стратегічного менеджменту взагалі і стратегії як його основного інструменту зокрема. Натомість метою процесу формування конкретної стратегії є, власне, вибір стратегічної альтернативи (СА), яка забезпечить підвищення ефективності діяльності та прибутковості певного підприємства в довгостроковій перспективі. Кожна з альтернативних стратегій, виходячи з прогнозу розвитку

зовнішнього оточення, повинна представляти конкретну програму розвитку підприємства, яка надається до реалізації і є зорієнтована на досягнення стратегічної мети. При цьому обиратися можуть різноманітні альтернативи стратегії розвитку бізнесу підприємства. Але усі вони врешті-решт визначаються значенням стратегічного позиціонування підприємства щодо 5-ох параметрів зовнішнього середовища: продукт; ринок; галузь; місце в середині галузі; технологія діяльності. Тобто рішення щодо значення зазначених параметрів, щодо їх зміни, власне, і визначають альтернативні сценарії розвитку подій та альтернативний вид адаптивної стратегії. Натомість кожен з цих елементів повинен бути оцінений в одному з двох положень: поточне і бажане. А кожна альтернативна стратегія, по суті, відображує бажаний стан порівняно з поточним станом 5-ти зазначених елементів, значення яких власне і визначаються у процесі формування СА підприємства.

При проведенні вибору альтернативні стратегії оцінюють і за їх відповідністю певним об'єктивним обмеженням щодо можливості застосування конкретним підприємством певного типу стратегії. До основних об'єктивних обмежень, врахування яких є обов'язковим при стратегічному виборі і які значно звужують кількість СА, можна віднести такі: обсяги

наєвних фінансових ресурсів; рівень прийнятності для підприємства ризику; навички (профіль) діяльності; рівень і якість налагоджених бізнес-зв'язків (з клієнтами, постачальниками, посередниками тощо) підприємства; можлива протидія конкурентів.

Оцінка стратегічних альтернатив і очікуваних наслідків їх реалізації здійснюється на основі застосування певних критеріїв, що формуються як наслідки прийняття рішень. Критеріями є ознаки або властивості варіантів стратегій, за значеннями яких порівнюються рівень досягнення мети, економічна ефективність, надійність реалізації, технологічна, соціальна, екологічна прийнятність тощо (перелік ознак може бути доповнений і деталізований згідно з розглянутими вище чинниками оцінки стратегічних альтернатив). Основними якісними критеріями оцінки СА можуть бути: відповідність стратегії профілю діяльності, місії та цілям підприємства; відповідність стратегії можливостям і загрозам зовнішнього середовища підприємства; відповідність стратегії потенціалу, сильним та слабким сторонам підприємства; можливість реалізації стратегії; узгодженість стратегії в часі, між СЗГ, між напрямками діяльності, між видами стратегій підприємства; прийнятність для людей; відповідність правилам і етичним нормам тощо. В процесі оцінки стратегічних альтернатив за цими критеріями потрібно визначити: слабкі сторони конкретної стратегії; відповідність конкретної стратегії профілю діяльності, місії та цілям підприємства; можливість реалізації конкретної стратегії за різними факторами (ресурсами, технологічним оснащенням, кадрами, досвідом, технологіями, законодавством, доступністю сировини тощо).

Натомість для кількісної оцінки, тобто оцінки рентабельності конкретних стратегій, використовують формальні методи дослідження із застосуванням широкого спектра математичних і статистичних прийомів обробки даних.

Фактори, обмеження і критерії стратегічного вибору взаємопов'язані і фактично формують єдиний оціночний механізм СА, який забезпечує вибір найбільш адекватних (оціночним параметрам) стратегій.

Важливим елементом (як інструмент) оціночного механізму СА є методи здійснення стратегічного вибору, про які мова йтиме в наших наступних публікаціях. Тут лише зазначимо, що перегляд СА і стратегічний вибір можна здійснити за допомогою таких методів: порівняння; факторного аналізу; розрахунково-конструктивного методу; моделювання; матричних методів; експертних оцінок (Дельфі (полягає в анкетному опитуванні експертів щодо ставлення до усіх параметрів вибору та до альтернативних стратегій); "мозкової атаки" (полягає в колективній творчій генерації ідей шляхом проведення вільної дискусії експертів, які є фахівцями з різних аспектів стратегічної діяльності: економістів, юристів, маркетологів, менеджерів, інженерів, технологів, спеціалістів з комерційної діяльності та управління тощо); побудови сценаріїв (полягає в тому, що експерти на основі глибокого вивчення матеріалів про динаміку середовища

підприємства складають три прогностичні сценарії розвитку подій у кожному з його середовищ: песимістичний, оптимістичний та найвірогідніший, а потім прогнозують майбутній стан підприємства за кожного сценарію розвитку подій при реалізації кожної альтернативної стратегії і вибирають найоптимальніший варіант, який в найбільшій мірі відповідає параметрам відбору стратегії) тощо).

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Конкуренція, обумовлена розвитком глобалізації та інформаційної економіки, викликає потребу в механізмах адаптації підприємств до динамічних змінних умов ведення бізнесу в сучасному ринковому середовищі. Таким системним механізмом адаптації підприємств до змінних параметрів зовнішнього середовища є, на нашу думку, власне розробка системи альтернативних стратегій, які стосуються всіх бізнес-напрямів та бізнес-процесів підприємства і знаходять вираз у певному "стратегічному портфелі", який окреслює напрями формування підприємством його найбільш ефективної бізнес-моделі, тобто моделі прибуткового функціонування та адаптивного розвитку підприємства на довготривалу перспективу.

Обґрунтуванню та адекватному змістовному наповненню стратегії підприємства як певного стратегічного портфеля підприємства щодо усіх складових його бізнес-процесів має слугувати моделювання стратегії за різними її альтернативами, які демонструють можливі способи адаптивної реакції підприємства на зміни в зовнішньому середовищі. Наші наступні публікації на дану тематику будуть присвячені розгляду методик визначення та відбору найбільш придатних для реалізації стратегічних альтернатив адаптивної поведінки торговельних підприємств у динамічному ринковому середовищі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аакер Д. А. Бизнес-стратегия: от изучения рыночной среды до выработки беспроигрышных решений / Аакер Д. А. – М. : Эксмо, 2007. – 464 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / Ансофф И.; [пер. с англ.; под ред. Л. И. Евенко]. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
3. Портер М. Стратегия конкуренции / Портер М.; [пер. з англ.]. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
4. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
5. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. – М.; СПб.; Киев : Вильямс, 2006. – 924 с.
6. Минцберг Г. Школы стратегий. Стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента [Текст] / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел.; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2001. – 336 с.

7. Клейнер Г. Б. Стратегия предприятия / Г. Б. Клейнер. – М. : Дело, 2008. – С. 568.
8. Ковтун О. І. Про методологію формування стратегії підприємства / Ковтун О. І. // Економіка України. – 2014. – № 9. – С. 19-34.
9. Ковтун О. І. Стратегія підприємства / Ковтун О. І. – Львів : Новий світ – 2000, 2014. – 423 с.
10. Ковтун О. І. Когнітивний підхід до визначення змісту, представлення та формування стратегії сучасних підприємств / Ковтун О. І. // Технологічний аудит та резерви виробництва. – 2013. – № 1/3 (9). – С. 21-25.
11. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : монографія / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
12. Мазаракі А. А. Торговельне підприємство: стратегія, політика, конкурентоспроможність : монографія / А. А. Мазаракі, Д. М. Тнеслінський, І. В. Смолін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 384 с.
13. Мізюк Б. М. Стратегічне управління підприємством : навч. посіб. / Б. М. Мізюк. – Львів : Коопосвіта, 2006. – 388 с.
14. Барановский В. Ю. Формирование и оценка стратегических альтернатив развития в промышленных комплексах / В. Ю. Барановский, Д. А. Гаранин, Н. С. Лукашевич // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2017. – Т. 10, № 1. – С. 164-171.

REFERENCES

1. Aaker, D. A. (2007), *Byznes-stratehiia: ot yzucheniia rynochnoj sredi do vyrabotky besproyhrishnykh reshenij*, Eksmo, M., 464 s.
2. Ansoff Y. (1989), *Stratehicheskoe upravleniye*, pod red. L. Y. Evenko, Ekonomika, M., 519 s.
3. Porter M. (1998), *Stratehiia konkurentsii*, Osnovy, K., 390 s.

4. Tompson, A. A. and Stryklend, A. Dzh. (1998), *Stratehicheskij menedzhment. Yskusstvo razrabotky y realizatsyy stratehiy*, YuNYTY, M., 576 s.
5. Tompson, A. A. and Stryklend, A. Dzh. (2006), *Stratehicheskij menedzhment. Kontseptsyy y sytuatsyy dlia analiza*, M.; SPb.; Kyev : Vyl'iams, 924 s.
6. Myntsberh H., Al'stend B. and Dzh. Lempel Dzh. (2001), *Shkoly stratehiy. Stratehicheskoe safary: ekskursiya po debriam stratehiy menedzhmenta [Tekst]*, Pyter, SPb., 336 s.
7. Klejner, H. B. (2008), *Stratehiia predpriatya*, Delo, M., s. 568.
8. Kovtun, O. I. (2014), *Pro metodolohiiu formuvannia stratehii pidpriemstva*, Ekonomika Ukrainy, № 9, s. 19-34.
9. Kovtun, O. I. (2014), *Stratehiia pidpriemstva*, Novyj svit-2000, L'viv, 423 s.
10. Kovtun, O. I. (2013), *Kohnityvnyj pidkhid do vyznachenniia zmistu, predstavleniia ta formuvannia stratehii suchasnykh pidpriemstv*, Tekhnolohichnyj audyt ta rezervy vyrobnytstva, № 1/3 (9), s. 21-25.
11. Nalyvajko, A. P. (2001), *Teoriia stratehii pidpriemstva. Suchasnyj stan ta napriamky rozvytku : monohrafiia*, KNEU, K., 227 s.
12. Mazaraki, A. A. Tneslins'kyj, D. M. and I. V. Smolin, I. V. (2010), *Torhovel'ne pidpriemstvo: stratehiia, polityka, konkurentospromozhnist' : monohrafiia*, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, K., 384 s.
13. Miziuk, B. M. (2006), *Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom : navch. posib.*, Kooposvita, L'viv, 388 s.
14. Baranovskij, V. Yu. Harany, D. A. and Lukashevych, N. S. (2017), *Formyrovanye y otsenka stratehicheskyykh al'ternatyv razvytyia v promyshlennykh kompleksakh*, Nauchno-tekhnycheskye vedomosti SPbHPU. Ekonomicheskye nauky. - T. 10, № 1. - S. 164-171.

Стаття надійшла до редакції 27 лютого 2019 р.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

УДК 330.131.5

Башнянин Г. І.,

ORCID ID: 0000-0003-0234-0431, Researcher ID: G-9765-2019,

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

Антонюк Я. М.,

ORCID ID: 0000-0001-8082-1818, Researcher ID: F-7278-2019,

к.е.н., проф., професор кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Середа С. А.,

ORCID ID: 0000-0002-9426-3842, Researcher ID: F-7980-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ

Анотація. Досліджено вплив соціалізації на динамізацію економіки (темпи економічного зростання), доведено, що ступінь і характер цього впливу залежать від типу макроекономічних систем. Виявляється характер макроекономічної соціалізації економіки і відповідно до цього виділено елементарну і вищу (державну) соціалізацію. Виокремлено фактори економічної ефективності державної соціалізації. Встановлено, що у перехідних посткапіталістичних, перехідних постсоціалістичних і власне соціалістичних економіках соціалізація по-різному впливає на ступінь динамізації економіки. Економічна ефективність державної соціалізації детермінується низкою факторів, в тому числі і таким, як її загальний рівень чи тривалість ринкового періоду. У короткотривалому ринковому періоді (за незначного посилення ступеня державної соціалізації) вплив соціалізації на економічну ефективність переважно позитивний, в довготривалому ринковому періоді (за значного посилення ступеня державної соціалізації) – нейтральний (нульовий) чи гіпопозитивний або гіпонегативний, а в гіпердовготривалому ринковому періоді (за гіперзначного посилення ступеня державної соціалізації) – негативний.

Ключові слова: соціалізація, соціальні результати, державна соціалізація, економічна ефективність державної соціалізації.

Bashnyanyn G. I.,

ORCID ID: 0000-0003-0234-0431, Researcher ID: G-9765-2019,

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

Antonyuk Ya. M.,

ORCID ID: 0000-0001-8082-1818, Researcher ID: F-7278-2019,

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

Sereda S. A.,

ORCID ID: 0000-0002-9426-3842, Researcher ID: F-7980-2019,

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

ECONOMIC EFFICIENCY OF MACROECONOMIC SOCIALISATION

Abstract. *The influence of socialization on the dynamics of the economy (the rates of economic growth) is investigated, it is proved that the degree and nature of this influence depend on the type of macroeconomic systems. The character of the macroeconomic socialization of the economy is manifested and, in accordance with this, the elementary and higher (state) socialization is highlighted. The factors of state socialization economic efficiency are singled out. It has been determined that in the transitional post-capitalist, transitional post-socialist and actually socialist economies, socialization differently affects the degree of economic dynamics. The economic efficiency of state socialization is determined by a number of factors, including overall level or the market period duration. In the short-term market period (with a slight increase in the state socialization degree), the impact of socialization on economic efficiency is mainly positive, in the long-term market period (for a considerable increase in the state socialization degree) – neutral (zero) or hyper-positive or hyper-negative, and in the hyper-long-term market period (for the hyper-considerable increase in the state socialization degree) – negative.*

Key words: socialization, social results, state socialization, economic efficiency of state socialization.

JEL Classification: A13; E60

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-09>

Постановка проблеми. Соціалізація є особливим соціально-економічним процесом і однією з основних особливостей сучасного постіндустріального чи квазіпостіндустріального економічного розвитку людського суспільства. Розвиток та вдосконалення соціалізаційних процесів в економічній системі не тільки забезпечує реальні умови для найкращого задоволення соціально-економічних потреб людини, але й формує економічні умови подальшого економічного зростання суспільства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У вітчизняній та зарубіжній літературі теоретичне обґрунтування соціалізаційної спрямованості розвитку економічних систем завжди було актуальним. Це пояснюється, по-перше, тим, що міра соціальності визначає рівень соціально-економічного розвитку економічної системи, функціонування суспільства завжди має соціальне забарвлення, а по-друге, людина є як найважливішим економічним ресурсом, так і метою соціально-економічного розвитку. Російський економіст Л. І. Абалкін зауважує, що в сучасній концепції “соціальних альтернатив” системним атрибутом є міра соціальності [1, с. 581]. Однак в економічній літературі соціалізація аналізувалася здебільшого з позицій її впливу на людину як основний соціальний результат будь-якої господарської діяльності [11; 13; 14; 15; 16].

Наявність в економічній літературі різних підходів до процесу соціалізації свідчить про те, що соціалізація – це багатоаспектний, багатовимірний економічний процес. У вітчизняній економічній літературі значний внесок у вирішення проблеми соціалізації економічних систем у напрямі з’ясування природи соціалізації та її впливу на ефективність функціонування економічних систем зробили провідні українські вчені: Г. І. Башнянин [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10], Л. Я. Гончарук [5; 8; 12], Б. В. Кульчицький [2], Г. С. Третяк [3; 7; 10],

Ю. І. Турянський [4; 9]. Проте дана проблема потребує подальшого детального дослідження.

Постановка завдання. Основною метою дослідження є вивчення характеру і природи впливу макроекономічної соціалізації на національну економіку.

Вклад основного матеріалу дослідження. Макроекономічна соціалізація як один з її видів двоюко впливає на економічну ефективність функціонування макроекономічних систем. По-перше, вона певною мірою змінює темпи економічного зростання. Це, так би мовити, її валовий вплив на макроекономічну систему. По-друге, вона змінює рівень та динаміку економічної (а також соціальної, соціально-духовної, однак цей аспект впливу ми наразі залишаємо осторонь) ефективності функціонування національної економіки. Вплив макроекономічної соціалізації на економічну ефективність функціонування національної економіки ми позначимо як чистий вплив чи чистий економічний ефект, а вплив на темпи економічного зростання – валовий вплив чи валовий економічний ефект.

Різні типи систем по-різному реагують на зміну рівня соціалізації. В одних соціалізація спричиняє значне зростання обсягів виробництва, в інших – надмірне, а в деяких – зовсім незначне. Тобто, інакше, соціалізаційна еластичність темпів економічного зростання різна: низька, висока і гіпервисока. Ця різна інтенсивність впливу розвитку процесів соціалізації на економічний розвиток, точніше, на його темп, обумовлена різним початковим рівнем соціалізації. В будь-якій економіці принципово важливі два моменти. По-перше, наскільки швидко вона зростає, тобто ступінь її динамізації. По-друге, економічна (а також соціально-економічна і соціально-духовна) ефективність такого зростання. Цих два аспекти її розвитку взаємопов’язані і взаємообумовлені. На основі зростання рівня економічної (і соціально-економічної, і соціально-духовної) ефективності лише й

можливе швидке економічне зростання. З іншого боку, швидке економічне зростання – це одна з найважливіших передумов підвищення ефективності функціонування економічних систем. В певному розумінні ці процеси навіть тотожні, оскільки підвищення, наприклад, ефективності вдвічі рівнозначне збільшенню обсягів виробництва вдвічі.

З погляду початкового рівня соціалізації всі посткапіталістичні економічні системи можна умовно поділити на кілька типів (підтипів, систем, різновидів). По-перше, це незначно соціалізовані (гіпосоціалізовані) посткапіталістичні системи. В таких системах динамічна результативність (темп економічного зростання) економічного розвитку буде значною навіть за незначного підвищення рівня соціалізації, інакше соціалізаційна еластичність економічного зростання буде гіпервисокою (рис. 1а). Темп економічного зростання будемо зображувати таким умовним показником, як ступінь динамізації (чи просто динамізації) економіки. Відповідно до його значення виділимо такі три типи

економіки: економіка з незначною динамізацією (квазідинамічна економіка), та, що розвивається повільно і де темпи економічного зростання незначні; економіка зі значною динамізацією (власне динамічна економіка), та, що розвивається достатньо швидкими темпами; економіка з гіперзначною динамізацією (гіпердинамічна економіка), яка розвивається надзвичайно швидко. Крім того, ще можна виділити і стабільну економіку (економіку з нульовою динамізацією) або навіть з від'ємним значенням динамізації (мінус-динамічна економіка), тобто це така економіка, в якій обсяги виробництва не лише стабільні, а певною мірою знижуються. Негативна динамізація також може бути негативною квазідинамізацією, негативною власне динамізацією і негативною гіпердинамізацією. Сучасні розвинені посткапіталістичні економіки здебільшого динамічні або квазідинамічні і лише деякі з них в певні періоди часу можуть бути кваліфіковані як гіпердинамічні (економіка Японії, наприклад, в певні періоди її розвитку).

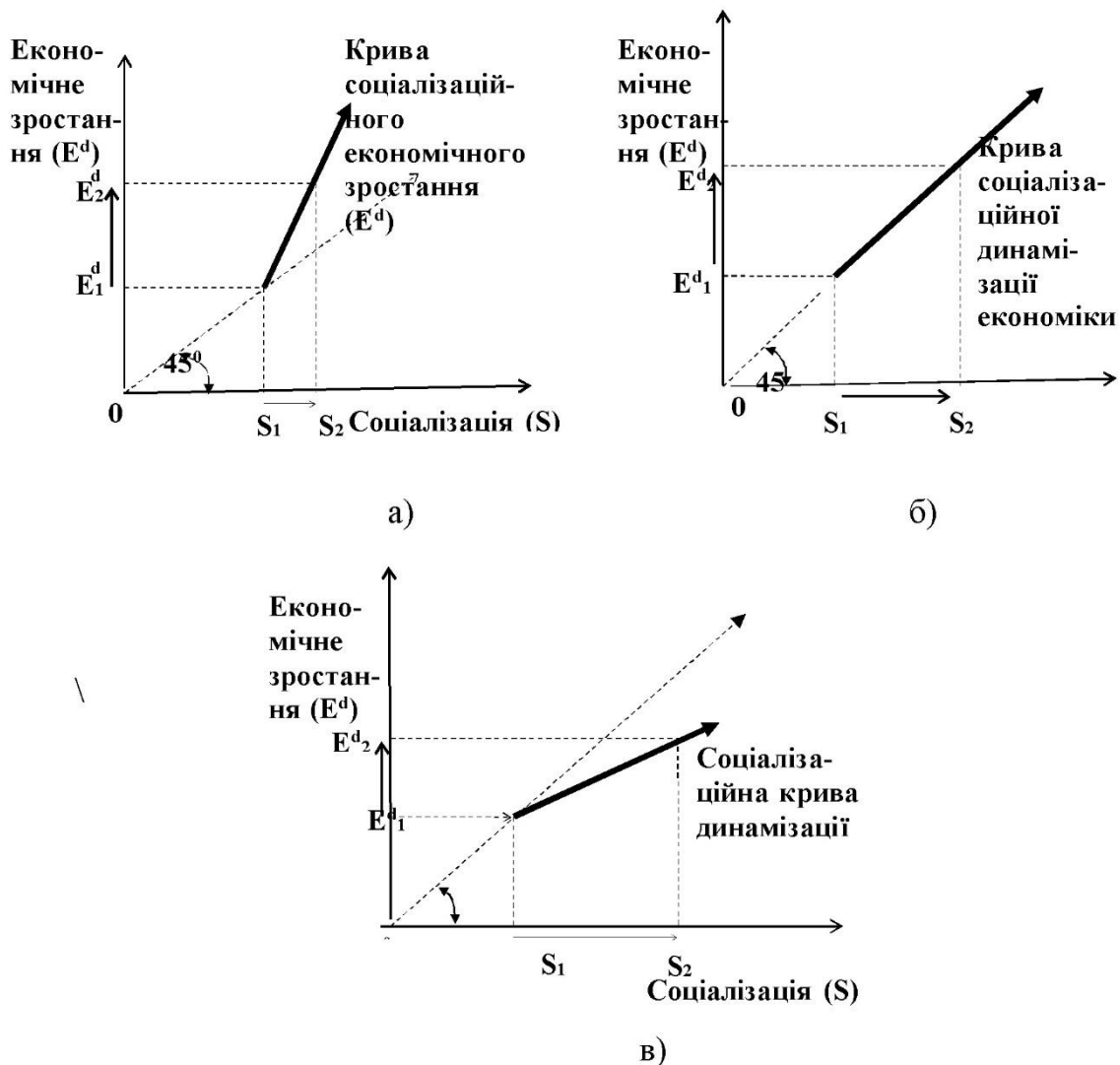


Рис. 1. Соціалізаційна еластичність економічного зростання (варіант чистого соціалізаційного зростання): а) незначно соціалізованих (гіпосоціалізованих) капіталістичних систем; б) квазісоціалізованих посткапіталістичних систем; в) соціалізованих посткапіталістичних систем

По-друге, це квазісоціалізовані (значно соціалізовані) посткапіталістичні системи. У цих системах вплив подальшої соціалізації на темп економічного зростання (ступінь динамізації економіки) менш значний, це, так би мовити, системи з помірним (а точніше, близьким до одиничного) рівнем соціалізаційної еластичності динамізації (див. рис. 1б). Під соціалізаційним економічним зростанням чи соціалізаційною динамізацією економіки (що за певних умов означає одне і те саме) розуміємо чистий вплив соціалізації на темп економічного зростання чи ступінь динамізації економіки. Якщо ми вживаємо термін “соціалізаційна динамізація”, то під ним розуміємо те, як соціалізація (вона і лише вона при повній елімінації впливу інших факторів) впливає на темпи економічного зростання. Зрозуміло, що такий аналіз може бути лише концептуальним (чи чисто теоретичним). Емпіричним він ніяк не може бути, оскільки темп економічного зростання детермінується системою факторів, серед яких соціалізація не може, звичайно, розглядатися як основний – на економічне зростання впливають фактори технічного, технологічного, інвестиційного, інноваційного порядку та ін. Відділити практично інші фактори впливу на економічне зростання від соціалізаційного неможливо. З цієї причини науковий аналіз вказаної вище проблеми може бути лише концептуальним чи теоретичним.

По-третє, це значно соціалізовані посткапіталістичні системи, в яких рівень соціалізації вже досить значний (такі системи можна було б умовно кваліфікувати як власне соціалізовані). В таких системах соціалізаційна еластичність динамізації вже низька, але ще перебуває в своїх позитивних межах (не переходить у нульову або від’ємну) (рис. 1в).

Однак позитивне значення соціалізаційної еластичності економічного розвитку (ступеня динамізації) вказує нам на те, що соціалізацію таких систем можна ще продовжувати, проте досить обережно, оскільки існує небезпека непомітного переходу в “зону” від’ємної соціалізаційної еластичності, в якій результати соціалізації будуть негативними.

І, нарешті, по-четверте, це гіперсоціалізовані посткапіталістичні системи з надзвичайно “роздутим” соціальним сектором економіки. Як правило, такими гіперсоціалізованими системами стають економіки, в яких розвиток відбувається за схемою соціал-демократичної моделі (щоб такий розвиток був безперешкодним і тривав довгий період часу, потрібні певні політичні умови, зокрема певна монополізація політичної влади впродовж довгого періоду часу “лівими” політичними партіями).

Зазначимо, що політичний ринок розвивається в лоні певного економічного ринку і в деяких аспектах свого розвитку він первинний щодо останнього. Хоча загалом він все-таки вторинний і детермінується розвитком економічного ринку. Як і економічний ринок, він може бути тією чи іншою мірою монополізованим, що створює певні політичні умови для деформації влади, а отже і надалі – для деформованого економічного розвитку. Певна монополізація політичної влади небезпечна тому,

що створює відповідні політичні умови для деформованого економічного розвитку. Економіка розвиватиметься найефективніше лише тоді, коли політичний ринок близький до конкурентного політичного ринку і ступінь його монополізації певними політичними силами незначний. Таким він може бути лише в класичному демократичному суспільстві з міцними демократичними традиціями. Поворот, навіть незначний, у бік авторитаризму (“правого” чи “лівого” – це не дуже принципово), а ще гірше – тоталітаризму, означає і відображає певну монополізацію політичного ринку, яка не може не викликати певних деформацій, як у масовій економічній свідомості, так і в економічному розвитку. В цьому пункті нашого аналізу зазначимо, що “ліва” монополізація політичного ринку може викликати надмірну соціалізацію посткапіталістичних систем, яка рано чи пізно спричинить деформацію економічного розвитку і знизить як ступінь динамізації економіки, так і її результативність.

У гіперсоціалізованих посткапіталістичних системах соціалізаційна еластичність динамізації або нульова (в кращому разі), або навіть від’ємна (що найчастіше трапляється практично). Формуються такі гіперсоціалізовані посткапіталістичні системи (деякі елементи таких систем ми можемо виявити в більшості країн Європейського Союзу, в тих країнах, де впродовж значного періоду часу при владі знаходяться “ліві” або “ліво-центристські” партії – Швеція, ФРН, Англія і деякі інші) в тих країнах, де є значна невідповідність між структурою економічного і політичного ринку. А саме: економічний ринок більш-менш конкурентний, а політичний ринок певним чином монополізований, причому монополізований з боку “лівих”, а не “правих” партій.

Щоправда, така конкурентність економічного ринку – відносна і може тривати недовго. Ліва монополізація політичного ринку, якщо вона достатньо тривала, спричиняє таку ж монополізацію і економічного ринку. І це проявляється не лише в зростанні частки державної монополії (суспільного сектора економіки), а в тому, що розвиваються (починають розвиватися) з достатньою силою і підприємницькі (власне економічні) монополії, які за своїм характером – не що інше, як протосоціалістичний (протосоціальний, точніше) сектор національної мікроекономічної системи. Ліва монополізація політичної влади (вона може сформуватися і досить часто формується спонтанно, під впливом певних зсувів в масовій економічній свідомості і відповідної корекції політичного ринку, а вже підтримуватися в суто демократичному суспільстві може лише тимчасовими заходами і досить штучно) – це основна політична умова як для надмірного розвитку соціального сектора економіки, так і для швидшого розвитку протосоціалістичного (протосоціального) сектора (тобто того, який тією чи іншою мірою монополізований і за своїм характером наближається до соціалістичного сектора, він є своєрідною історичною передумовою або навіть передісторією формування соціалістичного сегмента в посткапіталістичній економіці).

Зауважимо також про те, що економічна монополізація, яка самопороджується конкурентним сектором економіки, викликає, як правило, зміщення масової економічної свідомості не вправо, як прийнято вважати, а, навпаки, вліво, формуючи тим самим певні умови для монополізації політичного ринку, яка своїм основним наслідком має надмірне розширення соціального сектора економіки понад його об'єктивно зумовлені межі. Масова економічна свідомість також, звичайно, відчуває негативні зміни в економіці і її “полівіння” зміниться з часом “поправінням”. Однак основна проблема полягає в тому, що ця реакція масової економічної свідомості на негативні зміни в економіці буде лише після того, коли ці негативні наслідки з відчутною силою проявляться, тобто вона реагує на економічні зміни з певним лагом часу і заднім числом. Потрібен певний період часу, щоб “полівіння” економічної свідомості змінилося її “поправінням”, політичний ринок втратив би внаслідок цього лівосторонню монополізацію, це і формує певні політичні умови для ліквідації надмірного розвитку соціального сектора економіки.

Формування посткапіталістичних економічних систем як одного з сучасних типів перехідних економічних систем модифікує в певному напрямі не лише традиційну капіталістичну економічну систему (вона, як йшлося вище, соціалізується певною мірою, з певним рівнем соціалізаційної еластичності, яка визначається низкою факторів, – ексклюзивний аналіз основних із них ми вже дали вище), а й певним чином трансформує таку науку, як політична економія (точніше, еволюційна політична економія, хоча в певному значенні також і функціональна, і динамічна, але вже значно менше). Сучасна західна політична економія (загальна економічна теорія як загальна теорія економічних систем) повинна суттєво відрізнитися як від традиційної західної політичної економії, в якій основним об'єктом дослідження були капіталістичні економічні системи, так і від загальної теорії постсоціалістичних систем. Основна відмінність між нею і традиційною західною політичною економією полягає в тому, що перша досліджує процеси капіталізації в напрямі їх розвитку від чистих конкурентних систем до монополізованих певною мірою економічних систем. Якою мірою вона досліджує чисті конкурентні системи (абсолютно немонополізовані, нецентралізовані і недержавлені), такою ж мірою вона виступає як класична політична економія (як один із варіантів традиційної політичної економії). Класична політична економія – політекономія чистого капіталізму, чистих конкурентних економічних систем. Класична політична економія (чи її сучасні неокласичні варіанти) не може розглядатися як еталон розвитку політичної економії загалом, так само, як класична фізика – це не еталон для розвитку сучасної фізики. Хоча – це її основа і її, так би мовити, прототеорія. Аналогічно ми і класичну політичну економію повинні розглядати лише як прототеорію сучасної політичної економії.

Перехід від класичної політичної економії до сучасної не може відбуватися інакше, як через таку її трансформацію, яка відповідає в основних рисах подальшій історичній еволюції чистих конкурентних (капіталістичних) економічних систем. Цілком очевидно, що ця подальша їх історична еволюція відбувається в напрямі монополізації, тобто певного звуження сфери чистого конкурентного ринку і відповідного розширення сфери монополістичного ринку. Відхід від чистих конкурентних систем і розширення “зони” (сфери) монополізації – одна з основних ліній розвитку чистих капіталістичних систем. У контексті цього розвитку і трансформується західна економічна теорія. Як ми вже вище зазначали, монополістичний сектор економіки (ми його ще не поділяємо на різні види і підвиди, це окреме і самостійне завдання, яке не може в цій роботі вирішуватися з низки причин) – свого роду протосоціалістичний сектор. Його розширення в процесі історичної еволюції чистих конкурентних (чистих капіталістичних) систем означає також і розвиток певного процесу протосоціалізації капіталістичної економіки. Капіталістична економіка в процесі свого спонтанного розвитку породжує моменти (точніше, сегменти, сектори) протосоціалізму (первинного соціалізму, початкового соціалізму, соціалізму як продукту розвитку чистої ринкової конкуренції). Ця протосоціалізація капіталістичної економіки суттєво відрізняється від сучасної її соціалізації, яка полягає в розширенні суспільного (соціального, державного) сектора економіки і відповідному звуженні приватного (точніше, несупільного, тобто всього того сектора, який перебуває поза суспільним і ним не охоплюється). Протосоціалізація – це розширення монополістичної сфери капіталістичної економіки, вищий ступінь соціалізації.

Дещо іншим, аніж у сучасних посткапіталістичних економіках, є вплив соціалізації (макроекономічного, звичайно, типу) на соціалістичні і постсоціалістичні економіки. Якщо капіталістичні (посткапіталістичні) економіки за ступенем рівня їх соціалізації (макроекономічної) можуть бути різними – від гіпосоціалізованих до гіперсоціалізованих, то соціалістичні (адміністративні) економіки недавнього минулого (економіка СРСР та інших соціалістичних країн Східної Європи) були явно гіперсоціалізовані. У них соціальний сектор економіки був надмірно “роздутим” (в його чистому розумінні, в якому суспільний сектор розуміє сучасна західна економічна наука, бо з позицій соціалістичної економічної ідеології вся економіка мала суспільний чи соціальний характер і державний сектор охоплював собою виробництво і споживання не лише суспільних, а й несупільних благ та послуг, тобто тих благ і послуг, які в традиційних капіталістичних економіках виробляються і споживаються в приватному секторі економіки або, в гіршому разі, як ми вже зазначали вище, в протосоціалістичному, тобто тією чи іншою мірою монополізованому секторі), а отже, вплив цієї надмірної (наднормальної) соціалізації на економічний розвиток міг бути лише незначно

позитивний, нульовий чи негативний. У різні періоди часу він був, звичайно, різний, однак в останні роки так званого комуністичного будівництва у СРСР і в Україні як частині СРСР він був нульовим чи помірно негативним. Інакше, соціалістичні економіки, якщо їх оцінювати і

характеризувати з позицій характеру впливу макроекономічної соціалізації, були економіками з помірною, нульовою чи негативною соціалізаційною динамізацією (соціалізаційною еластичністю темпів економічного зростання) (рис. 2, рис. 3 і рис. 4).

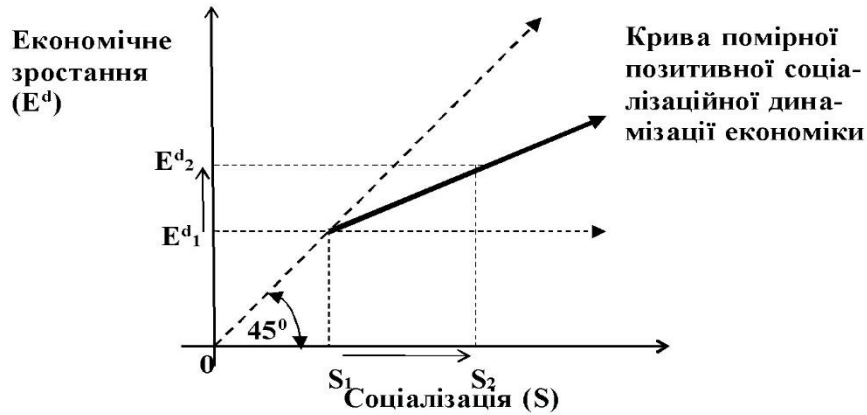


Рис. 2. Крива помірно позитивної соціалізаційної динамізації в соціалістичних економіках

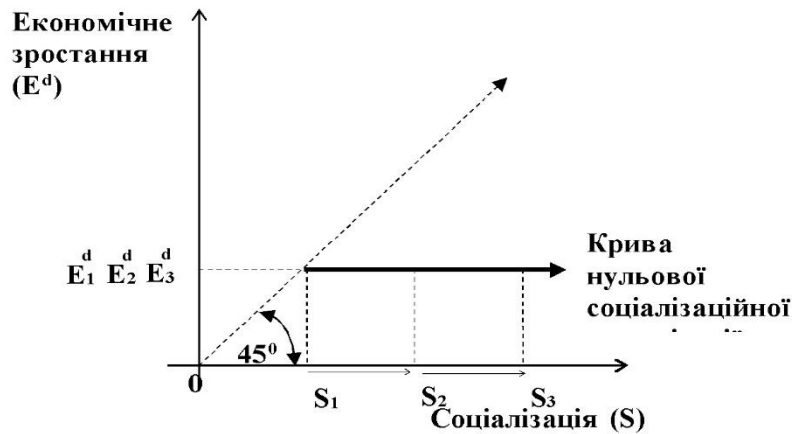


Рис. 3. Крива нульової соціалізаційної динамізації в соціалістичних економіках

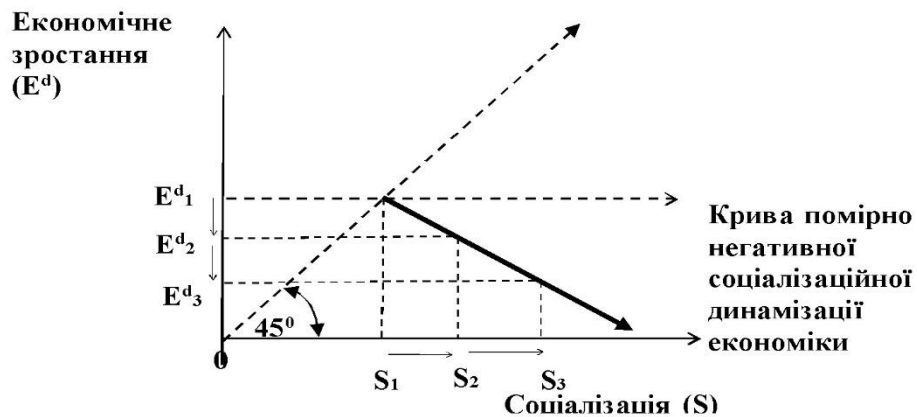


Рис. 4. Крива помірно негативної соціалізаційної динамізації в соціалістичних економіках

У сучасних постсоціалістичних перехідних економіках (в тому числі і в перехідній економіці України) вплив соціалізації на темп економічного розвитку відмінний від того її впливу, який вона (соціалізація) мала в соціалістичну епоху розвитку національних економік. Ця відмінність полягає зокрема в тому, що рівень соціалізації перехідних економік постсоціалістичного типу здебільшого знижується (суспільний сектор економіки в його чистому вигляді звужується), тобто має місце певна десоціалізація національних економік (в будь-якому разі на сучасному етапі їх економічного розвитку). Ця десоціалізація, без будь-якого сумніву, негативно впливає на економічну динаміку. Отже, є всі підстави стверджувати, що десоціалізаційна динамізація таких економік – від’ємна, негативна (ступінь цієї негативності в різних постсоціалістичних країнах різний, в Україні, без сумніву, – значний).

Проведений нами аналіз дає підстави виділити принаймні два типи соціалізації. По-перше, це нижча або елементарна соціалізація, яка ототожнюється з розвитком процесів монополізації і всіма тими процесами, що супроводжують останній – централізація, делібералізація тощо. Ми цю елементарну соціалізацію позначили як протосоціалізацію, оскільки вона історично передує реальній, сучасній соціалізації. По-друге, це вища чи висока соціалізація, яка полягає в неухильному одержавленні економіки і проявляється в посиленні централізації (звуженні лібералізації) та інших сучасних процесів (розширенні, наприклад, частки суспільного сектора економіки). Елементарна і вища (висока) соціалізації дещо зміщені історично, перша певною мірою передує другій. Однак в сучасних умовах вони розвиваються одночасно і навіть синхронно: розвиток первинної соціалізації обумовлює та посилює розвиток вторинної і зараз ми не можемо реально і чітко розділити процеси монополізації і процеси одержавлення капіталістичної економіки, бо вони йдуть пліч-о-пліч: одержавлення стимулює монополізацію, є фактором (одним із факторів) монополізації, а монополізація з об’єктивною необхідністю посилює процеси одержавлення. Оскільки вказані процеси за своєю соціальною природою ідентичні, чи навіть тотожні, обидва лежать у руслі соціалізації.

Можна ще виділити гіпервисокий тип соціалізації – це та соціалізація, яка полягає в певному використанні грошового доходу, а саме: на потреби соціально-матеріального розвитку членів певного трудового колективу. Гіпервисока соціалізація також розширює соціальний сектор національної мікроекономічної системи, але вже не в значенні державного сектора, а в значенні власне соціального сектора. Якщо державна соціалізація здебільшого негативно впливає на економічний розвиток, то недержавна (назвемо її мікроекономічною) позитивніша за своїм впливом на економічний розвиток, тобто цей вплив по-різному проявляється в різних ділянках ринкового періоду. Розширення державної соціалізації високоефективне в короткотривалому ринковому періоді, середньоєфективне (або має нульову ефективність) в довготривалому ринковому періоді і стає неефективним в гіперкороткотрива-

лому ринковому періоді, тобто за значних розмірів державної соціалізації, що одне і те саме.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Макроекономічна соціалізація впливає як на економічну ефективність, так і на темпи розвитку національних економік. Дослідження впливу соціалізації на динамізацію економіки (темпи економічного зростання) показало, що ступінь і характер цього впливу залежать від типу макроекономічних систем. У перехідних посткапіталістичних, перехідних постсоціалістичних і власне соціалістичних економіках соціалізація по-різному впливає на ступінь динамізації економіки. В перехідних посткапіталістичних економіках соціалізаційна динамізація економіки залежить від початкового рівня соціалізації цих економік. В гіпосоціалізованих, квазісоціалізованих, власне соціалізованих і гіперсоціалізованих національних економіках соціалізаційна динамізація, відповідно, гіперзначна, значна, помірна і незначна. В соціалістичних економіках, які були надмірно соціалізованими, вплив соціалізації на темпи економічного розвитку був або помірно позитивний, або нульовий, або помірно негативний. І, нарешті, в перехідних економіках постсоціалістичного типу, які посилено десоціалізуються в останні роки, вплив процесів їх десоціалізації на економічний розвиток вже негативний – від незначного до значного негативного, тобто десоціалізаційна динамізація таких економік має негативне чи від’ємне значення.

Макроекономічна соціалізація економіки за своїм характером може бути двоюкою: по-перше, елементарною або нижчою, яку можна ще кваліфікувати як протосоціалізацію і яка полягає в посиленні ступеня монополізації національної економіки і, по-друге, високою чи вищою, яка полягає в розширенні суспільного сектора економіки. Перша виступає як первинна, а друга – як вторинна, вони дещо зміщені історично, хоча за сучасних умов розвиваються паралельно і синхронно. Вищу соціалізацію, на відміну від протосоціалізації, можна ще кваліфікувати як державну, оскільки її породжує не вільна конкуренція, а держава. Економічна ефективність державної соціалізації детермінується низкою факторів, в тому числі і таким, як її загальний рівень чи тривалість ринкового періоду. У короткотривалому ринковому періоді (за незначного посилення ступеня державної соціалізації) вплив соціалізації на економічну ефективність переважно позитивний, в довготривалому ринковому періоді (за значного посилення ступеня державної соціалізації) – нейтральний (нульовий) чи гіпопозитивний або гіпо-негативний, а в гіпердовготривалому ринковому періоді (за гіперзначного посилення ступеня державної соціалізації) – негативний.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абалкин Л. И. В поисках новой стратегии: в 4-х т. / Л. И. Абалкин. – М. : Вольное экономическое общество России, 2000, т. IV. – 820 с.
2. Башнянин Г. І. Актуальне дослідження проблем соціалізації економічних систем /

Г. І. Башнянин, Б. В. Кульчицький // Регіональна економіка. – 2011. – № 2. – С. 178-181.

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

4. Башнянин Г. І. Ефективність капіталізації економічних систем / Г. І. Башнянин, Ю. І. Турянський, Н. Я. Юрків // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : збірник науково-технічних праць. - Вип. 22.2. – Львів : НЛТУ України, 2012. – С. 122-120.

5. Башнянин Г. І. Ефективність соціалізації економічних систем: методологічні проблеми метрологічного аналізу / Г. І. Башнянин, Л. Я. Гончарук. – Львів : Новий Світ-2000, 2010. – 240 с.

6. Башнянин Г. І. Метрологічні економічні системи: Вступ у загальну теорію і методологію формування економічних параметрів / Г. І. Башнянин. – Львів : Новий Світ – 2000, 2005. – 1083 с.

7. Башнянин Г. І. Номінальна реальна ефективність дерегуляції макроекономічних систем / Г. І. Башнянин, Г. С. Третяк, Р. П. Шевчик // Вісник Львівської комерційної академії. – Вип. 33. – Львів : Вид-во ЛКА, 2010. – С. 6-10. – (Серія економічна).

8. Башнянин Г. І. Соціалізаційна ефективність економічних систем за умов посилення глобалізаційних процесів / Г. І. Башнянин, Л. Я. Гончарук, І. В. Михайляк // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : збірник науково-технічних праць. – Вип. 22.14. – Львів : НЛТУ України, 2012. – С. 189-197.

9. Типологізація економічних систем за ступенем лібералізації / Г. І. Башнянин, А. А. Сельський, Ю. І. Турянський, О. О. Кундицький // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України : збірник науково-технічних праць. - Вип. 22.12. – Львів : НЛТУ України, 2012. – С. 227-232.

10. Башнянин Г. І. Формаційні типи дерегуляційної ефективності економічних систем / Г. І. Башнянин, Г. С. Третяк, М. С. Хом'як // Перспективні інновації в науці, освіті, виробництві і транспорті. Матеріали між. науч.-практ. конф. Сборник научных трудов. Т. 13. Экономика, туризм и рекреация. География. Геодезия. – Одесса : Черноморье, 2011. – С. 9-12.

11. Вахович І. М. Соціалізація економіки як передумова формування концепції сталого розвитку / І. М. Вахович // Економічні науки : збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. – 2007. – Вип. 4 (19). – С. 38-59. – (Серія: Економічна теорія та економічна історія).

12. Гончарук Л. Я. Ефективність соціальної політики в умовах ринкових перетворень: проблеми соціалізації економічного розвитку : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.09.01 / Л. Я. Гончарук; Ін-т регіон. дослідж. НАН України. – Львів : ІРД НАН України, 2001. – 16 с.

13. Гришкін В. О. Феномен соціалізації в історії людства і національній економіці / Гришкін В. О. //

Економіка: Проблеми теорії і практики : зб. наук. пр. – Д. : ДНУ, 2004. – Вип. 193: В 5 т., Т. 1. – С. 26-35.

14. Луценко І. А. Соціалізація економіки як механізм розвитку суспільства / І. А. Луценко // Економіка та підприємництво : зб. наук. праць молодих учених та аспірантів. – К. : КНЕУ, 2009. – Вип. 23. – С. 3-9.

15. Тарасова С. В. Социализация системы экономических отношений переходной экономики (Вопросы теории, методологии, практики) : дисс. ... доктора экон. наук : 08.00.01 / Тарасова Светлана Валерьевна. – М., 2002. – 332 с.

16. Чистобаева Ю. А. Основные критерии социализации экономики. Гуманизация экономического роста / Ю. А. Чистобаева // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 7. – С. 192-196.

REFERENCES

1. Abalkin, L. I. (2000), V poiskah novoj strategii: v 4-h t., Vol'noe jekonomicheskoe obshhestvo Rossii, M., t. IV., 820 s.

2. Bashnianyn, H. I. and Kul'chyts'kyj, B. V. (2011), Aktual'ne doslidzhennia problem sotsializatsii ekonomichnykh system, Rehional'na ekonomika, № 2, s. 178-181.

3. Bashnianyn, H. I. and Tretiak, H. S. (2008), Efektyvnist' derehuliatcii ekonomichnykh system perekhidnoho typu: metodolohichni problemy metrolohichnoho analizu, Vyd-vo LKA, L'viv, 502 s.

4. Bashnianyn, H. I. Turians'kyj, Yu. I. and Yurkiv, N. Ya. (2012), Efektyvnist' kapitalizatsii ekonomichnykh system, Naukovyj visnyk Natsional'noho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy : zbirnyk nauko-tekhnichnykh prats', vyp. 22.2., NLTU Ukrainy, L'viv, s. 122-120.

5. Bashnianyn, H. I. and Honcharuk, L. Ya. (2010), Efektyvnist' sotsializatsii ekonomichnykh system: metodolohichni problemy metrolohichnoho analizu, Novyj Svit-2000, L'viv, 240 s.

6. Bashnianyn, H. I. (2005), Metrolohichni ekonomichni systemy: Vstup u zahal'nu teoriuu i metodolohiiu formuvannia ekonomichnykh parametriv, Novyj Svit – 2000, L'viv, 1083 s.

7. Bashnianyn, H. I. Tretiak, H. S. and Shevchuk, R. P. (2010), Nominal'na real'na efektyvnist' derehuliatcii makroekonomichnykh system, Visnyk L'vivs'koi komertsijnoi akademii, vyp. 33, Vyd-vo LKA, L'viv, s. 6-10. – (Serii ekonomichna).

8. Bashnianyn, H. I. Honcharuk, L. Ya. and Mykhajliak, I. V. (2012), Sotsializatsijna efektyvnist' ekonomichnykh system za umov posylennia hlobalizatsijnykh protsesiv, Naukovyj visnyk Natsional'noho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy : zbirnyk nauko-tekhnichnykh prats', vyp. 22.14., NLTU Ukrainy, L'viv, s. 189-197.

9. Bashnianyn, H. I. Sel's'kyj, A. A. Turians'kyj, Yu. I. and Kundyts'kyj, O. O. (2012), Typolohizatsiia ekonomichnykh system za stupenem liberalizatsii, Naukovyj visnyk Natsional'noho lisotekhnichnoho universytetu

Ukrainy : zbirnyk naukovo-tekhnichnykh prats', vyp. 22.12, NLTU Ukrainy, L'viv, s. 227-232.

10. Bashnianyn, H. I. Tretiak, H. S. and Khom'iak, M. S. (2011), Formatsijni typy derehuliat-sijnoi efektyvnosti ekonomichnykh system, Perspektyvnye ynnovatsyy v nauke, obrazovanyy, proyzvodstve y transporte. Materyaly mezhd. nauch.-prakt. konf. Sbornyk nauchnykh trudov. T. 13. Ekonomyka, turizm y rekreatsya. Neohrafiya. Neodezyia., Chernomor'e, Odessa, s. 9-12.

11. Vakhovych, I. M. (2007), Sotsializatsiia ekonomiky iak peredumova formuvannia kontseptsii staloho rozvytku, Ekonomichni nauky : zbirnyk naukovykh prats'. Luts'kyj natsional'nyj tekhnichnyj universytet, vyp. 4 (19), s. 38-59. – (Seriia: Ekonomichna teoriia ta ekonomichna istoriia).

12. Honcharuk, L. Ya. (2001), Efektyvnist' sotsial'noi polityky v umovakh rynkovykh peretvoren': problemy sotsializatsii ekonomichnoho rozvytku : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.09.01; In-t rehion. doslidzh. NAN Ukrainy, IRD NAN Ukrainy, L'viv, 16 s.

13. Hryshkin, V. O. (2004), Fenomen sotsializatsii v istorii liudstva i natsional'nij ekonomitsi, Ekonomika: Problemy teorii i praktyky : zb. nauk. pr., DNU, D., vyp. 193: V 5 t., T. 1., s. 26-35.

14. Lutsenko, I. A. (2009), Sotsializatsiia ekonomiky iak mekhanizm rozvytku suspil'stva, Ekonomika ta pidpriemnytstvo : zb. nauk. prats' molodykh uchenykh ta aspirantiv, K. : KNEU, vyp. 23, s. 3-9.

15. Tarasova, S. V. (2002), Socializacija systemy jekonomicheskikh otnoshenij perehodnoj jekonomiki (Voprosy teorii, metodologii, praktiki) : diss. ... doktora jekon. nauk : 08.00.01 / Tarasova Svetlana Valer'evna, M., 332 s.

16. Chistobaeva, Ju. A. (2011), Osnovnye kriterii socializatsii jekonomiki. Gumanizacija jekonomicheskogo rosta, Social'no-jekonomicheskie javlenija i processy, № 7, s. 192-196.

Стаття надійшла до редакції 06 лютого 2019 р.

УДК 330.043+330

Башнянин Г. І.,

ORCID ID: 0000-0003-0234-0431, Researcher ID: G-9765-2019,

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

Лапчук Я. С.,

ORCID ID: 0000-0002-9928-1943,

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

Коцупей В. М.,

ORCID ID: 0000-0003-0663-4859, Researcher ID: F-7481-2019,

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

ПРО СОЦІАЛЬНЕ ОЦІНЮВАННЯ В ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМАХ

***Анотація.** Розглянуто природу соціального оцінювання. Визначено методи реалізації соціального оцінювання та описано ринковий і позаринковий механізми соціального оцінювання. Здійснено загальну характеристику соціальної аксіології як науки про соціальне оцінювання. Наведено природу соціальних оцінок як основного результату соціального оцінювання. Проаналізовано фактори формування і фактори зміни соціальних оцінок та з'ясовано характер залежності між соціальними й економічними оцінками. Доведено, що характер зв'язку між соціальною аксіологією й економічною аксіологією визначається співвідношенням між відповідними типами оцінювання: економічним і соціальним. Проведено порівняння точності різних типів соціальних оцінок. Визначено умови формування реальних і гіперреальних соціальних оцінок в економіках як розвиненого, так і перехідного типів. Зроблено висновок, що соціальне оцінювання як окремий тип суспільного оцінювання, що здійснюється позаринковими методами, становить основний предмет вивчення такої частини суспільної аксіології, як соціальна аксіологія.*

Ключові слова: соціальне оцінювання, ринкове і позаринкове соціальне оцінювання, соціальна аксіологія, квазіелементарні, елементарні, високі і гіпервисокі соціальні оцінки, номінальні, реальні і гіперреальні соціальні оцінки.

Bashnyanin G. I.,

ORCID ID: 0000-0003-0234-0431, Researcher ID: G-9765-2019,

Doctor of Economics, Professor, Manager of Department of Theoretical and applied economy, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Lapchuk Y. S.,

ORCID ID: 0000-0002-9928-1943,

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

Kocupey V. M.,

ORCID ID: 0000-0003-0663-4859, Researcher ID: F-7481-2019,

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

ABOUT SOCIAL EVALUATION IN ECONOMIC SYSTEMS

Abstract. Nature of social evaluation is considered. The methods of implementation of social evaluation are determined and the market and non-market mechanisms of social evaluation are described. A general characteristic of social axiology as a science about social evaluation is carried out. The nature of social evaluations as the main result of social evaluation is revealed. The factors of formation and factors of change of social evaluations are analyzed and the nature of the relationship between social and economic evaluations is determined. It is proved that the nature of the relationship between social axiology and economic axiology is determined by the correlation between the corresponding types of evaluation: economic and social. A comparison of the accuracy of different types of social evaluations is conducted. The conditions for the formation of real and hyperreal social evaluations in the economies of both developed and transitional types are determined. It is concluded that social evaluation as a separate type of public evaluation, carried out by non-market methods, is the main subject of the study of such a part of public axiology as social axiology.

Key words: social evaluation, market and non-market social evaluation, social axiology, quasi-elementary, elementary, high and hyper-social evaluations, nominal, real and hyper-real social evaluations.

JEL Classification: A13; C13; C49; O10

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-10>

Постановка проблеми. Соціальне оцінювання є процедурою або системою процедур метрологічного (кількісного, економетричного, економіко-математичного) визначення ступеня (міри) впливу елементів економічної системи (чи її секторів, сегментів, підсистем) або економічної системи загалом на результативність функціонування (ефективність) соціально-економічної системи загалом, на соціально-економічну сферу суспільства і соціально-матеріальний розвиток суб'єктів економіки і суспільства (працівника, колективу, суспільства загалом).

Метою соціального оцінювання є з'ясування того, як економічна система впливає на результативність функціонування соціальної сфери суспільства, наскільки ефективною в соціальному (а не лише в економічному) плані є економічна (комерційна, господарська, наукова тощо) діяльність. На підставі результатів соціального оцінювання ми формуємо певне уявлення про соціальну ефективність економічної діяльності. Перехід від визначення економічної до визначення соціальної ефективності економічної діяльності має як теоретичне, так і практичне значення, оскільки дає змогу з'ясувати, як економічна система впливає на результативність функціонування соціальної системи, чи є певна економічна діяльність результативною в суто соціальному плані (вона може бути результативною в економічному плані і водночас нерезультативною в плані соціальному, як наслідок, постає питання про її доцільність).

Як наслідок зазначеного вище, на сучасному етапі зростає актуальність дослідження соціального оцінювання і розвитку соціальної аксіології як складової чи однієї з версій суспільної аксіології соціального оцінювання на основі узагальнення практики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням щодо соціального оцінювання в економічних системах приділено значну увагу в працях таких науковців, як: Башнянин Г. І., Вілан Ч.,

Елленберг Д., Канигін Ю., Марцин В. С., Річ К., Сорос Д., Пікетті Т., Талер Р. та ін.

Однак у більшості наукових досліджень мало уваги приділено саме характеру залежності між номінальними, реальними і гіперреальними соціальними оцінками і з'ясуванню ступеня їх точності. Усе це свідчить про актуальність теми, а відтак зумовило вибір напряму дослідження в науковому і практичному аспектах.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні соціального оцінювання і розвитку соціальної аксіології як складової чи однієї з версій суспільної аксіології соціального оцінювання на основі узагальнення практики.

Вклад основного матеріалу дослідження. Соціальне оцінювання здійснюється приблизно такими ж методами, що й економічне. По-перше, суто ринковим методом, що передбачає застосування як інструмента вимірювання ринкової ціни. Щоправда, соціальні функції ринкової ціни значно вужчі, ніж її економічні функції, тому використання ринкової ціни як інструмента соціального вимірювання досить обмежене. В окремих випадках ринкова ціна як інструмент соціального вимірювання може спотворювати результати, не даючи можливості точно (більш-менш точно) визначити ступінь впливу економічної діяльності на результативність функціонування соціальної сфери суспільства. Щоб ринкова ціна більш-менш повно виконувала і соціальні функції (визначала соціальну ефективність функціонування економічних систем), вона повинна бути сформована так, щоб своєю структурою відображати і соціальний ефект економічної діяльності, тобто, щоб її формування відбувалося за таким правилом:

$$P_1; P_2; \dots; P_n = E^c_1; E^c_2; \dots; E^c_n, \quad (1)$$

де P_i – рівень ринкових цін певних елементів економічної системи;

E^c_i – соціальна ефективність елементів економічних систем ($i=1, n$) [3].

Механізм вільного ринкового ціноутворення погано пристосований до такого формування ринкової ціни, тому вона досить часто дуже неточно відображає соціальну результативність функціонування економічної системи, хоча, без сумніву, дуже часто вища ціна засвідчує вищу соціальну результативність функціонування економічної системи.

Мала придатність ринкових цін для вирішення завдань соціального вимірювання (точніше, соціально-економічного вимірювання) змусила суспільну практику сформувати спеціальний механізм позаринкового соціального вимірювання. Як інструмент у такому вимірюванні, як правило, використовують соціальні оцінки. Соціальна оцінка, на відміну від ринкової ціни, не обов'язково набуває грошової форми. Дуже часто вона може бути представлена і в формі експертної оцінки, і в формі звичайної вербальної оцінки (більший чи менший вплив на соціальну результативність функціонування), і в формі бальної оцінки. Останні також можуть набувати грошової форми, створюючи ілюзію, по-перше, абсолютної тотожності грошових і не-грошових форм оцінок, на цій основі формується уявлення про виключно грошову форму їх існування; по-друге, виникає ілюзорне уявлення про тотожність економічних і соціальних оцінок, хоча вони тотожні лише їх деякими частинами. Розвиненішою і багатшою вважається саме соціальна оцінка, а економічна - є окремим (частковим) випадком оцінки соціального порядку. У відповідній залежності перебувають і процедури економічного та соціального вимірювання: соціальне вимірювання є вищою і досконалішою формою практики суспільного вимірювання загалом. Воно значнішою мірою виходить за межі практики ринкового ціноутворення, ніж власне економічне вимірювання. Отже, ринкова ціна є значно більш недостатнім і обмеженим інструментом соціального вимірювання, ніж економічного. В суто економічному плані ринкова ціна ще може вважатися більш-менш універсальним методом чи інструментом вимірювання, а в суто соціальному плані вона є частковим (окремим), чи спеціальним, інструментом соціального вимірювання.

Ця точка зору про очевидну недостатність ринкових цін як інструмента соціального вимірювання стала панівною в сучасній економічній і соціологічній літературі, за винятком хіба що "крайніх" варіантів класичних і сучасних неокласичних шкіл політичної економії, представники яких продовжують приписувати ринковій ціні універсальне значення і розглядають її як інструмент не лише економічного, а й соціального вимірювання. На протилежному до них полюсі знаходяться представники так званої пролетарської (марксистської) політичної економії, які взагалі не визнають за ринковими цінами жодних соціальних функцій, окрім суто економічних. Виходячи з цього, вони вважають, що деформація системи господарювання, яка спостерігається за умов класичного ринку, значною мірою зумовлена відсутністю соціальних функцій ринкової ціни. Така точка зору явно гіпертрофована. Насправді ринкову ціну можна

одночасно розглядати і як інструмент економічного, і як інструмент соціального вимірювання, хоча її соціальні функції та її соціальна роль значно вужчі, ніж її економічні функції і роль. Ринкову ціну можна розглядати як соціальну категорію та інструмент соціального вимірювання лише частково.

Враховуючи обмеженість соціальних функцій ринкової ціни, суспільна практика сформувала і спеціальний напрям свого розвитку, основним завданням і основною метою якого є створення системи соціальних оцінок, – специфічну практику соціального оцінювання як одну з найважливіших складових практики суспільного вимірювання, як її вищу і місткішу частину. Соціальне вимірювання охоплює практику соціального ринкового ціноутворення і практику соціального оцінювання, причому через недорозвиненість соціальних функцій ринкових цін частка практики соціального оцінювання переважає.

Як наслідок, роздвоїлася теорія соціального вимірювання: з одного боку, вона є складовою загальної теорії ринкового ціноутворення, а з іншого, – самостійно розвивається як соціальна аксіологія. Соціальна аксіологія, своєю чергою, є однією з найважливіших складових суспільної аксіології загалом і водночас доповнює та розвиває аксіологію економічну. Основною метою соціальної аксіології є з'ясування найзагальніших принципів формування соціальних оцінок і визначення принципів функціонування практики соціального оцінювання.

Теоретичний аналіз практики соціального оцінювання дає підстави стверджувати, що основним параметром соціального оцінювання є соціальний ефект, який – основа і база (і передумова) формування соціальних оцінок. Соціальний ефект дуже часто набуває грошової форми і показує, якою мірою той чи інший елемент економічної системи (чи система загалом) впливає на результативність функціонування соціальної сфери суспільства. Для спрощення викладу припустимо, що соціальний ефект існує тільки в грошовій формі, тобто він, як і економічний ефект, також є економічною категорією (таке припущення є допустимим тому, що ми аналізуємо тут не соціальне оцінювання як таке, як певну сферу практики соціальної діяльності, а саме економічну складову цієї діяльності, тобто йдеться саме про економічний аспект соціальної оцінки чи формування системи соціального оцінювання).

Здійснюючи процедури соціального оцінювання, соціально-економічна практика виходить з тієї передумови, що соціальні оцінки повинні формуватися таким чином, щоб відображати своєю структурою і значенням або загальний соціальний ефект, або середній соціальний ефект, або граничний соціальний ефект. Тобто соціальна оцінка розглядається як математична функція перелічених типів соціальних ефектів і формується за принципом орієнтації на них:

$$O^c_i = f(TE^c_i); O^c_1; O^c_2; \dots; O^c_n = TE^c_1; TE^c_2; \dots; TE^c_n, \quad (2)$$

$$O^c_i = f(AE^c_i); O^c_1; O^c_2; \dots; O^c_n = AE^c_1; AE^c_2; \dots; AE^c_n, \quad (3)$$

$$O^c_i = f(ME^c_i); O^c_1; O^c_2; \dots; O^c_n = ME^c_1; ME^c_2; \dots; ME^c_n, \quad (4)$$

де O_i^c – соціальна оцінка елементів економічної системи,

TE_i^c – загальний соціальний ефект елементів економічної системи,

AE_i^c – середній соціальний ефект елементів економічної системи,

ME_i^c – граничний соціальний ефект елементів економічної системи ($i=1, n$) [4, 5].

Соціальна практика виходить з того, що більшу соціальну оцінку повинні мати ті елементи економічної системи, соціальний ефект яких більший. Тобто в своєму канонічному варіанті крива соціальної оцінки має дуже простий вигляд: по-перше, є висхідною; по-друге, має позитивний кут нахилу (в тому випадку, коли на осі абсцис позначено грошовий обсяг соціального ефекту) (рис. 1).

Крім соціального ефекту як основного фактора формування соціальної оцінки, на неї впливають фактори, які узагальнено можна назвати неефектними (тобто такими, що до соціального ефекту не мають безпосереднього відношення), і вони зміщують криву соціальної оцінки догори або донизу (залежно від того, в якому напрямі вони впливають на формування соціальної оцінки: в позитивному чи негативному).

“Не-ефектні” фактори (до них належать не тільки економічні витрати, а й такі параметри, як економічний і духовний ефект) у сучасній економічній літературі трактуються як фактори зміни (а не фактори формування) кривої (графіку) соціальної оцінки (рис. 2).

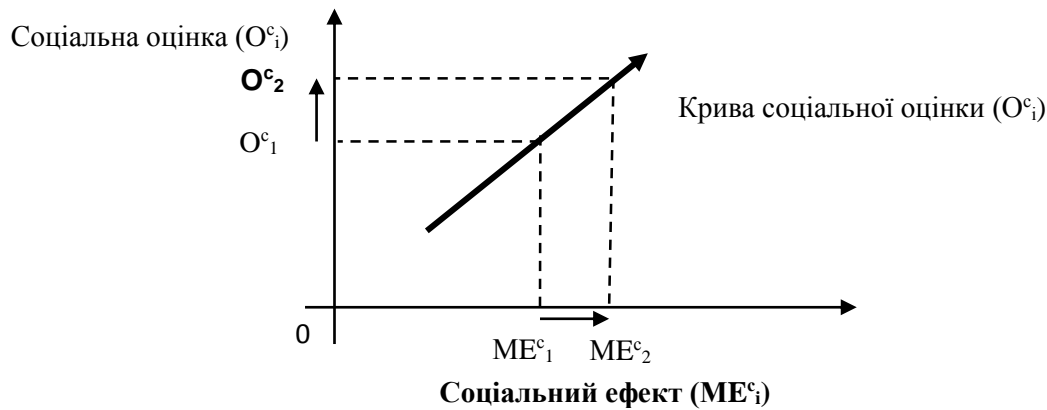


Рис. 1. Крива (графік) соціальної оцінки (канонічний варіант) (складено за [1, 2])

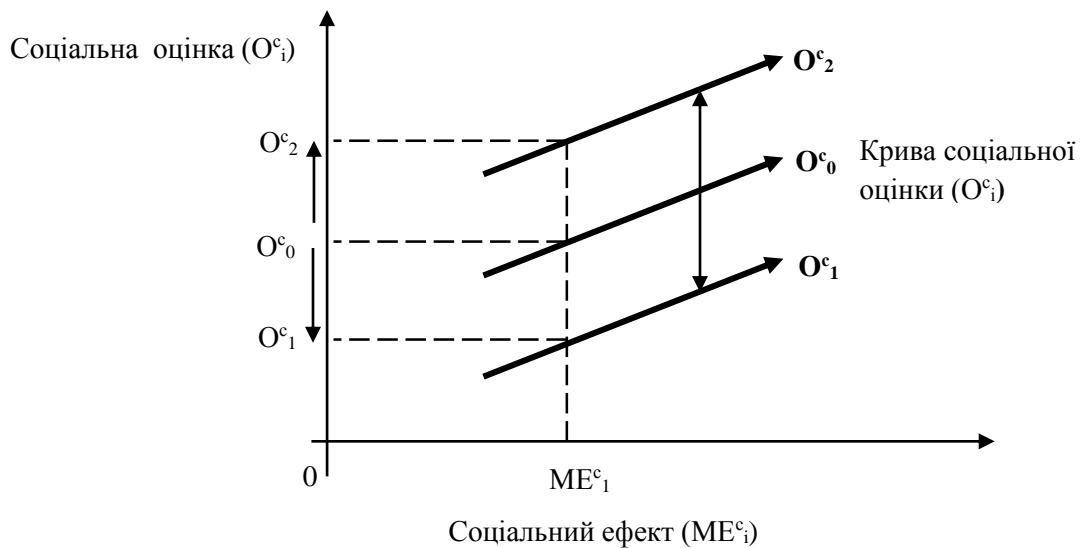


Рис. 2. Зміщення кривої (графіка) соціальної оцінки під впливом “не-ефектних” факторів (канонічний варіант) (складено за [1, 3, 4])

Практика і теорія соціального оцінювання перебувають у тісному і, можна сказати, органічному (логічному і практичному) зв'язку з практикою економічного оцінювання. Здійснюючи перехід від формування економічної до формування соціальної оцінки, ми переходимо, з одного боку, від економічного до соціального вимірювання економічних параметрів, процесів і форм, а з іншого, – підвищуємо ступінь точності економічного вимірювання, перетворюємо його в таке, яке своїми результатами (оцінками чи цінами) відображає результативність функціонування не лише економічної, а й соціальної (соціально-економічної) сфер суспільства. Наявність логічного і практичного зв'язку між економічними і соціальними оцінками знаходить відображення в кількісній процедурі їх формування. Від оцінки соціальної можна легко перейти до оцінки економічної і навпаки, використовуючи такий параметр, як норма граничної соціальної ефективності, обчислений за формулою [5, 6]:

$$O_i^c = O_i^e \cdot X[1 + ME^{c-n}], \quad O_i^e = O_i^c \cdot X[1 + ME^{c-n}]^{-1}. \quad (5)$$

Графічно процес переходу від оцінки економічної до оцінки соціальної може бути зображений підняттям графіка економічної оцінки (або його зміщенням донизу, якщо соціальний ефект має від'ємне, негативне значення, тобто якщо економічний процес негативно впливає на результативність функціонування певної соціальної системи) (рис. 3). Такий характер залежності між економічними і соціальними оцінками дає змогу визначити їх кількісне співвідношення:

TE_i^c, AE_i^c, ME_i^c – соціальні ефекти, відповідно, загального, середнього і граничного порядку економічної системи ($i = \overline{1, n}$) [11, 12].

Отже, взаємозв'язок між зазначеними оцінками легко можна описати такими простими формулами [9]:

$$O_i^c = O_i^e \cdot X[TE_i^c : TE_i^e], \quad O_i^e = O_i^c \cdot X[AE_i^c : AE_i^e], \\ O_i^c = O_i^e \cdot X[ME_i^c : ME_i^e], \quad (7)$$

Взаємозв'язок між економічними і соціальними оцінками може бути відображений і кількісно визначений й іншими методами: шляхом зіставлення параметрів економічних і соціальних ефектів із наведеного визначення соціальної оцінки, а такої на підставі загально визнаного трактування економічної оцінки.

Практика оцінної діяльності не обов'язково користується описаною технологією вимірювання соціальних оцінок (на базі відповідної корекції економічних оцінок). Існують й інші технологічні (вимірювальні) прийоми різного ступеня точності. В екстенсивних економічних системах соціальні оцінки часто формуються за спрощеною схемою, з використанням, так би мовити, елементарної вимірювальної технології. В основу цієї технології покладена ідея про те, що соціальні оцінки повинні формуватися за тим же принципом, що й елементарні економічні оцінки, тобто більшою соціальною значущістю володіють ті економічні блага, на виробництво яких витрачено більше економічних ресурсів (живої праці особливо, бо

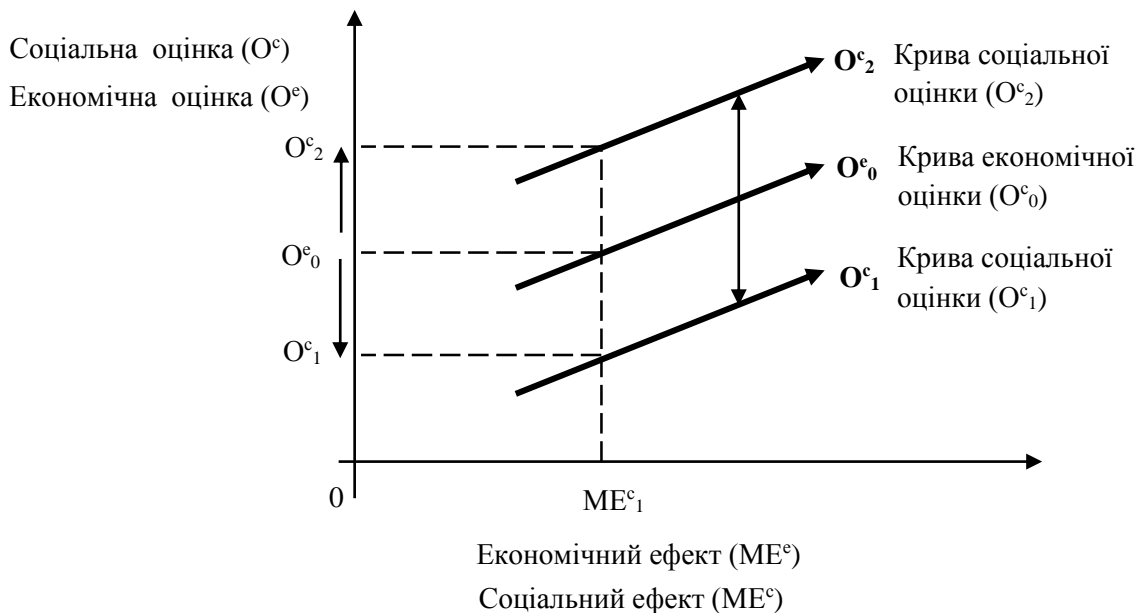


Рис. 3. Перехід від економічної до соціальної оцінки (канонічний варіант) (складено за [1, 2, 3])

$$O_i^c : O_i^e = TE_i^c : TE_i^e = AE_i^c : AE_i^e = ME_i^c : ME_i^e, \quad (6)$$

де TE_i^c, AE_i^c, ME_i^c – економічні ефекти, відповідно, загального, середнього і грошового порядку економічної діяльності (економічної системи),

витрати на неї становлять близько 70% усіх економічних витрат у сучасних економічних системах). В основу визначення таких спеціальних оцінок покладено просте правило їх прямо пропорційної залежності з відповідними обсягами економічних витрат [6, 7]:

$$O_i^c = f(TC_i); O_1^c : O_2^c : \dots : O_n^c = TC_1 : TC_2 : \dots : TC_n; \quad (8)$$

$$O_i^c = f(AC_i); O_1^c : O_2^c : \dots : O_n^c = AC_1 : AC_2 : \dots : AC_n; \quad (9)$$

$$O_i^c = f(MC_i); O_1^c : O_2^c : \dots : O_n^c = MC_1 : MC_2 : \dots : MC_n. \quad (10)$$

Соціальна оцінка, яка формується за таким простим правилом, практично нічим не відрізняється від номінальної економічної оцінки. Процедура її кількісного формування (визначення) базується на тій ідеї, що системи економічного і соціального оцінювання є тотожними: що значущіші блага в економічному відношенні, то значущіші вони в соціальному відношенні. Така теоретична передумова відверто спрощує механізм соціального оцінювання, зводить його без будь-якого “залишку” до механізму економічного оцінювання.

В інтенсивних економічних системах соціальні оцінки формуються за тією ж схемою, що й реальні економічні оцінки, тобто практика соціального оцінювання базується на ідеї тотожності соціальних оцінок і реальних економічних оцінок. Соціальні оцінки розглядаються як функції відповідних економічних оцінок:

$$O_i^c = f(TE_i^c); O_1^c : O_2^c : \dots : O_n^c = TE_1^c : TE_2^c : \dots : TE_n^c, \quad (11)$$

$$O_i^c = f(AE_i^c); O_1^c : O_2^c : \dots : O_n^c = AE_1^c : AE_2^c : \dots : AE_n^c, \quad (12)$$

$$O_i^c = f(ME_i^c); O_1^c : O_2^c : \dots : O_n^c = ME_1^c : ME_2^c : \dots : ME_n^c, \quad (13)$$

де TE_i^c , AE_i^c , ME_i^c – економічні ефекти, відповідно, загального, середнього і граничного порядку відповідних економічних процесів економічних

систем ($i=1, n$) [5].

Описана технологія формування соціальних оцінок може бути кваліфікована як квазіелементарна, вона ще не перестала бути елементарною, але вже спирається на вищі за елементарні вимірвальні підходи. Перехід від елементарної до квазіелементарної технології вимірювання соціальних оцінок ще не означає, що ми в повному обсязі ввійшли в зону соціального оцінювання, точніше, ввійшли в нього, однак продовжуємо ототожнювати соціальне оцінювання з економічним, трактуючи економічні блага з вищою економічною значущістю як такі, що володіють і вищою соціальною значущістю. Так чинити можна, однак лише стосовно слабо соціалізованого сектора економічних систем або так званих слабо соціалізованих економічних систем, в яких соціальна орієнтація економічного розвитку недостатньо виражена. Стосовно сильно соціалізованих економічних систем потрібно застосовувати високі або й навіть гіпервисокі (мега-високі) технології соціального вимірювання. Перші вимагають, щоб система соціальних оцінок у процесі формування (визначення) орієнтувалася на відповідні соціальні ефекти, а другі – на ще вищі, так звані духовні ефекти, що відображають ступінь впливу окремих елементів економічних систем на результативність функціонування (ефективність) духовної (духовно-інтелектуальної) сфери суспільства, на розвиток духовних і інтелектуальних властивостей людини як основного суб'єкта економічних і суспільних систем. За використання гіпервисоких технологій соціального оцінювання соціальні оцінки в процесі свого формування вже орієнтуються на значення відповідних духовних ефектів [7, 8]:

$$O_i^c = f(TE_i^d); O_1^c : O_2^c : \dots : O_n^c = TE_1^d : TE_2^d : \dots : TE_n^d, \quad (14)$$

$$O_i^c = f(AE_i^d); O_1^c : O_2^c : \dots : O_n^c = AE_1^d : AE_2^d : \dots : AE_n^d, \quad (15)$$

$$O_i^c = f(ME_i^d); O_1^c : O_2^c : \dots : O_n^c = ME_1^d : ME_2^d : \dots : ME_n^d, \quad (16)$$

Практика використання високих (коли в процесі формування економічної оцінки ми орієнтуємося на значення соціальних ефектів) і гіпервисоких технологій соціального оцінювання дає змогу сформувати найточніші соціальні вимірники – так звані реальні і гіперреальні соціальні оцінки, що дають можливість визначати вплив економічних процесів на результативність функціонування не лише економічних систем, а й систем ширшого, місткішого і значущого порядку – соціальних і соціально-духовних (інтелектуальних). Гіпервисокі технології соціального оцінювання особливо доцільно та ефективно застосовувати до так званих інтелектуалізованих економічних систем, основною орієнтацією розвитку і функціонування яких є всебічний духовний та інтелектуальний розвиток людини. До неінтелектуалізованих і квазіінтелектуалізованих економічних систем можна застосовувати або елементарні, або квазіелементарні технології вимірювання чи соціального оцінювання.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. На підставі дослідження автори дійшли таких висновків стосовно того, що соціальне оцінювання – це метрологічна процедура визначення міри і характеру впливу економічної системи чи її окремих складових на результативність функціонування соціальної сфери як окремої господарської системи, так і суспільства загалом.

Суто практично соціальне оцінювання можна здійснювати двома методами: ринковим – через механізм ринкового ціноутворення і позаринковим – через метрологічну процедуру визначення соціальної оцінки. Метрологічне формування соціальних оцінок і становить основний зміст соціального оцінювання.

Соціальне оцінювання як окремих тип суспільного оцінювання, що здійснюється позаринковими методами, становить основний предмет вивчення такої частини суспільної аксіології, як соціальна аксіологія. А характер зв'язку між соціальною аксіологією й економічною аксіологією визначається співвідношенням між відповідними типами оцінювання: економічним і соціальним. Соціальне оцінювання виступає як вищий тип розвитку економічного оцінювання, як його узагальнення.

Результатом соціального оцінювання є соціальна оцінка, що за природою може бути грошовою або не-грошовою формою соціального ефекту. Соціальний ефект – це параметр, який свідчить про ступінь впливу економічної системи чи її окремих складових на результативність функціонування соціальної сфери будь-якої господарської системи, на соціальний розвиток людини як основного суб'єкта економіки, господарства, суспільства загалом.

Соціальна оцінка формується під впливом факторів двох типів: ефективних і не-ефективних. Ефективні фактори формують початковий рівень соціальної оцінки, а не-ефективні – змінюють його в той чи інший бік.

Соціальне оцінювання практично, в практиці господарювання, можна здійснювати за допомогою різних технологій. Автори виокремлюють такі технології його реалізації: 1) елементарну технологію, за якої соціальна оцінка формується під впливом витрат ресурсів і набуває форми номінальної соціальної оцінки; 2) квазіелементарну технологію, коли при формуванні соціальної оцінки враховується також економічний ефект, внаслідок чого формується квазіномінальна соціальна оцінка; 3) високу технологію, за якої основним параметром формування соціальної оцінки слугує соціальний ефект, таку оцінку автори статті називають реальною; 4) гіпервисоку технологію, яка передбачає в процесі формування соціальної оцінки врахування не лише економічного і соціального ефекту, а й духовного (духовно-інтелектуального), внаслідок чого отримуємо надвисоку форму соціальної оцінки, гіперреальну соціальну оцінку.

Практичне застосування тієї чи іншої технології визначення соціальних оцінок детермінується типом систем, у “середовищі” яких вони формуються. В екстенсивних, слабо соціалізованих і слабо інтелектуалізованих системах доцільно застосовувати елементарні технології, а в інтенсивних, сильно соціалізованих і сильно інтелектуалізованих системах – складні технології, вищі і надвисокі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Башнянин Г. І. Економічні системи. Методологічні проблеми метрологічного аналізу ефективності капіталізації, лібералізації, соціалізації і дерегулювання / Г. І. Башнянин. – Львів : Ліга-Прес, 2017. – 830 с.

2. Башнянин Г. І. Економічні ринкові системи: методологічні проблеми метрологічного аналізу / Г. І. Башнянин. – Львів : Ліга-Прес, 2018. – 404 с.

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

4. Вілан Ч. Гола економіка. Викриття нудної науки / Ч. Вілан. – Х. “Книжковий клуб “Клуб сімейного дозвілля”, 2018. – 320 с.

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

6. Елленберг Д. Як ніколи не помилятися. Сила математичного мислення / Д. Елленберг. – К. : Наш формат. – Х., 2017. – 408 с.

7. Каныгин Ю. Физическая экономия как альтернатива политэкономии. Энергия прогресса / Ю. Каныгин. – К. : Арий, 2016. – 276 с.

8. Марцин В. С. Интеллектуальная собственность в экономическом та социальном развитии общества :

монография / В. С. Марцин. – Львів : Априори, 2018. – 672 с.

9. Річ К. Людський фактор: Секрети тривалого успіху видатних компаній / К. Річ. – К. : Книголав, 2017. – 336 с.

10. Сорос Д. Відкрите суспільство. Реформування глобального капіталізму / Д. Сорос. – Х. : Фоліо, 2018. – 363 с.

11. Пикетті Т. Капітал у XXI столітті / Т. Пикетті. – К. : Наш Формат, 2016. – 696 с.

12. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики / Р. Талер. – М. : Эксмо, 2017. – 368 с.

REFERENCES

1. Bashnyanin, G. I. (2018), Econ metrologichnogo analizu eomichni systemu. Metodologichni problemu metrologichnogo analizu efectivnosti capitalizatsii, liberalizatsii, sotsializatsii I deregulyvanny, Liga-Pres, Lviv.

2. Bashnyanin, G. I. (2018), Echonomiczni runcovi systemu: metodologichni problem metrologichnogo analizu, Liga-Pres, Lviv.

3. Bashnyanin, G. I. (2013), Do pytannia negatyvnoi efektyvnosti rynkovoi samoreguiatsii ekonomichnyh system, Naykovyy visnyk Natsionalnogo lisotekhnichnogo yuniversitytetu Ukrainy, Zbirnyk Naukovo-tekhniknyh prats, № 23.7, s. 120-124.

4. Bashnyanin, G. I. (2011), Ekonomikhni systemy, Vydavnytstvo LKA, 496 s.

5. Vilan, H. Gola economica. Vucrutty nudnoi naucu, «Knuzcovuy club «Klub simeynogo dozvilly», Kharciv.

6. Elenberg, D. (2017), Uyk nicolu ne pomulytusy. Sula matematuchnogo muslenny, Nash format, Kyiv.

7. Kanugin, Y. (2016), Fizichescay economiy cac alyternativa politeconomii. Enerdiy prpgressa, Ariy, Kyiv.

8. Martsun, V. S. (2018), Intellectualna vlasnisty v economichnomu ta sotsialnomu rozvutcu suspilstva, Apriori, Lviv.

9. Rich, K. (2017), Lydskuy factor: Secretu trivalogo uspihu vudatnuh kompaniy, Knugolav, Kyiv.

10. Soros, D. (2018), Vidcrute suspilstvo. Reformuvanny globalynogo capitalizmu, Folio, Harkiv.

11. Picetti, T. (2016), Kapital XXI stolitti, Nash format, Kyiv.

12. Taler, R. (2017), Novay povedenchescay economica. Pochemu lydi narushayt pravila tradichionnoy economici, Ecsmo, Moscow.

Стаття надійшла до редакції 24 січня 2019 р.

УДК 338.486.4

Миронов Ю. Б.,

ORCID ID: 0000-0002-9015-506X, Researcher ID: E-9613-2019,

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

Миронова М. І.,

ORCID ID: 0000-0003-1438-4394,

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

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Анотація. У статті розглядається сутність понять “економічна ефективність”, “ефективність індустрії туризму”, визначено передумови розроблення методологічного підходу до оцінювання економічної ефективності функціонування сфери туризму, охарактеризовано економічну сторону оцінювання ефективності сфери туризму. порушується проблема розробки сукупності показників для оцінювання економічної ефективності сфери туризму на основі комплексного підходу. Запропоновано алгоритм оцінювання економічної ефективності індустрії туризму та показники такого оцінювання. Описано технологію розрахунку інтегрального показника економічної ефективності індустрії туризму. Представлено модель оцінювання економічної ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу. Доведено, що адекватна оцінка економічної ефективності сфери туризму дозволяє активно впливати на поточний стан і тенденції розвитку туристичної галузі, відслідковувати і коректувати некеровані явища і процеси, складати плани та програми розвитку сфери туризму як на регіональному, так і на державному рівні. Визначено перспективні напрями подальших наукових досліджень у даному напрямі.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, індустрія туризму, ефективність, економічна ефективність.

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

Myronova M. I.,

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

METHODOLOGICAL APPROACHES TO EVALUATION OF THE TOURISM INDUSTRY AND TOURIST BUSINESS ECONOMIC EFFICIENCY

Abstract. The essence of the concepts of "economic efficiency", "efficiency of the tourism industry" is considered in the article, the preconditions of the development of the methodological approach to the economic efficiency evaluation of the tourism sphere functioning are defined as well as the economic side of the evaluation of the tourism sphere's efficiency is characterized. The problem of developing a set of indicators for assessing the tourism sector economic efficiency based on the integrated approach is highlighted. The algorithm of evaluation of economic efficiency of tourism industry and indicators of such estimation are proposed. The technology of calculating the integral indicator of economic efficiency of the tourism industry is described. The model of economic efficiency evaluation of tourist business enterprises activity is presented.

It is proved that an adequate assessment of the economic efficiency of the tourism sector can actively influence the current state and trends of the tourism industry, track and correct unmanaged phenomena and processes, help to draw up plans and programs for the tourism sector development both at the regional and at the state level. The perspective directions of further scientific researches in this direction are determined.

Key words: tourism, tourism business, tourism industry, efficiency, economic efficiency.

JEL Classification: C52; D61; L83

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-11>

Постановка проблеми. Індустрія туризму здійснює позитивний вплив на розвиток різних галузей економіки України (транспорт, зв'язок, виробництво товарів народного споживання та ін.), будучи каталізатором економічного розвитку туристичних дестинацій. При державному регулюванні сфери туризму постійно виникає необхідність визначення економічних показників очікуваних результатів реалізації регіональних та національних програм розвитку туризму. За умов конкуренції та прагнення підприємств до економічного розвитку все більшого значення набуває оцінювання економічної ефективності туристичних підприємств, адже практика функціонування ринку туристичних послуг показує, що без аналізу економічної ефективності туристичний бізнес не може нормально функціонувати, а туристичне підприємство – досягати мети діяльності та реалізувати свою місію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні аспекти оцінювання економічної ефективності індустрії туризму неодноразово піднімалися у працях українських та іноземних вчених, серед яких С. Гагаулліна [2], Н. Рубцова [4; 10], О. Порошина [9], В. Славін [11], А. Топчій [2]. Проблематиці оцінювання економічної ефективності туристичного бізнесу на мікроекономічному рівні присвячено наукові публікації Р. Балашової [1], І. Димеденко [5], К. Єсіпової [6], С. Мельниченко [6]. У працях цих вчених досліджено методи оцінювання ефективності діяльності туристичних підприємств та туристичної діяльності в регіоні, вивчено підходи до оцінювання ефективності розвитку сфери туризму. Разом із тим, багато теоретичних та практичних аспектів проблеми оцінювання ефективності сфери туризму розкриті поки недостатньо повно та потребують ґрунтовнішого опрацювання.

Постановка завдання. Метою статті є формування методологічних підходів до оцінювання економічної ефективності індустрії туризму загалом та ефективності діяльності туристичних підприємств зокрема.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вплив туристичної галузі на економіку характеризується мультиплікативним ефектом. За умов постійно зростаючого впливу туристичної індустрії на економічну та соціальну сфери суспільства виникає необхідність адекватного оцінювання ефективності функціонування індустрії туризму, а також окремих туристичних бізнесів. Оцінювання економічної ефективності туристичної індустрії вимагає формування системи показників, які б

характеризували економічний ефект існуючих та перспективних заходів у цій сфері, продуктивність використання туристичних ресурсів дестинації.

Під економічною ефективністю ми розуміємо сукупну оцінку економічних результатів (доходів, прибутку) відносно до встановлених цілей та затрат на їх досягнення.

При розгляді сутності поняття “ефективність індустрії туризму” важливо розуміти, що туристичний бізнес не можна зводити лише до надання туристичних послуг, оскільки цей вид діяльності визначається не стільки обсягом конкретно наданих послуг, скільки кількістю споживачів туристичного продукту, а ефект в індустрії туризму залежить від кінцевого споживання будь-якого її продукту [11].

За сучасних умов функціонування та розвитку індустрії туризму її ефективність також доцільно розглядати у контексті взаємодії та взаємокоординації суб'єктів сфери туризму та рекреації – учасників ланцюжка створення цінності туристичного продукту, оскільки соціально-економічна ефективність такого ланцюжка залежить не стільки від результату автономного функціонування кожного суб'єкта туристичної діяльності, скільки від їх взаємної координації та кооперації, тобто ефективності взаємодії [8].

Розроблення методологічного підходу до дослідження економічної ефективності функціонування сфери туризму доцільно почати, на нашу думку, з визначення об'єкта, предмета дослідження і методичного інструментарію оцінювання. Об'єкт дослідження у даному випадку – туристична діяльність, під якою ми розуміємо вид господарсько-економічної діяльності, результатом якої є створення туристичного продукту. Предметом дослідження є економічна ефективність індустрії туризму. Особливістю практичного застосування цього підходу повинна стати доцільність його використання на національному, регіональному чи мікроекономічному рівнях господарювання.

Пропонований алгоритм оцінювання економічної ефективності індустрії туризму включає таку послідовність дій [7, с. 322]:

- 1) визначення потреби в інформації, вибір та обґрунтування показників, що характеризують економічний аспект функціонування сфери туризму;
- 2) збирання та обробка вихідних даних;
- 3) аналіз отриманих даних та прийняття управлінських рішень.

Дослідниками сфери туризму пропонуються різні підходи до формування переліку показників, які характеризують різноманітні аспекти

ефективності функціонування індустрії туризму. Проблема розробки сукупності показників для оцінювання економічної ефективності сфери туризму може бути вирішена при комплексному підході, який охоплює всі складові економічного потенціалу та зовнішнього середовища функціонування туристичної індустрії, результативність їх використання з одночасним переходом від загального явища до конкретних показників.

Економічна сторона оцінювання ефективності сфери туризму передбачає характеристику потенційних можливостей здійснення процесів виробництва та збуту туристичних продуктів, виражена через динаміку та результативність цих процесів, що підтверджує економічну доцільність ведення туристичної діяльності чи створення певної туристично-рекреаційної системи [9, с. 84].

В якості показників соціально-економічної ефективності сфери туризму можна використовувати такі:

- 1) частка галузі туризму у ВВП країни, %;
- 2) кількість туристів на 1000 осіб населення, ос.;
- 3) кількість туристів на одиницю місткості всіх місць розміщення, включаючи спеціальні, осіб/місце;
- 4) інвестиції в основний капітал у розвиток колективних засобів розміщення, млн грн;
- 5) коефіцієнт використання номерного фонду;
- 6) кількість місць в об'єктах громадського харчування на 1000 осіб населення, місць;
- 7) оборот громадського харчування на душу населення, грн/ос.

Після збору (а в разі необхідності – розрахунку) статистичних показників обчислюється інтегральний показник економічної ефективності індустрії туризму (e_i) по всьому переліку критеріїв:

$$e_i = \sum_{i=1}^n k_i p_i, \quad (1)$$

де p_i – i -ий показник соціально-економічної ефективності сфери туризму;

k_i – вагомість i -го показника в інтегральному показнику;

n – кількість показників.

Для визначення вагомості i -го показника k_i використовуємо підхід, базований на розрахунку вагових показників за коефіцієнтами парної кореляції між ними [10, с. 127-128].

Якщо r_{ij} – коефіцієнт парної кореляції між i -м та j -м показниками, то вагові коефіцієнти (k_i) визначаються за такою формулою:

$$k_i = \frac{\sum_{j=1}^n r_{ij}}{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n r_{ij}}. \quad (2)$$

Сума коефіцієнтів парної кореляції кожного показника з іншими співвідноситься із загальною сумою коефіцієнтів по всій матриці коефіцієнтів парної кореляції. В силу того, що остання характеризує взаємозв'язок між усіма показниками, то отримані величини k_i відображають питому вагу i -го показника в інтегральному показнику ефективності по всьому блоку показників. Такий підхід, на нашу думку, у даному випадку виправданий, оскільки показники характеризують одну і ту ж складову ефективності індустрії туризму з економічної сторони.

Економічну ефективність діяльності туристичного бізнесу на мікроекономічному рівні можна здійснювати за такою моделлю (рис. 1).

Визначення економічної ефективності туристичного продукту проводиться на основі розрахунку наступних економічних показників:

- доходи від реалізації туристичного продукту;
- прямі та змінні витрати на виробництво турпродукту;
- маржинальний дохід (постійні витрати плюс прибуток) від реалізації туристичного продукту;
- поточні витрати та витрати на збут турпродукту;
- валовий прибуток;
- чистий прибуток від реалізації туристичного продукту.

Враховуючи досвід авторів [1; 3], доцільно використовувати таку логічну схему оцінювання економічної ефективності туристичного підприємства (рис. 2).

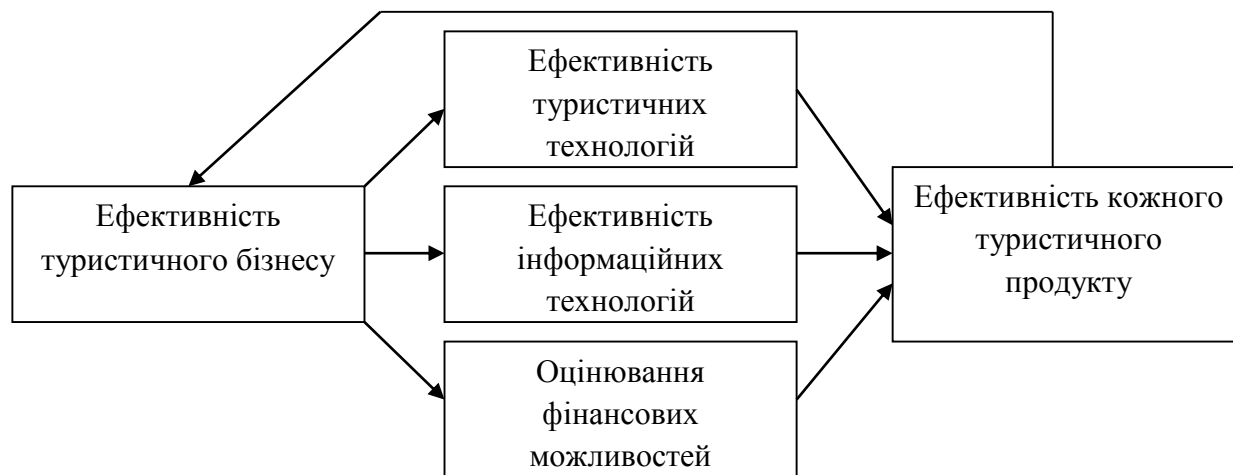


Рис. 1. Комплексне оцінювання ефективності діяльності туристичного підприємства (побудовано авторами на основі [1])

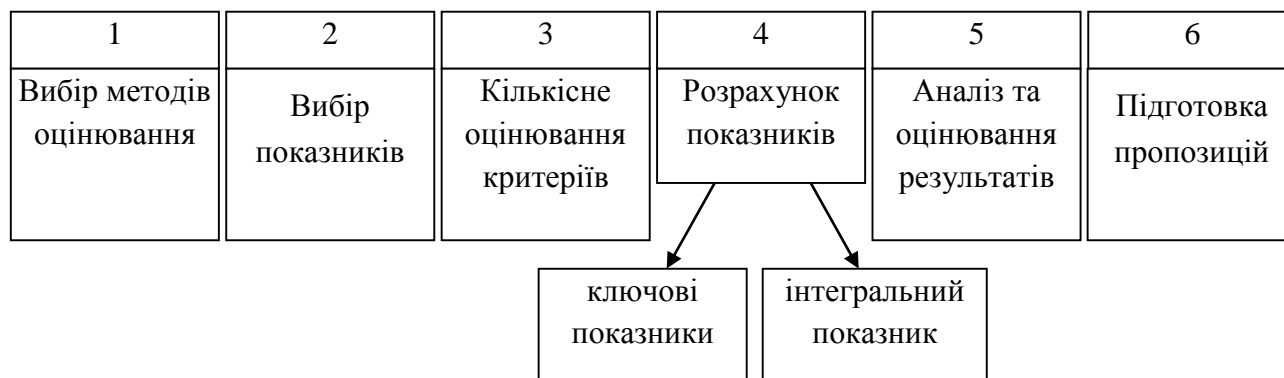


Рис. 2. Логічна схема оцінювання економічної ефективності туристичного підприємства (побудовано на основі [1; 3])

Логічна схема методу оцінювання економічної ефективності туристичного підприємства (рис. 2) передбачає:

- 1) вибір методів виміру та кількісного оцінювання;
- 2) вибір та обґрунтування системи показників;
- 3) кількісне оцінювання критеріїв (на основі коефіцієнтів);
- 4) розрахунок показників (ключових і/або інтегрального);
- 5) аналіз та оцінювання результатів оцінювання;
- 6) підготовка пропозицій на основі одержаних оцінок, прийняття управлінських рішень.

За такою схемою можливо не тільки оцінити ефективність роботи туристичного підприємства, його структурних підрозділів, а й визначити пріоритетні напрями діяльності, стратегію розвитку, розробити прогноз та план дій на перспективу, встановити результати використання факторів виробництва (у т. ч. інформації).

Для якісного оцінювання та прогнозування економічної ефективності туристичного бізнесу можливим є використання методу експертного оцінювання (методу Дельфі), SWOT-аналізу, матриці БКГ та ін.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, адекватна оцінка економічної ефективності сфери туризму дозволяє активно впливати на поточний стан і тенденції розвитку туристичної галузі, відслідковувати і коректувати некеровані явища і процеси, складати плани та програми розвитку сфери туризму як на регіональному, так і на державному рівні. Окрім цього, підвищення якості реалізації державної політики у сфері туризму дозволить покращити туристичну та інвестиційну привабливість туристичної дестинації. Великого значення набуває оцінювання економічної ефективності туристичних підприємств, адже без належного аналізу економічної ефективності неможливо приймати ефективні управлінські рішення та досягати мети туристичного бізнесу.

Перспективним для подальших досліджень, на наш погляд, є розроблення єдиної методології оцінювання економічної ефективності сфери

туризму та діяльності туристичних підприємств, що дозволить користуватися визначеними (стандартними) показниками та критеріями оцінювання при проведенні різноманітних досліджень сфери туризму, зокрема, із застосуванням сучасних інформаційних технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балашова Р. І. Розвиток методів оцінки ефективності діяльності туристичних підприємств / Р. І. Балашова // Вісник ДІТБ. – 2008. – № 12. – С. 99-108. – (Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому).
2. Гатауллина С. Ю. О состоянии методического обеспечения оценки экономической эффективности туристской деятельности в регионе / С. Ю. Гатауллина, А. В. Топчий // Науковедение : Интернет-журнал. – 2014. – № 4 (23). [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://naukovedenie.ru/PDF/31EVN414.pdf>.
3. Глищенко А. Н. Экономическая результативность деятельности предприятий : монография / А. Н. Глищенко, Н. А. Кизим, Я. В. Догадайло. – Х. : ИНЖЭК, 2005. – 144 с.
4. Даниленко Н. Н. Обоснование инновационных аспектов методологии оценки эффективности туризма / Н. Н. Даниленко, Н. В. Рубцова // Сервис в России и за рубежом. – 2012. – № 6. – С. 69-78.
5. Димеденко І. В. Методичні підходи до аналізу ефективності діяльності підприємств туристичного бізнесу / І. В. Димеденко // Вісник ДІТБ. – 2009. – № 13. – С. 41-46. – (Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому).
6. Мельниченко С. В. Оцінка ефективності бізнес-процесів туристичних підприємств / С. В. Мельниченко, К. А. Єсіпова // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2012. – Вип. 4 (48). – С. 222-229.
7. Миронов Ю. Б. Оцінка економічної ефективності індустрії туризму / Ю. Б. Миронов, М. І. Миронова // Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг : матеріали

IV Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 24 листопада 2016 р.). – Львів : Растр-7, 2016. – 376 с. – С. 321-324.

8. Морозов М. А. Социально-экономическая эффективность туристской деятельности: современные подходы к исследованию / М. А. Морозов, Н. В. Рубцова // Электронный научный журнал Байкальского государственного университета. – 2016. – Т. 7. – № 2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://eizvestia.isea.ru/pdf.aspx?id=20676>.

9. Порошина О. В. Оценка эффективности развития сферы туризма на основе целеориентированного подхода / О. В. Порошина // Проблемы развития территории. – 2016. – № 1. – С. 75-95.

10. Рубцова Н. В. Социально-экономическая эффективность туристской деятельности: теория, методология, практика : монография / Н. В. Рубцова. – Иркутск : Издательство БГУЭП, 2015. – 212 с.

11. Славин В. В. Оценка эффективности функционирования сферы туризма / В. В. Славин // ЭГО: экономика, государство, общество. – 2012. – Вып. 1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ego.uapa.ru/ru/issue/2012/03/05/>.

REFERENCES

1. Balashova, R. I. (2008), Rozvytok metodiv otsinky efektyvnosti diialnosti turystychnykh pidpriemstv, Visnyk DITB. Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi haluzi v tsilomu, 12, pp. 99-108.

2. Gataullina, S. Iu and Topchiiy, A. V. (2014), O sostoianii metodicheskogo obespecheniia jtsenki ekonomicheskoi effektivnosti turistskoi deiatelnosti v regione, Naukovedeniie, 4 (23), available at: <https://naukovedenie.ru/PDF/31EYN414.pdf> (Accessed Mar 14, 2019).

3. Glishchenko, A. N., Kizim, N. A. and Dogadailo, Ia. V. (2005), Ekonomicheskaiia rezultativnost deiatelnosti predpriiatij: monografiia, Kharkov, Inzhhek, 144 p.

4. Danilenko, N. N. (2012), Obosnovaniie innovatsionnykh aspektov metodologii otsenki effektivnosti turizma, Servis v Rossii i za rubezhom, 6, pp. 69-78.

5. Dymedenko, I. V. (2009), Metodychni pidkhody do analizu efektyvnosti diialnosti pidpriemstv turystychnoho biznesu, Visnyk DITB. Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi haluzi v tsilomu, 13, pp. 41-46.

6. Melnychenko, S. V. and Iesipova, K. A. (2012), Otsinka efektyvnosti biznes-protsesiv turystychnykh pidpriemstv, Visnyk Chernivetskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky, 4 (48), pp. 222-229.

7. Myronov, Yu. B. and Myronova, M. I. (2016), Otsinka ekonomichnoii efektyvnosti industrii turizmu, Innovatsii v upravlinni asortymentom, iakistiu ta bezpekoiu tovariv i posluh: Conference Proceedings of the IV International Conference (Lviv, November 24, 2016), Lviv, Rastr-7, pp. 321-324.

8. Morozov, M. A. and Rubtsova, N. V. (2016), Socialno-ekonomicheskaiia effektivnost turistskoi deiatelnosti: sovremennyye podkhody k issledovaniiu, Elektronnyi nauchnyi zhurnal Baikalskogo gosudarstvennogo universiteta, vol. 7, issue 2, available at: <http://eizvestia.isea.ru/pdf.aspx?id=20676> (Accessed Mar 14, 2019).

9. Poroshina, O. V. (2016), Otsenka effektivnosti razvitiia sfery turizma na osnove tseoriiirovannogo podkhoda, Problemy razvitiia territorii, 1, pp. 75-95.

10. Rubtsova, N. V. (2015), Sotsialno-ekonomicheskaiia effektivnost turistskoi deiatelnosti: teoriia, metodologiia, praktika: monografiia, Irkutsk, Izdatelstvo BGUEP, 212 p.

11. Slavin, V. V. (2012), Otsenka effektivnosti funktsionirovaniia sfery turizma, EGO: ekonomika, gosudarstvo, obshchestvo, 1, available at: <http://ego.uapa.ru/ru/issue/2012/03/05/> (Accessed Mar 14, 2019).

Стаття надійшла до редакції 15 січня 2019 р.

УДК 001.895: 338.48

Ящук В. І.,

ORCID ID: 0000-0003-2651-4918, Researcher ID: F-9466-2019,

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

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ТЕРИТОРІЙ МІСТА

***Анотація.** У статті досліджується рекреаційний простір як об'єкт управління інноваційним розвитком сучасного міста. Обґрунтовується необхідність використання інноваційних підходів до розвитку територій міста, необхідність забезпечувати задоволення зростаючих запитів мешканців міст до якості і доступності рекреаційних послуг. Досліджено категорію "рекреаційний простір", зроблено висновок про необхідність переходу від управління рекреаційними зонами до управління рекреаційним простором. Наведено приклади досвіду міста Львів, який демонструє можливість інноваційної модернізації рекреаційного простору історичного центру міста, шляхом реновації промислових об'єктів в сучасні інноваційні культурно-дозвільні бізнес-структури, які поліпшують загальний стан рекреаційної інфраструктури міста. Проаналізовано чинники інноваційного розвитку рекреаційного простору міста, при управлінні розвитком міського простору робиться акцент на необхідності використання поліцентричної моделі, що дозволяє ефективно вирішувати існуючі проблеми якості та доступності рекреаційного простору.*

Ключові слова: рекреація, рекреаційний простір, інноваційний розвиток, креативний простір, територіальне планування, управління розвитком.

Yashchuk V. E.,

ORCID ID: 0000-0003-2651-4918, Researcher ID: F-9466-2019,

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

RECREATIONAL SPACE AS AN OBJECT OF MANAGEMENT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE CITY TERRITORIES

***Abstract.** The article investigates the recreational space as an object of management of innovative development of a modern city. The necessity of using innovative approaches to the development of the city's territories, as well as the necessity to provide satisfaction of growing requests of cities inhabitants to the quality and accessibility of recreational services, is substantiated. The category "recreational space" was explored, the conclusion was made on the need of transition from management of recreational zones to management of recreational space. Examples of the city of Lviv experience are presented, demonstrating the possibility of innovative upgrading of the recreational space of the historic city center by renovating industrial objects into modern, innovative cultural and recreational business structures which improve the overall state of the recreational infrastructure of the city. The factors of the innovative development of the city recreational space are analyzed, while managing the development of urban space the emphasis is placed on the need to use a polycentric model that allows to effectively solve existing problems of quality and accessibility of recreational space.*

Key words: recreation, recreational space, innovative development, creative space, territorial planning, management of development.

JEL Classification: Q26; R10; O20; O31

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-12>

Постановка проблеми. В сучасних умовах досягти високої ефективності в рекреаційному секторі економіки неможливо без інновацій, які сприяють вирішенню проблем освоєння рекреаційних ресурсів при збереженні їх унікальності та якості, що, в свою чергу, задовольняє рекреаційні потреби відпочиваючих. Планування на рекреаційних територіях повинно орієнтуватися на творчі нестандартні підходи, враховувати природну та історико-культурну унікальність території, що сприятливо позначиться на відпочинку рекреантів, а також сприятиме впровадженню інноваційних методів відновлення їх життєвих сил і трудової активності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями, які торкаються найрізноманітніших аспектів рекреаційного проектування, займалися багато дослідників сучасності, зокрема: Величко В. В., Лукьянова Л. Г., Цибух В. І., Савранчук Л. А., Явкін В. Г., Смаль І. В., Покоłodна М. М., Рябев А. А., Полчанінова І. Л. [1-5] тощо. Разом з тим, планування рекреаційного простору міста і проектування рекреаційної інфраструктури розглядаються з точки зору обсягу та якості наявних ресурсів, не торкаючись інших, не менш важливих для забезпечення рекреації аспектів. Продовжує залишатись актуальною необхідність в подальших дослідженнях низки питань щодо сталого розвитку рекреаційної сфери міст. Проблеми, перераховані вище, їхня актуальність обумовили вибір теми статті, визначили її мету й завдання.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження рекреаційного простору як об'єкта управління інноваційним розвитком територій міста та обґрунтування необхідності запровадження інновацій при плануванні рекреаційного простору міст

для отримання конкурентних переваг та створення сприятливих умов для задоволення матеріальних та рекреаційних потреб людини, підвищення життєвого рівня та якості життя широких верств населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема організації та управління рекреаційним простором міста обумовлена специфікою психофізіологічних потреб людини. Вона потребує трьох видів рекреації: щоденної – після завершення робочого дня, щотижневої – у вихідні та святкові дні, щорічної – у періоди відпустки. Отже, середовище її проживання повинно бути здатне в значній мірі ці потреби задовольняти, а самі індивіди повинні прийняти ці властивості і можливості середовища, не ігнорувати їх, а включити в свою стереотипну модель просторової поведінки. Тільки в цьому випадку можна вважати, що мета управління рекреаційним простором досягнута, а потреба в тій чи іншій циклічній рекреації індивіда задоволена.

Організація ефективного управління рекреаційним простором вимагає уточнення суті даної категорії. В межах системного підходу рекреаційний простір можна представити як сукупність взаємопов'язаних елементів – підсистем, зображених на рис. 1.

Відповідно до рис. 1 рекреаційні ресурси – це об'єкти матеріального і нематеріального характеру, пряме або опосередковане споживання яких може сприяти відновленню або розвитку фізичних, психічних, духовних, інтелектуальних сил людини.



Рис. 1. Підсистеми рекреаційного простору території

Рекреаційна інфраструктура – це об'єкти матеріального світу, які існують, щоб забезпечити можливість здійснення рекреаційної діяльності. Рекреанти – це безпосередні споживачі рекреаційних послуг, які прагнуть таким чином задовольнити свої потреби. Рекреатори – це суб'єкти рекреаційної діяльності, фізичні та юридичні особи, які безпосередньо здійснюють виконання соціального замовлення на надання рекреаційних послуг та отримують прибутки за результатами продажу своїх послуг. Органи державного регулювання – інституційні утворення різних рівнів управління, уповноважені від імені держави приймати рішення, прямо або побічно зачіпають інтереси або можливості функціонування перерахованих вище підсистем рекреаційного простору.

Рекреаційний простір – складне і багатозначне поняття. На думку О. О. Бейдика [6], рекреаційний простір – частина соціального простору, що використовується для рекреаційної діяльності; формується внаслідок діяльності відпочиваючих і організаторів відпочинку. В свою чергу, рекреаційна зона – це спеціально виділена й організована територія в місті та в межах зеленої зони, призначена для відпочинку населення [7, 8]. Поняття рекреаційного простору, таким чином, відсутнє на законодавчому рівні, є лише рекреаційні зони, які і є зазвичай реальним об'єктом державного управління на практиці. Дані об'єкти цілком традиційні та повсякденні, не вимагають і не припускають широкої інноваційної модернізації, що дуже зручно для органів державного управління, але все менш зручно для безпосередніх рекреантів. В умовах прискореного темпу життя у містах і посилення професійного та загального антропогенного навантаження мешканці міст висувають підвищені вимоги до рекреаційних послуг, які повинні прискорювати і підсилювати процес відновлення фізичних і духовних сил людини. Саме тому потрібно перейти від управління розвитком рекреаційних зон до управління розвитком рекреаційних просторів міста, базованого на посиленні ролі інноваційної складової.

Типологізація рекреаційного простору може проводитися за різними ознаками. Рекреаційні простори можуть бути просторами коротко-, довгострокового використання, відкритого або закритого типу, організовані і стихійні тощо. В межах функціонального підходу можна виділити наступні типи рекреаційних просторів [9]:

1. Лікувально-оздоровчий простір, що включає в себе санаторії, пансіонати, б'ювети, галереї, парки, бази відпочинку, готелі, кемпінги, підприємства громадського харчування.

2. Фізкультурно-спортивний простір, що включає фізкультурні, спортивно-тренажерні будівлі та споруди, спортивні комплекси, майданчики, басейни та інші спортивні об'єкти.

3. Освітньо-пізнавальний простір, що включає музеї, бібліотеки, історичні та архітектурні пам'ятки, етнографічні об'єкти, етнічні села, центри майстерності і ремесел, природні пам'ятки тощо.

4. Розважальний простір, що включає площі, перехідні зони, театри, концертні зали, кінотеатри, клуби, паркові атракціони тощо.

Посилення ролі інновацій у формуванні та розвитку рекреаційного простору вимагає посилення ролі креативної складової в реалізованих рекреаційних практиках. У найзагальнішому вигляді ці практики включають в себе етапи, пов'язані з конструюванням рекреаційного простору, вибором пріоритетного напрямку діяльності, визначенням доступних засобів і інструментів, формальних і неформальних способів взаємодії, створення інтерпретацій рекреаційного простору. Самі практики конструювання рекреаційного простору, аналізуючи їх в контексті креативності, слід поділяти на споживчі, творчі та управлінські. Якщо говорити про інноваційні методи моделювання, моделювання рекреаційних комплексів досі ніде не застосовувалося, тому його можна вважати інноваційним.

Організаторам рекреаційних просторів слід орієнтуватися на створення умов для реалізації різних форм пізнавальної діяльності рекреантів. Існуючі простори великих міст, орієнтовані на культурне дозвілля, часто представлені сучасними, але абсолютно типовими, в деякому сенсі навіть стандартизованими, торгово-розважальними центрами, вони лише частково відповідають новому формату рекреаційних потреб, орієнтованих на більш активні форми залучення, на творче самовираження на індивідуальному або груповому рівні, на спільне створення в процесі рекреації подій, а не пасивне споглядання.

У сучасному суспільстві вже відбулися серйозні зміни в сутності споживання будь-яких товарів і послуг, у тому числі і рекреаційних. Найважливішою характеристикою споживання сьогодні стає можливість розвиватися і розвивати власні навички. Говорячи, наприклад, про вихідні дні і періоди відпустки як про час найбільшої затребуваності рекреаційних послуг, слід зазначити, що люди часто використовують їх для заняття спортом, пішим туризмом, скелелазіння або різьблення по кістці і дереву тощо. Не тільки тому, що хочуть активно провести вільний час, а й тому, що прагнуть максимально радикально змінити звичний характер діяльності, відійти від повсякденності, випробувати нові переживання. Саме такий підхід сприяє більш швидкому повному відновленню фізичних, інтелектуальних, духовних сил. Саме такі рекреаційні простори можна вважати об'єктами інноваційного розвитку міських територій в сучасних умовах.

У Львові є позитивний досвід створення подібних креативних рекреаційних просторів. Його історичний і діловий центр насичений мало затребуваними сьогодні площами колись успішних промислових підприємств. Поряд з цим виникає необхідність розвивати нові креативні простори, в тому числі шляхом трансформації невикористовуваних промислових об'єктів. Найбільш відомим із подібних уже реалізованих проєктів є FESTrepublic – це новий креативний простір, який будують у Львові з метою розширити центральну частину міста та створити максимально комфортні умови праці та

відпочинку [10]. У колишньому приміщенні заводу “Галичскло” (площею близько 2 га) на відстані близько 3 км від центру міста створено креативний квартал, де передбачено громадський простір для виставкових, культурних заходів, різноманітних акцій та місця для відпочинку відвідувачів з дітьми. Зокрема, створено приміщення для офісів, ресторанів, виставок, виробництва та концертів, спортивного залу, івент-холу, нічного клубу.

Проблема деградації рекреаційного простору в містах України сягає корінням ще у радянське минуле. Основна частина рекреаційної інфраструктури в умовах планової командно-адміністративної економіки виступала сателітом об’єктів виробничої інфраструктури. Економічні реформи, що проводяться в зв’язку з переходом до ринкової економіки, призвели до втрати значної частини виробничого потенціалу і об’єктів виробничої інфраструктури. Об’єкти соціальної сфери як міського, так і регіонального значення як непрофільні активи виявилися в умовах дефіциту фінансування і стали активно виводитися за баланси підприємств. Ринкові ж механізми в кризовий період перенаправляли, вивільняючи активи в галузі і сфери діяльності, здатні в умовах того часу забезпечити максимально швидкий економічний ефект для нових власників, завдячуючи на шкоду соціальній та екологічній функції.

Як підсумок, вже до середини 2000-х років в більшості великих міст загострилися проблеми екології транспорту, деградації рекреаційної інфраструктури і нерозвиненості рекреаційного простору в цілому. Це, в свою чергу, почало призводити до ситуації, коли переваги проживання в міському просторі, пов’язані з розширеними можливостями і зручністю користування “плодами” розвинутої виробничої та соціальної інфраструктури, розвивати і примножувати людський капітал, почали повсюдно нівелюватися посиленням існуючих і виникненням нових ризиків для життя і здоров’я мешканців міст, серед яких – зростання масштабів забруднення навколишнього середовища, поширення девіантної поведінки, психічних розладів.

Креативні інновації у формуванні та розвитку рекреаційного простору міста вимагають ресурсного забезпечення. Основні групи таких ресурсів, які є факторами розвитку, цілком традиційні. Це історико-культурні, демографічні, управлінські, інфраструктурні, природно-кліматичні.

Історико-культурні чинники є найважливішим ресурсом при формуванні сучасного рекреаційного простору. Вони визначають історичний контекст і унікальність простору, сам рекреаційний потенціал території.

У зв’язку з цим значимість даного чинника для Львова важко переоцінити. Щорічно місто приймає мільйони туристів, які прибувають відчутти його неповторний колорит, дух великої культури в різних її проявах, який вдається зберігати протягом багатьох століть, незважаючи на революції, війни, соціально-економічні перетворення тощо. Разом з тим, це ускладнює пошук шляхів інноваційного розвитку даного рекреаційного простору, адже

обмежує вибір можливих підходів та інструментів при плануванні і реалізації стратегії оновлення. Реалізовані інновації в цьому сенсі повинні повністю відповідати головному принципу – не нашкодь.

Проблемою багатьох міст є те, що їхній рекреаційний простір, який історично склався, не завжди дозволяє реалізувати стратегію адаптивної рекреації, тобто зробити його зручним для задоволення рекреаційних потреб різної циклічності і характеру. Місто – це великий, складний, живий організм, в якому “все залежить від усього”. Зокрема, у м. Львів можна спостерігати незадовільний стан транспортних комунікацій міста, з незліченними аваріями і пробками та “розбухання” міської території при наявності величезних неосвоєних і засмічених просторів всередині міста, в тому числі в історичній його частині.

Демографічний фактор також відіграє велику роль з огляду на те, що, по-перше, саме від нього і його характеристик залежать характер використання та масштаби залучення в господарський оборот всіх інших факторів, а по-друге, – специфіка сформованого в результаті рекреаційного простору. Врахування даного чинника дозволяє говорити про можливість формування за гендерним принципом рекреаційних кластерів, які в кінцевому підсумку будуть сприяти підвищенню якості рекреаційного простору міста.

Фактори управління та інфраструктурні чинники слід аналізувати разом. Розвиток, сегментація, спеціалізація міської інфраструктури, підвищення рівня значущості рекреаційного простору зумовлені високою і зростаючою високими темпами часткою міського населення. З урахуванням цієї тенденції розвиток міського простору, в тому числі управлінням розвитком і локалізацією рекреаційного простору, слід здійснювати на основі концепції поліцентризму.

Концепція поліцентризму, що виникла ще в ХХ ст., передбачає: міський простір формується і розвивається як безліч відносно самодостатніх кластерів [9], при цьому максимально ефективно використовують в своїй структурі природні елементи навколишнього природного середовища, що надає кожному кластеру певну індивідуальність, дозволяє задовольнити основні потреби мешканців міст у зайнятості, споживанні, дозвіллі. Особливо актуальним цей підхід стає при плануванні нових міст і районів, реконструкції та реновації існуючих міських територій.

Львову, як і багатьом іншим містам з багатовіковою історією, даний підхід дозволить в повній мірі зберегти переваги багатогранної архітектурної та культурної спадщини, зосередженої переважно в історичному центрі, доповнюючи його новими сучасними формами рекреаційних просторів, також життєво необхідних місту, що динамічно зростає і розвивається, знизить антропогенне навантаження від процесів повсякденного міського життя на об’єкти історико-культурної спадщини центру міста, ефективність використання яких як об’єктів туристичної і рекреаційної інфраструктури в зв’язку з цим помітно підвищиться. Зростаючий рівень

концентрації і підвищення інтенсивності функціональних процесів життя в центрі міст все більше ускладнює використання культурного, туристичного, рекреаційного потенціалу історичного центру, в той час як поліцентричність територіального розвитку дозволить істотно “розвантажити” високоурбанізовані центри від рутинних функцій, що забезпечують життєдіяльність міста, без шкоди можливостям їх використання з метою туризму та рекреації.

Ріст і розвиток міст дуже часто відбувається на шкоду навколишньому природному середовищу. Екологія майже завжди страждає від процесів урбанізації територій. Тим часом екологічне благополуччя є фактором фізичного і психічного здоров'я людини, фактором його можливого відновлення. Однак проблема нерозвиненості природних об'єктів як елементів рекреаційного простору є актуальною для міст. Паркові зони і сквери – це не тільки екологічно привабливий простір, але і комунікативний центр, місце відпочинку, відновлення фізичних і духовних сил, активної діяльності, що несе високий рекреаційний ефект.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Підбиваючи підсумки, слід зазначити: рекреаційний простір міста як об'єкт управління інноваційного розвитку міських територій – це простір функціонування його підсистем з метою задоволення рекреаційних потреб людей. Основними підсистемами рекреаційного простору є рекреаційні ресурси, рекреаційна інфраструктура, рекреатори, рекреанти, органи державного управління. Роль останніх є ключовою і полягає у створенні інституційного середовища для ефективної взаємодії всіх інших підсистем.

В умовах соціально-економічних перетворень і трансформацій 1990-х – початку 2000-х років увага до проблем забезпечення якісної і всебічної рекреації в містах України помітно зменшилася. Процеси розвитку рекреаційних просторів протікали часто стихійно, призводячи до помітної деградації в тій частині, де надання рекреаційних послуг не дозволяло отримувати доходів. В результаті спостерігалися істотний дисбаланс і деградація рекреаційного простору великих міст України.

Зростання темпу міського життя, збільшення фізичного і психологічного навантаження на мешканців міст вимагають не тільки відновлення, але і інноваційного розвитку об'єктів рекреаційної інфраструктури на основі нових теоретико-методологічних підходів до планування та управління рекреаційним простором міст, що враховують як специфічні риси доступних рекреаційних ресурсів, так і переваги поліцентричної концепції розвитку міського простору, що дозволяє, відтак, істотно підвищити якість, доступність, інтенсивність використання існуючих і проєктованих об'єктів рекреаційної інфраструктури рекреаційного простору міста.

ЛІТЕРАТУРА

1. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг : навч. посібник / В. В. Величко; Харк. ун-т міськ. госп-ва О. М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. – 202 с.
2. Лукьянова Л. Г. Рекреационные комплексы : учеб. пособие / Л. Г. Лукьянова, В. И. Цыбух // [под общ. ред. В. К. Федорченко]. – К. : Вища школа, 2004. – 346 с.
3. Савранчук Л. А. Рекреация география. Письмові консультації. / Л. А. Савранчук, В. Г. Явкін. – Чернівці : Чернівецький національний університет, 2012. – 110 с.
4. Смаль І. В. Основи географії рекреації і туризму / І. В. Смаль. – Ніжин : Видавництво НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. – 264 с.
5. Покоłodна М. М. Конспект лекцій по дисципліні “Рекреаційні комплекси” (для студентів 4 курсу денної і заочної форми навчання освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр, галузі знань 0201 “Культура”, галузі знань 0307 “Туризм” напрямку підготовки 6.020107 “Туризм”) / М. М. Покоłodна, А. А. Рябєв, І. Л. Полчанінова; Харк. ун-т. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 116 с.
6. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії / О. О. Бейдик. – К. : Палітра, 1997. – 130 с.
7. Про мораторій на видалення зелених насаджень на окремих об'єктах благоустрою зеленого господарства м. Києва. Закон України от 02.12.2010 № 2739-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2739-17>.
8. Про затвердження Правил утримання зелених насаджень у населених пунктах України; Мінбуд України; Наказ, Правила, Форма типового документа от 10.04.2006 № 105 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0880-06>.
9. Чеберко Е. Ф. Формирование инновационных бизнес-моделей предприятий туристической отрасли в условиях системного кризиса / Е. Ф. Чеберко, С. А. Смирнов // Управленческое консультирование. – 2016. – № 4 (88). – С. 186-198.
10. FESTrepublic : як на місці заводу у Львові будують ще одне місто [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tvomisto.tv/exclusive/fest-republic_yak_u_lvovi_buduyut_shche_odne_misto_78042.html.

REFERENCES

1. Velychko, V. V. (2013), *Orhanizatsiia rekreatsiinykh posluh: navch. posibnyk*; Khark. un-t misk. hosp-va. O. M. Beketova, KhNUMH im. O. M. Beketova, Kh., 202 s.
2. Luk'janova, L. H. and Tsybukh, V. Y. (2004), *Rekreatsyonnye komplekсы: ucheb. posobyе, pod obshch. red. V. K. Fedorchenko, Vyshcha shkola, K., 346 s.*
3. Savranchuk, L. A. and Yavkin, V. H. (2012), *Rekreatsiina heohrafiia. Pysmovi konsultatsii., Chernivetskyi natsionalnyi universytet, Chernivtsi, 110 s.*

4. Smal, I. V. (2004), *Osnovy heohrafii rekreatsii i turyzmu*, Vydavnytstvo NDPU imeni Mykoly Hoholia, Nizhyn, 264 s.

5. Pokolodna, M. M. Riabiev, A. A. and Polchaninova, I. L. (2010), *Konspekt leksii po dystsyplini "Rekreatsiini komplekсы"* (dlia studentiv 4 kursu dennoi i zaочноi formy navchannia osvithno-kvalifikatsiinoho rivnia bakalavr, haluzi znan 0201 "Kultura", haluzi znan 0307 "Turyzm" napriamu pidhotovky 6.020107 "Turyzm") ; Khark. un-t. misk. hosp-va, KhNAMH, Kh., 116 s.

6. Beidyk, O. O. (1997), *Slovnyk-dovidnyk z heohrafii turyzmu, rekreolohii ta rekreatsiinoy heohrafii*, Palitra, K., 130 s.

7. Pro moratorii na vydalennia zelenykh nasadzhen na okremykh obiektakh blahoustroiu zelenoho hospodarstva m. Kyieva. Zakon Ukrainy ot 02.12.2010 # 2739-VI, available at : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2739-17>.

8. Pro zatverdzhennia Pravyl utrymannia zelenykh nasadzhen u naselenykh punktakh Ukrainy Minbud Ukrainy; Prykaz, Pravyla, Forma typovoho dokumenta ot 10.04.2006 # 105, available at : <https://zakon-rada.gov.ua/laws/show/z0880-06>.

9. Cheberko, E. F. and Smyrnov, S. A. (2016), *Formyrovanye ynnovatsyonnykh byznes-modelej predpriyatij turystycheskoj otrasly v uslovyakh systemnoho kryzysa*, Upravlencheskoe konsul'tyrovanye, № 4 (88), s. 186-198.

10. FESTrepublic : iak na misti zavodu u L'vovi buduut' sche odne misto, available at : http://tvomisto.tv/exclusive/festrepublic_yak_u_lvovi_buduyut_shche_odne_misto_78042.html.

Стаття надійшла до редакції 16 лютого 2019 р.

УДК 004.3:004.92

Артищук І. В.,

ORCID ID: 0000-0001-7287-8451, Researcher ID: G-4924-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри комп'ютерних наук, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Бабич В. І.,

ст. викладач кафедри комп'ютерних наук, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Хмілярчук Л. І.,

ORCID ID: 0000-0002-1753-6472,

ст. викладач кафедри комп'ютерних наук, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАТИКИ: ГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ

***Анотація.** У статті розглянуто проблеми, притаманні нинішньому етапу розвитку сучасної інформатики, визначено основні тенденції в інформатиці, які полягають в істотному розширенні функціональних можливостей інформаційних технологій по обробці і використанню графіки та візуальних зображень. Тривають пошуки ефективних методів наочного представлення громіздких наборів даних, а також методів їх використання при автоматизованому вирішенні завдань у різних сферах соціальної практики. Одним з таких методів є інфографіка. Розглянуто основні переваги та недоліки інфографіки, розроблено алгоритм створення її продукту, здійснено огляд ефективних інструментів реалізації інфографіки, а також визначено причини, якими обумовлено її стрімкий розвиток. Внаслідок проведених досліджень встановлено, що враховуючи об'єктивну тенденцію збільшення обсягів даних, інтерактивна візуалізація стане інструментом, який матиме критично важливе практичне значення у найближчому майбутньому.*

Ключові слова: інформатика, інформаційні технології, комп'ютерна графіка, візуалізація даних, інфографіка, онлайн-сервіси для створення інфографіки.

Artyshchuk I. V.,

ORCID ID: 0000-0001-7287-8451, Researcher ID: G-4924-2019,

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

Babych V. I.,

Senior Lecturer of the Department of Computer Sciences, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Khmylyarchuk L. I.,

ORCID ID: 0000-0002-1753-6472,

Senior Lecturer of the Department of Computer Sciences, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

TRENDS OF DEVELOPMENT OF MODERN INFORMATICS: GRAPHICAL ASPECT

***Abstract.** The article deals with the problems inherent to the current stage of modern informatics development as well as the main tendencies in informatics are determined, which consist essentially in expanding the functional possibilities of information technologies for the processing and use of graphics and*

visual images. The searches for effective methods of visual representation of cumbersome data sets, as well as methods for their use for automated task solving in various spheres of social practice, are ongoing. One of these methods is infographics. The main advantages and disadvantages of infographics are considered, the algorithm of creation of its product is developed, the review of effective tools of infographics application is carried out, as well as the reasons, which caused its rapid development. As a result of the research, it has been determined that taking into account the objective tendency of data volumes increasing, interactive visualization will become an instrument that will be of critical practical importance in the near future.

Key words: informatics, information technologies, computer graphics, data visualization, infographics, online services for creating infographics.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-13>

Постановка проблеми. Інформатика як спеціальна наука набула в сучасному інформаційному суспільстві першорядне значення. Її існування вже давно є загальноновизнаним фактом, а її досягнення, які базуються на особливому, притаманному тільки цій науці методологічному підході, поступово стають основою існування сучасного людського суспільства, перетворюючи його в якісно нову соціально-економічну категорію – глобальне інформаційне співтовариство.

Оскільки інформатика - це сучасна наука, яка безпосередньо пов'язана з інформаційними технологіями та технічним прогресом, то вона не може залишатися на поточному рівні розвитку, вона постійно змінюється і розвивається. Тому дослідження тенденцій та перспектив розвитку і вдосконалення сучасної інформатики є достатньо актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін “інформатика” виник у 60-х рр. ХХ ст. у Франції для назви області, що займається автоматизованою обробкою інформації за допомогою електронних обчислювальних машин. Французький термін *informatique* (інформатика) утворений шляхом злиття слів *information* (інформація) і *automatique* (автоматика) і означає інформаційну автоматизовану, або автоматизовану переробку інформації. В англійських країнах цьому терміну відповідає синонім *computer science* (наука про комп'ютерну техніку) [1].

У 1963 р. радянський вчений Ф. Е. Темніков одночасно з закордонними авторами визначає інформатику як науку про інформацію взагалі, що складається з трьох основних частин: теорій інформаційних елементів, інформаційних процесів і інформаційних систем. Це був перший важливий поворот у долі поняття “інформатика”, але він довго залишався лише історичним фактом.

На світовому рівні питанню створення та розвитку інформатики присвячені наукові роботи Чарльза Беббіджа, Норберта Віннера, Джона фон Неймана, Клода Шенона та ін., а також великий вклад сучасних розробників та засновників: Білла Гейтса, Стівена Джобса, Ларі Пейджа, Марка Цукерберга. Завдяки науковим працям В. М. Глушкова [2], С. О. Лебедева [3], К. Л. Ющенко, Д. В. Ланде, І. В. Сергієнка [4], А. П. Єршова [5], О. О. Ємця та

інших здійснювалося зародження та триває розвиток інформатики в Україні.

Варто зазначити, що, хоча інформатика – відносно молода наука, з'явилося багато її різноманітних напрямів. Тому в статті головний акцент зробимо на тенденціях розвитку графічних та візуальних засобів інформатики.

Постановка завдання. Мета статті – окреслити останні тенденції розвитку інформатики, а також дослідити стан інфографіки як одного з перспективних напрямів сучасних інформаційних технологій для різноманітних потреб суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформатика – комплексна наукова дисципліна з широким діапазоном застосування. Ще донедавна її пріоритетні напрямки розвитку та використання були наступні [1]:

- розробка обчислювальних систем та програмного забезпечення;
- теорія інформації, що вивчає процеси, пов'язані з передачею, прийомом, перетворенням і зберіганням інформації;
- математичне моделювання, методи обчислювальної і прикладної математики та їх застосування до фундаментальних і прикладних досліджень у різних галузях знань;
- методи штучного інтелекту, що моделюють методи логічного та аналітичного мислення в інтелектуальній діяльності людини (логічний висновок, навчання, розуміння мови, візуальне сприйняття, ігри та ін.);
- системний аналіз, який вивчає методологічні засоби, що використовуються для підготовки та обґрунтування рішень щодо складних проблем різного характеру;
- біоінформатика, яка вивчає інформаційні процеси в біологічних системах;
- соціальна інформатика, що вивчає процеси інформатизації суспільства;
- методи машинної графіки, анімації, засоби мультимедіа;
- телекомунікаційні системи і мережі, в тому числі глобальні комп'ютерні мережі, які об'єднують все людство в єдине інформаційне співтовариство;
- різноманітні додатки, що охоплюють виробництво, науку, освіту, медицину, торгівлю, сільське господарство і всі інші види господарської та громадської діяльності.

Інформатика не є сталою, вона постійно розвивається, з'являються її нові напрями та розгалуження. Єдине, що залишається незмінним, – це робота з інформацією. Нас оточує інформація зі всіх сторін. І дуже часто вона є наочна: графіки, карти, піктограми, індикатори протікання процесів, знаки, плакати, схеми і онлайнвізуалізації. Крім того, ця інформація є різних видів та величезних обсягів. Тому в умовах інформаційної перенасиченості з'явилася потреба максимально лаконічного та швидкого викладу великого масиву даних. Цьому сприяє “екранна” культура сучасної людини. Наочність сприймається нею легше і краще, ніж друкований текст. Давно доведено: людський мозок обробляє візуальний об'єкт у 60 000 разів швидше, ніж чорні літери на білому папері. Спостереження за користувачами в Інтернеті свідчать про те, що лише 28% тексту з веб-сторінки читає середньостатистичний користувач, аналізуючи в першу чергу заголовки, списки, а решту – “по діагоналі”. Ці та інші факти спонукали бурхливий розвиток напряму візуального представлення даних – інфографіку.

Інфографіка – популярний тренд у сучасному світі бізнес-комунікацій, різновид контенту, що яскраво поєднує в собі елементи текстової, ілюстрованої, аналітичної та графічної інформації. Інфографіка використовується, якщо потрібно описати розвиток будь-якого процесу, викласти історію в яскравому та інформативному вигляді. Ілюстративні матеріали можуть включати в себе: гравюри, фотографії, карти, зображення, створені за допомогою комп'ютера та інше. Отже, головною ознакою, яка дозволяє віднести візуальний об'єкт до множини інформаційної графіки, є його здатність подати великий обсяг різноманітної інформації в організованому вигляді, зручному для сприйняття. Це візуально привабливий засіб комунікації, який, до того ж, має віральний потенціал, тобто контент, який викликає у користувача бажання його репостити і ділитися ним з іншими користувачами.

Основна мета інфографіки – це інформування. При цьому часто її об'єкти виступають як доповнення до текстової інформації, яка охоплює тему в повному обсязі, і містять деякі візуальні пояснення та уточнення. Стиль передачі інформації може бути дуже різноманітним: графічні залежності вимірюваних величин, схеми, діаграми, графи, карти, ілюстративні інструкції, піктограми тощо. У деяких випадках до об'єктів інфографіки слід віднести колажі або графічні нарізки (в яких відображені різні сторони предметної області або явища з акцентом на зв'язок між ними). Отже, головною ознакою, яка дозволяє віднести візуальний об'єкт до множини інформаційної графіки, є його здатність подати великий обсяг різноманітної інформації в організованому вигляді, зручному для сприйняття. Можливості інфографіки систематизувати і структурувати інформацію напряму пов'язані з інформуванням користувача про значення, зв'язки, тенденції та ін., що визначає комунікативні функції інфографіки.

Проведені спостереження дозволяють виділити наступні причини використовувати інфографіку:

1. Легкість сприйняття. Якісна, структурована, не перевантажена інфографіка робить навіть найскладнішу і нудну інформацію зрозумілою і простою для сприйняття.

2. Інформативність. В одну картинку можна вмістити до п'яти сторінок текстової інформації.

3. Привернення уваги. Якщо забезпечити інфографіку оригінальними інструментами чи задати тему для дискусії, вона гарантовано отримає відгук.

4. Переконалівість та інтернаціональність. Найчастіше якісна інфографіка не вимагає перекладу, і так зрозумілий її зміст, а вказівка авторитетних джерел інформації підвищує довіру до неї.

5. Швидкість поширення. Красивою інфографікою активно діляться з двох причин: через цінність інформації або через цікавий дизайн.

Перш ніж приступити до технологічного процесу реалізації інфографіки, розробимо алгоритм її створення.

1 етап. Визначення цільової аудиторії та її якісних характеристик. Виділення елементів новизни.

2 етап. Формулювання мети і вибір ідеї. Інфографіка – не просто візуальний контент, вона неодмінно повинна нести цінність у кожному елементі, охоплювати важливі питання.

3 етап. Визначення зі сценарієм і створення схематичного дизайну. Виокремлення інформації, яка повинна бути в інфографіці, вибір способів подачі для ефективного досягнення поставленої мети.

4 етап. Створення кількох схематичних ескізів. Потрібно створити структуру майбутньої інфографіки і переконатися, що вона підходить для візуалізації (не будь-яку інформацію можливо візуалізувати досить якісно).

5 етап. Збір інформації та статистичних даних. Пошук інформації – дуже важливий етап, оскільки інформація повинна бути з перевірених і авторитетних джерел. Ідеально – зібрати максимальну кількість інформації з обраної тематики, а потім відібрати найцікавішу.

6 етап. Підбір інструментарію. Кращі інфографіки створюють звичайно в серйозних графічних редактурах, але у мережі є безліч спеціальних сервісів для створення інфографіки з простим, інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом.

Об'єкт інфографіки звичайно складається з інформаційно смілих фрагментів, кожен з яких спочатку має зв'язки з безліччю інших фрагментів. При цьому найчастіше користувачу надається можливість самостійного вибору способу аналізу візуальної інформації інфографіки, групування графічних елементів різним чином, що залучає його до комунікації з автором інфографіки. Інфографіка фактично апелює не лише до асоціативного мислення, але й до спогадів, досвіду і наявних знань споживача інформації.

Серед актуальних принципів інфографіки можна виділити [7]:

1) високий ступінь стиснення (архівування) подання інформації, при якій коефіцієнт втрат безпосередньо залежить від ступеня деталізації об'єкта інфографіки. Виняток становить пояснююча

інфографіка (карта, алгоритм, наочний посібник), яка покликана надавати інформацію найбільш повно і наочно;

2) попередню обробку інформації щодо структурування кількісних або якісних даних;

3) наявність елементів розвитку, зв'язування або супідрядності інформаційних блоків;

4) виражену спрямованість на активізацію когнітивних процесів споживача інформації;

5) наявність одного або декількох критеріїв (або метаданих), об'єднуючих фрагменти інфографіки в конкретному об'єкті. Користувач сам вибирає фрагмент, з якого він почне сприйняття та аналіз інформації, і сам формує подальшу послідовність обробки даних. У разі, коли якийсь із фрагментів буде пропущено, спотворення інформації не відбудеться, оскільки кожен з них є логічно завершеним, а послідовність сприйняття є завжди нелінійною.

Основою інфографіки є схематизація – графічна організація даних, пов'язана з легким і наочним поданням ідей і форм різного ступеня складності у формі зображення, схеми, таблиці або діаграми. Теоретично до інфографіки можна віднести будь-яке поєднання тексту і графіки, створене з наміром наочно викласти ту чи іншу історію, донести той чи інший факт.

У науковій літературі виділяють різні види та підвиди інфографіки: [8].

➤ Статична інфографіка являє собою зображення без анімації.

➤ Динамічна – це інфографіка з анімованими елементами.

➤ Аналітична інфографіка підготовляється за аналітичними матеріалами. Аналітика проводиться за даними різних показників і досліджень.

➤ Новинна інфографіка створюється під певну новину в оперативному режимі.

➤ Інфографіка реконструкції використовує за основу дані про будь-яку подію і відтворює динаміку подій у хронологічному порядку.

➤ Розширений список – інфографіка, що візуалізує статистичні дані, набори фактів.

➤ Процес і перспектива – інфографіка, що служить для візуалізації складного процесу або надання перспективи.

➤ До кількісної інфографіки відносяться графіки, діаграми, номограми, які, в свою чергу, поділяються на підгрупи (точкові, лінійні, кругові тощо).

➤ Якісна інфографіка – це схеми, карти, зображення та їх різні послідовності.

Отже, інфографіка є графічним поданням властивостей об'єкта, предмета, процесу або явища та демонстрація зв'язків між цими властивостями. При створенні інфографіки потрібно дотримуватися таких правил [9]:

- чітко сформулювати тему;
- використовувати прості графічні образи;
- демонструвати зв'язки і залежності між елементами;
- наочно подавати статистичну інформацію;
- застосовувати прийоми порівняння і зіставлення, легкості сприйняття та алегоричності.

Приваблива можливість інфографіки – перетворити нудну, комплексну інформацію в графічну алегорію, за допомогою якої навіть непрофесійна аудиторія миттєво зможе зрозуміти суть послуг, тематику й основну ідею. Не можна не звернути увагу на художній аспект інфографіки. Використання поєднаних кольорів, єдиного стилю шрифту і накреслень літер, схем розташування та компонування – всі ці та багато інших естетичних моментів також важливі. Використовуючи знайомі для навчання графічні образи, можна забезпечити посилення ефекту запам'ятовування і мотивації на вивчення конкретної інформації з конкретної теми, поданої в стилі інфографіки. Отже, дотримання цих правил при підготовці інфографіки допоможе забезпечити отримання якісного продукту, який буде працювати на вирішення поставленої мети.

Достатньо важливим є також вибір інструментів створення інфографіки. Прості засоби візуалізації включено до сучасних електронних таблиць. Вони не охоплюють всього різноманіття технік, але для простих задач і оперативного прототипування цілком годяться. Деякі засоби побудови діаграм вбудовано до графічних пакетів, як-от Adobe Illustrator, Adobe Photoshop та інших. Якщо кінцева візуалізація мислиться графічно інтенсивною, варто звернути на них увагу. Проте можуть виникнути перешкоди на шляху використання цього інструмента, – низьке володіння навичками Adobe Photoshop, тому створити щось красиве, та ще й за прийнятні терміни часу стане просто неможливо. Оскільки ця проблема набула глобального характеру, тому доволі швидко з'явилося безліч сервісів, які її вирішують.

Деякі елементи візуалізації створюють ілюстраційні діаграми. Вони підтримують колові, стовпчасті та деякі інші діаграми, із включенням графічних примітивів (наприклад, заміна прямокутного стовпчика на фігурний) і забезпечують оперативне перемальовування діаграми-шаблону заміною файлу даних з роздільниками-табуляторами.

Але для побудови якісних візуалізацій краще використовувати спеціалізовані інструменти, тим більше, що серед них є вільні і досить прості у використанні. Розглянемо найбільш поширені в інтернет-просторі інструменти з низьким порогом входу.

Для створення інфографіки у тестовому режимі (обмежена кількість доступних шаблонів і опцій) на аналізованих сайтах достатньо лише зареєструватися, а доступ до повного спектра опцій буде коштувати 15-20 доларів.

1. <http://infogr.am/beta/> (див. інфографіку №1).

Переваги:

- сервіс зручний для відображення статистики, побудови таблиць, діаграм, графіків, оскільки має функцію імпортування та редагування даних Excel. Представлено понад 10 видів ілюстрацій на вибір (за аналогією з Excel). Є навіть кілька варіантів відображення показників фондових ринків (свічки);
- є можливість імпортувати фото і відео;
- меню інтуїтивно зрозуміле і зручне для користувача;

- інфографіка автоматично зберігається кожні 5 хвилин у вашу особисту бібліотеку, тоді як на інших сервісах автозбереження переважно відсутнє;

- є можливість регулювати вагу інфографіки.

Недоліки:

- додавання об'єкта, редагування даних або інші дії забирають багато часу, сервіс працює повільно;

- не відображає процес, зв'язок між об'єктами, максимум – ієрархію;

- невелика кількість шаблонів (5) і підкладок, які практично аналогічні один одному і спрямовані на відображення статистики;

- колірна гама об'єктів мізерна, як і шрифт, його розмір – тільки Times NR;

- відсутня функція “відміна останньої дії”;

- немає можливості зберегти готову інфографіку у форматі малюнка (png, jpg), доведеться скріншотити;

- інфографіка брендвана (внизу посилання на сайт).

Висновок: по суті, інфографіка на infoqr.am не має особливого сенсу, оскільки містить у собі лише ілюстрацію статистики, що можна зробити і в Excel з подальшим експортом у Power Point, причому набагато швидше.

2. <http://www.ease.ly/>

Сервіс схожий на infoqr.am, він також призначений для створення швидкої онлайн-інфографіки, яка не вимагає оригінального подання.

Переваги:

- більша, ніж у попередньому ресурсі, кількість шаблонів (15);

- 24 колірні підкладки (щоб змінити підкладку, слід “перетягнути” її у вікно), різноманітність у шрифтах, їх розмірі;

- можна використовувати готові об'єкти (у вигляді фігурок людей, геометричних фігур, стрілок тощо), а можна завантажити свої;

- завдяки розмітці легше центрувати об'єкти і дотримуватися симетрії між ними;

- є можливість відображення процесу, взаємозв'язку;

- є можливість змінити положення фігури (малюнок перед, за текстом);

- має функцію “відміна останньої дії”;

- можливість зберігати інфографіку у форматі картинки;

- відсутність брендування сайту на готовій інфографіці.

Недоліки:

- немає можливості побудови графіків і діаграм, як в Excel, їх онлайн-редагування. Можна завантажити графік як статичний малюнок;

- готові шаблони швидше за все доведеться повністю переробляти, вони не призначені для точної звітності;

- стандартний розмір інфографіки.

3. <http://Piktochart.com/>

Сервіс для створення інфографіки та презентаційних інструментів, який дозволяє подати навіть нудні дані у візуально привабливому вигляді за допомогою всього декількох кліків мишки. На безкоштовному тарифі є 7 безкоштовних шаблонів,

а при переході на платний акаунт (\$ 29) їхня кількість збільшується до 129 тем.

Функціональний редактор дозволяє робити такі речі, як зміна колірних схем і шрифтів, використовувати бібліотеку об'єктів і завантажувати додаткові зображення. Також можна почати роботу з чистого полотна, створити і зберегти власну тему.

Додаткові опції редагування доступні практично для кожного елемента. І хоча звання до інтерфейсу користувача може забрати деякий час, творці Pictochart обіцяють, що після цього ви зможете почати створювати дійсно хороші речі.

4. [http:// Visual.ly/](http://Visual.ly/)

Сервіс для тих, кому потрібні просунуті інструменти для професійного використання. Він складніший порівняно з аналогами, але і функціональні можливості вищі. На сайті є безліч прикладів інфографіки, створеної учасниками спільноти.

У Visual.ly є багато як платних, так і безкоштовних шаблонів, а одна з особливостей, яка відрізняє його від конкурентів, – можливість автоматично генерувати інфографіку на основі даних Google Analytics і акаунтів користувачів у соціальних мережах.

Нижче ви можете побачити приклад фрагмента щотижневого звіту Google Analytics, згенерованого сервісами за одним із сайтів (рис. 1).

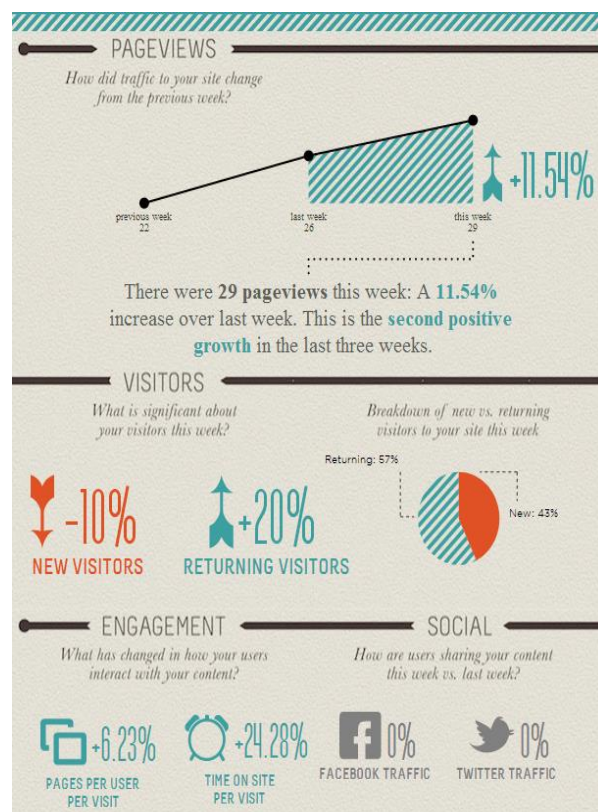


Рис. 1. Фрагмент щотижневого звіту Google Analytics, згенерованого сервісом Visual.ly

5. [http:// Canva.com](http://Canva.com)

З'явившись всього два роки тому, цей австралійський стартап став справжньою подією в світі веб-дизайну, надавши можливості для створення

контенту професійного рівня всім охочим. Підготовка інфографіки – це тільки один із напрямків, можливості роботи з яким доступні в Canva. Крім цього, можна створювати красиву графіку для соцмереж, сайтів, листівок тощо.

Після реєстрації вам запропонують переглянути короткий відеоогляд щодо користувацького інтерфейсу, після чого можна переходити до повноцінного використання сервісу. Робота організована за принципом використання готових шаблонів, що можна як завгодно переробляти під себе. Доступна велика бібліотека зображень і шрифтів, можна завантажувати і власну графіку.

6. <http://app.raw.densitydesign.org>

Онлайн-сервіс швидкої візуалізації даних. Дозволяє швидко будувати досить екзотичні діаграми, зокрема bump chart, alluvial chart, streamgraph, тощо. Дані можна завантажити з кліпбоарду як CSV, обрати тип візуалізації і прив'язку змінних до наявних способів кодування інформації. Далі можливе тонше налагодження кольорів, розмірів та специфічних для поточного типу діаграми параметрів. Результат може бути експортований у SVG для подальшої обробки в Inkscape чи Illustrator, в зображення PNG або в об'єкт JSON.

7. <https://quartz.github.io/Chartbuilder/>

Дуже простий у використанні інструмент, що приймає дані у JSON або копіюванням (роздільник — табулятор). Будує прості XY графіки. Експортує у PNG, SVG і JSON.

8. www.silk.co

Платформа публікації даних із можливостями обробки і візуалізації.

9. <http://www.tableau.com/>

Десктопна програма для Windows та MacOS, призначена для створення інтерактивних комбінованих візуалізацій *без необхідності програмувати чи малювати*. Має безплатну версію, за використання якої “воркбуки” зберігаються тільки на серверах Tableau. У програми велике ком'юніті.

10. <http://www.quadrigram.com/>

Сервіс побудови інтерактивних сторінок із тексту, зображень і діаграм.

Проаналізувавши десять найпопулярніших онлайн-сервісів для створення інфографіки, можна дати такі рекомендації: в залежності від цілей та бюджету створення інфограми, а також рівня розробника реально підібрати найбільш ефективний інструмент. Варто відзначити, що в Україні з'являються спеціалізовані компанії, готові за короткий термін перетворити дані в текстовому форматі (бізнес-план чи квартальний звіт) на зрозумілу та гарну ілюстрацію або анімаційний ролик.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Зростання обсягів даних є тенденцією, яка заповонила весь світ. Більшість підприємств та організацій хочуть використовувати інформацію, а не лише збирати і зберігати її. Це чинить тиск на постачальників, які пропонують рішення, що дійсно дозволяють обробляти величезні обсяги даних.

Таким чином, інтерактивна візуалізація даних стає трендом сучасної інформатики. Користувачі

будуть очікувати від своїх організацій можливості візуалізувати графічно цікаві дані (на веб-сайтах або блогах).

Більше того, враховуючи тенденцію збільшення обсягів даних, інтерактивна візуалізація стане інструментом, який матиме критичне значення. Звіти, наповнені безкінечними рядами цифр та статистики, нудні перевантажені графіки, на які доводиться витратити години, щоб зрозуміти, і тижні, щоб змінити, вже не актуальні.

Таким чином, можна впевнено говорити про те, що на сучасному етапі розвитку інформатики з її постійно зростаючими обсягами інформації використання інфографіки є вже не модною тенденцією, а об'єктивною необхідністю. Істотне розширення функціональних можливостей отримують інформаційні технології з обробки і використання зображень. У свою чергу, розвиток телекомунікацій і комп'ютерних технологій надав новий імпульс розвитку інфографіки, дозволив створювати динамічні, керовані, інтерактивні об'єкти інфографіки, реконструювати різні процеси та події, створювати об'ємні структури, “оживаючі” при взаємодії з користувачем, розширив варіанти подання об'єктів інфографіки та діапазон застосування до найрізноманітніших областей – від роботи з діаграмами і графіками в наукових дослідженнях до різних інструкцій у повсякденному житті.

Отже, в статті нами було окреслено останні тенденції розвитку інформатики, а також розглянуто стан інфографіки як одного з перспективних напрямів сучасних інформаційних технологій для різноманітних потреб суспільства. Наступні наші дослідження хочемо присвятити проблемам вибору техніки візуалізації, що є досить актуальним у контексті ефективності створення продуктів інфографіки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Стан та перспективи розвитку інформатики в Україні : монографія / [В. А. Алексеев, Н. І. Алішов, П. І. Андон та ін.]; НАН України. – К. : Наук. думка, 2010. – 100б с.
2. Енциклопедія кібернетики : в 2 т. / [ред. В. М. Глушкова]. – К. : Головна редакція Української радянської енциклопедії, 1973.
3. Лебедев С. А. Малая электронная счетная машина / С. А. Лебедев, Л. Н. Дашевский, Е. Л. Шкабара. – М. : Изд-во АН СССР, 1952. – 162 с.
4. Сергієнко І. В. Інформатика в Україні: становлення, розвиток, проблеми / І. В. Сергієнко. – К. : Наук. думка, 1999. – 354 с.
5. Ершов А. П. Про предмет информатики / А. П. Ершов // Вестник АН СРСР. – 1984. – № 2. – С. 113.
6. Тихонова Т. Інфографіка як інформатична технологія візуалізації навчальних матеріалів / Т. Тихонова, О. Захар // Інформатика та інформаційні технології в навчальних закладах. – 2015. – № 2-3. – С. 20-26.

7. Як і для чого використовувати візуалізацію даних? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eidos.org.ua/novyny/yak-idlya-choho-vykorystovuvaty-vizualizatsiyu-danyh/>.

8. Волинець Г. М. Сучасні тенденції використання інфографіки (на матеріалі часопису “Український тиждень”) / Г. М. Волинець // Держава і регіони. – 2013. – № 3-4 (15-16). – С. 67-72. – (Серія: Соціальні комунікації).

9. Відкритий посібник з відкритих даних для громадських організацій, журналістів, і не тільки... [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://socialdata.org.ua/manual5/>.

REFERENCES

1. Stan ta perspektyvy rozvytku informatyky v Ukraini : monohrafiia / [V. A. Alekseiev, N. I. Alishov, P. I. Andon ta in.] (2010), NAN Ukrainy, Nauk. dumka, K., 1006 s.

2. Entsyklopediia kibernetiky v 2 t. / [red. V. M. Hlushkova] (1973), Holovna redaktsiia Ukrain-s'koi radians'koi entsyklopedii, K..

3. Lebedev, S. A. Dashevskij and L. N. Shkabara, E. L. (1952), Malaia elektronnaia schetnaia mashyna, Yz-vo AN SSSR, M., 162 s.

4. Serhiienko, I. V. (1999), Informatyka v Ukraini: stanovlennia, rozvytok, problemy, Nauk. Dumka, K., 354 s.

5. Ershov, A. P. (1984), Pro predmet ynformatyky, Vestnyk AN SRSR, № 2, s. 113.

6. Tykhonova T. and Zakhar O. (2015), Infohrafika iak informatychna tekhnolohiia vizualizatsii navchal'nykh materialiv, Informatyka ta informatsijni tekhnolohii v navchal'nykh zakladakh, № 2-3, С. 20-26.

7. Yak i dlia choho vykorystovuvaty vizualizatsiiu danykh?, available at: <http://eidos.org.ua/novyny/yak-idlya-choho-vykorystovuvaty-vizualizatsiyu-danyh/>.

8. Volynets', H. M. (2013), Suchasni tendentsii vykorystannia infohrafiky (na materialii chasopysu “Ukrains'kyj tyzhden”), Derzhava i rehiony. Seriia: Sotsial'ni komunikatsii, № 3-4 (15-16). s. 67-72.

9. Vidkrytyj posibnyk z vidkrytykh danykh dlia hromads'kykh orhanizatsij, zhurnalistiv, i ne til'ky..., available at: <http://socialdata.org.ua/manual5/>.

Стаття надійшла до редакції 12 січня 2019 р.

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО ТА МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

UDC 339.9.012

Monika Artman,

Wyższa Szkoła Społeczno Gospodarcza z siedzibą w Przeworsku, Przeworsk, Polska

e-mail: monika_artman@o2.pl

STREFY UPRZYWILEJOWANE EKONOMICZNIE W GOSPODARCE ŚWIATOWEJ

***Streszczenie:** Strefy uprzywilejowane ekonomicznie nie są tworem XX, czy też XXI wieku, gdyż ich podstawy można rozpoznać już w średniowieczu. Minęło już ponad pół wieku, od powstania pierwszych współczesnych nam uprzywilejowanych stref ekonomicznych. Na przestrzeni czasu strefy te ewoluowały zmieniając ciągle zasady funkcjonowania i kształt, a ich liczba na świecie wskazuje na ciągły przyrost. Pomimo długiego czasu istnienia stref uprzywilejowanych ekonomicznie, ich główny cel nie uległ znaczącej zmianie. Do niewątpliwych dążeń stref uprzywilejowanych, o których mowa w artykule, należą przede wszystkim: rozwój ekonomiczny, rozwój eksportu oraz wzrostu w sektorze zatrudnienia- są to główne cele tworzenia tego instrumentu polityki gospodarczej, do których dochodzą inne czynniki odmiennie ze względu na rodzaj strefy np. popularny w ostatnich latach wzrost innowacyjności, czy też nacisk na wzmocnienie konkurencyjności w danym regionie. Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie rodzajów stref uprzywilejowanych ekonomicznie oraz wskazanie kierunków ich rozwoju na przestrzeni kilku lat funkcjonowania. W publikacji położono nacisk na przedstawienie potencjału rozwoju światowych stref uprzywilejowanych ekonomicznie. W tym celu wykorzystano metodę opisową.*

Słowa kluczowe: strefy uprzywilejowane ekonomiczne, specjalne strefy ekonomiczne, obszar uprzywilejowany, strefa gospodarcza.

Monika Artman,

University of Socio-Economic Przeworsk, Przeworsk, Republic of Poland

e-mail: monika_artman@o2.pl

ECONOMICALLY PRIVILEGED ZONES IN THE WORLD ECONOMY

***Abstract.** Economically privileged zones were not created in the 20th or the 21st centuries as their basics were seen in the Middle Ages. More than half a century has passed since the first modern economically privileged zones were established. Over time, the zones have evolved constantly changing their operation principles and form; the number of zones on the global scale reflects their continual growth. The major objective of economically privileged zones has not substantially changed despite lasting existence of the zones. Apparent targets of economically privileged zones presented in the article are as follows: economic development, export development as well as growth in employment sector – these are main objectives of forming the instrument of economic policy, which are connected with the factors peculiar to a certain zone, for example innovation-based growth which has been popular in recent years or the emphasis on strengthening the competitiveness in the region. The purpose of the paper is to describe the types of economically privileged zones and to indicate the direction of their development over a few years of operating. The publication dwells on the development potential of global economically privileged zones. To accomplish the identified goals the descriptive research method is applied.*

Keywords: economically privileged zones, special economic zones, privileged area, economic zone.

JEL Classification: F20; L51; O29

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-14>

I. WPROWADZENIE

Strefy uprzywilejowane ekonomicznie stanowią wyodrębniony system gospodarczy o odmiennych zasadach i warunkach funkcjonowania w stosunku do pozostałej części gospodarki w danym kraju. Jest to selektywne narzędzie do realizacji założonej polityki ekonomicznej, która przede wszystkim oparta jest na dyskryminacji terytorialnej. Innymi słowy specjalne strefy uprzywilejowane to wydzielony, niezamieszkały obszar terytorium, na którym możliwe jest prowadzenie działalności gospodarczej na tzw. warunkach preferencyjnych. Idea ta nie powstała w XX wieku, jak podają niektóre źródła, była znana już dużo wcześniej pod innymi określeniami.

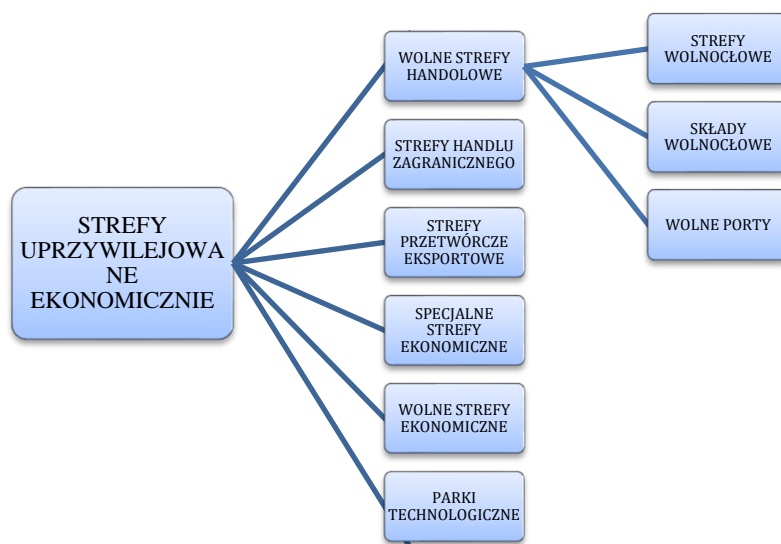
W dostępnej literaturze przedmiotu można odnaleźć wiele definicji stref uprzywilejowanych ekonomicznie. Najczęściej strefa ta opisywana jest jako pewna enklawa gospodarcza, na obszarze której funkcjonują systemy: formalno-prawny, administracyjny oraz ekonomiczny, które współgrając ze sobą umożliwiają wydajniejsze wykorzystanie zasobów produkcji¹. Regulacja prawna na terenach stref uprzywilejowanych dotyczy najczęściej kwestii korzystania z ulg podatkowych, danin publicznych, preferencji kredytowych lub zmniejszenia podatków. W niektórych ze stref uprzywilejowanych zostaje ograniczona integracja organów kontroli oraz dokonuje się uproszczenia zasad rachunkowości. Celem wdrażenia odrębnych przepisów finansowych i prawnych jest przede wszystkim zdobycie zainteresowania inwestorów, co w rezultacie przekłada się na przyspieszenie rozwoju gospodarczego określonego terenu.

Według Konferencji Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD) określone strefy uprzywilejowane stanowią wyodrębniony obszar danego państwa, który z reguły charakteryzuje się korzystną lokalizacją pod względem geograficznym, a także dostatecznie rozbudowaną infrastrukturą, w której można prowadzić działalność produkcyjną, a następnie handlową. Ponadto obszar strefy uprzywilejowanej poddany jest wyłączeniu fiskalnemu i celnemu².

Z kolei K. Budzowski podkreśla, że strefa uprzywilejowana ekonomicznie (sensu largo) to *obszar gospodarczy posiadający odrębne (z reguły korzystniejszy, umożliwiający tańsze i efektywniejsze wykorzystanie czynników produkcji będących w dyspozycji danego państwa) system ekonomiczno-finansowy, administracyjny, formalno-prawny, w stosunku do którego określone państwo zdecydowało się na ograniczenie swoich uprawnień lub przyznało specjalne preferencje w celu określenia pewnych korzyści ekonomicznych, czy też społecznych, itp.*³.

Analizując literaturę przedmiotu można wskazać wiele określeń definiujących strefy uprzywilejowane ekonomicznie. Mnogość terminów tego pojęcia wynika z wielu czynników, wśród których jako najważniejsze plasują się: liczba rodzajów stref oraz próby przetłumaczenia tego terminu stosowanego zagranicą na język polski.

W celu przedstawienia istniejących rodzajów stref uprzywilejowanych ekonomicznie, na rysunku nr 1 zaprezentowano podział stref z uwzględnieniem zakresu działalności gospodarczej i stanu zorganizowania.



Rysunek 1. Podział specjalnych stref ekonomicznych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: K. Budzowski *Ekonomiczne problemy handlu międzynarodowego*, Kraków 2008, s. 192-194.

¹ K. Budzowski, *Ekonomiczne problemy handlu międzynarodowego*, Kraków 2008, s. 189.

Ekonomiczne problemy handlu międzynarodowego, Kraków 2008, s. 190.

² *World Investment Report*, United Nations, New York and Geneva 2002, s. 214.

³ K. Budzowski, *Ekonomiczne problemy handlu międzynarodowego*, Kraków 2008, s. 190.

Pierwsza z wyr'oznionych rodzaj'ow stref uprzywilejowanych to wolne strefy handlowe, do kt'orych zaliczy'c mo'zna: sklady wolnoclowe w portach morskich, sklepy wolnoclowe w portach morskich i lotniczych oraz porty i sklady znajdujace sie przy portach. Wyr'oznione obszary określa sie mianem zorganizowanych przestrzeni, gdzie dzialalnosc gospodarcza nie podlega oplatom fiskalnym. Wolne strefy handlowe nale'za do jednych z najstarszych wyr'oznionych na rysunku nr 1 kategorii stref uprzywilejowanych. Taki rodzaj stref nie jest z pewnoscia idea XX czy tez XXI wieku, jak podaja niektore zrodla, gdyz wolne porty znane byly juz w starozytnosci⁴. Z kolei silny rozw'oj tego rodzaju stref uprzywilejowanej mial miejsce w Hanzie niemieckiej. U schytku XIX wieku funkcjonowanie obszar'ow celnych w pewnym zakresie nawiazывalo do idei XVIII-wiecznego Wolnego Portu w Gibraltarze. Z kolei na okreslonych strefach port'ow zlokalizowanych w Niemczech, Szwecji oraz Dani mo'zliwe bylo magazynowanie towar'ow bez koniecznosci dokonywania oplatom celnych.

Drugim opisywanym rodzajem stref uprzywilejowanych ekonomicznie jest strefa handlu zagranicznego, kt'ora znana jest gl'ownie z funkcjonowania na terytorium Stan'ow Zjednoczonych. Strefa handlu zagranicznego w Stanach Zjednoczonych rozwiniela sie podczas najwiekszego kryzysu gospodarczego, kt'ory mial miejsce w latach 1929-1933. To wlasnie w tym okresie podjeto pewne kroki w celu stabilizacji sytuacji ekonomicznej, czego wynikiem byla ustawa o strefach handlu zagranicznego wprowadzona przez prezydenta F. D. Roosevelta, czesto przedsiwziecie to opisywane jest w literaturze przedmiotu jako tzw. New Deal. Powolane w tym okresie strefy specjalne mialy na celu przede wszystkim: wymiane handlu na skale miedzynarodowa oraz zmniejszenie stopy bezrobocia.

Nastepnym rodzajem stref uprzywilejowanych ekonomicznie jest strefa przetworczo ekonomiczna. Ten rodzaj stref zostal powolany gl'ownie w celu zintensyfikowania produkcji eksportowej. Jednakze, aby mo'zliwe bylo zastosowanie tego rodzaju strefy specjalnej konieczny jest dostateczny rozw'oj infrastruktury oraz adekwatne zasoby sily roboczej zlokalizowane w miejscu docelowym. Pierwowzorem eksportowej strefy przetworczej (ESP) jest strefa utworzona w 1959 r. w Shannon (polnocna Irlandia). Z kolei nastepne wystepowanie tej kategorii stref mo'zna zlokalizowac gl'ownie w krajach azjatyckich (np. Korea, Filipiny, Indie, Tajwan, Malezja, Dominikana)⁵. Na obszarze strefy przetworczo ekonomicznej przewaza produkcja w nastepujacych obszarach: przemysl elektroniczny, przetworstwa spozywczo-rolne oraz

przemysl odziezowy. Do gl'ownych czynnik'ow, kt'ore maja za zadanie przyciaganie potencjalnych inwestor'ow nale'za: uproszczone procedury celne i zwolnienia z oplatom podatkowych. Ten rodzaj stref uprzywilejowanych charakteryzuje sie rowniez dobrym polaczeniem z gl'ownymi szlakami transportowymi, jak i dostatecznie wysokim poziomem rozwoju infrastruktury na tym obszarze.

Kolejny rodzaj stref uprzywilejowanych ekonomicznie to specjalne strefy ekonomiczne (SSE). Bazujac na ujeciu prawnym, sa to strefy wydzielone na obszarze danego panstwa, w kt'orym nie funkcjonuja przepisy dotyczace krajowej regulacji dzialalnosci gospodarczej⁶. Z kolei analizujac aspekt ekonomiczny, mo'zna stwierdzic, ze specjalne strefy ekonomiczne stanowia instrument nieaktywnej polityki gospodarczej danego panstwa. Zasadniczo, na terenie wydzielonych obszar'ow specjalnych stref ekonomicznych panstwo ma mo'zliwosc wprowadzenia odr'ebnych regulacji prawnych dotyczacych kwestie podatkowe, inwestycyjne, celne, czy tez administracyjne. Gl'ownym celem utworzenia specjalnych stref ekonomicznych jest wsparcie rozwoju gospodarczego w danym obszarze panstwa. Analizujac literature przedmiotu niejednokrotnie specjalne strefy ekonomiczne opisywane sa jako gospodarka swiatowa, kt'ora poprzez swoja dzialalnosc uczestniczy w kreowaniu korelacji na rynku miedzynarodowym. Jak podaje R. Pastusiak, w tej kategorii tworzonych stref uprzywilejowanych uczestnicza z reguly inwestorzy z kapitałem zagranicznym⁷.

Kolejnym z wyr'oznionych kategorii stref uprzywilejowanych ekonomicznie jest wolna strefa ekonomiczna, kt'ora jest skladowa opisanach we wcześniejszych akapitach niniejszego artykulu stref. Dla przykladu mo'zna wskazac mo'zliwosc funkcjonowania skladu portowego, kt'ory tym samym cechuje sie atutami charakterystycznymi dla specjalnej strefy ekonomicznej. Takie rozwiazanie zostalo np. zastosowane w Porcie Klang w Malezji.

Ostatnia z opisywanych w tym artykule kategorii stref uprzywilejowanych ekonomicznie jest ukszaltowana w drugiej polowie XX wieku, strefa nazywana parkiem technologicznym. Jak podaje ustawa o finansowym wsparciu inwestycji park przemyslowy stanowi zespol nieruchomosci charakteryzujacy sie posiadaniem infrastruktury technologicznej uzyskanej na wskutek restrukturyzowania przedsiwborstwa, czego podstawa prawną jest umowa cywilnoprawa w celu dazenia do przeplywu technologii pomiedzy przedsiwborstwami, a jednostkami naukowymi (z kt'orej jedna z wymienionych stron jest przedstawicielem jednostki samorzadu terytorialnego)⁸. Z kolei park

⁴ M. Guangwen, *The Theory and Practise of Free Economic Zones: A case Study of Tianjin*, Heidelberg 2003, s. 25.

⁵ Z. Wołodkiewicz-Donimirki, *Specjalne strefy ekonomiczne w swiecie*, Kancelaria Sejmu Biuro Studi'ow i Ekspertyz, 1994, s. 2.

⁶ A. Bazydło, M. Smętkowski, *Specjalne strefy ekonomiczne- swiatowe zroznicowanie instrument'ow*, [w:] Kryńska E. (red.) *Polskie specjalne strefy ekonomiczne- zamierzenia i efekty*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2000, s. 17.

⁷ R. Pastusiak, *Specjalne strefy ekonomiczne jako stymulator rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Lodzkiego, Lodz 2011, s.96.

naukowy to organizacja reprezentowana przez wyspecjalizowany podmiot, która docelowo dąży do podniesienia poziomu zamożności lokalnej społeczności, wykorzystując w tym celu promowanie konkurencyjności i kultury lokalnej wśród sektora instytucji badawczo-naukowych oraz sektora biznesu. Efektami funkcjonowania parków technologicznych są między innymi: nowe miejsca pracy w obszarze zaawansowanych pod względem technologicznym dziedzin oraz promocja i rozwój danego rejonu na wskutek zwiększenia wpływów wynikających z opłat dokonywanych przez zatrudnionych pracowników i przedsiębiorstwa.

II. OBSZARY UPRIWILEJOWANE EKONOMICZNIE

1. Główne cechy obszarów uprzywilejowanych ekonomicznie

Jak podaje A. Durski, uprzywilejowane strefy ekonomicznie o profilu produkcyjnym charakteryzują się następującymi cechami⁹:

a) państwa, które decydują się na utworzenie na swoich terenach stref produkcyjnych dążą przez to do wzbudzenia zainteresowania zagranicznych inwestorów. Wiele z firm zagranicznych podejmuje się ulokowania swoich produkcji w tych strefach, ponieważ ich sytuacja w krajach macierzystych wskazuje na niestabilną. Duża grupa z nich przenosi swoją działalność do danej strefy uprzywilejowanej na ograniczony okres czasu (z reguły krótki), nie dokonując tym samym inwestycji o długim okresie zwrotu;

b) od przedsiębiorstw funkcjonujących w tych strefach oczekuje się przede wszystkim produkcji na eksport (jest to obligatoryjne w strefach eksportowych). Podstawą regulacji w tym obszarze stanowią systemy specjalnych udogodnień dedykowanych dla takiego typu produkcji;

c) zakres produkcji w strefach uprzywilejowanych z reguły ma charakter pracointensywny. Do

typowych branż strefowych należą: produkcja części samochodowych, obuwia, odzieży i tekstyliów, produkcja wyrobów elektronicznych wraz z montażem ich podzespołów. W zależności od potencjału danego regionu, w takich strefach uprzywilejowanych z reguły funkcjonują przedsiębiorstwa zajmujące się przetwarzaniem lokalnych surowców. Dla przykładu można podać: wyroby z drewna, produkcja chemikaliów itp.);

d) strefy o profilu produkcyjnym w krajach rozwijających się posiadają zdecydowanie lepiej rozbudowaną infrastrukturę, niżeli inne regiony na terytorium tego kraju. Głównie odnosi się to do jakości lotnisk, portów, łączności i kanalizacji, dróg komunikacyjnych oraz zaopatrzenia w energię;

e) koszty związane z sektorem siły roboczej w strefach produkcyjnych plasują się na niskim poziomie, w przeciwieństwie do płac które podlegają dynamicznemu wzrostowi. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest szybszy wzrost poziomu wydajności pracy, niżeli wielkość płac;

f) w strefach ekonomicznych funkcjonuje swoboda obrotu dewizowego, z uwzględnieniem swobód repatriacji zysków;

g) za najistotniejszych zaletę strefy ekonomicznej uważa się optymalne uproszczenie procedur formalnoprawnych, jak i przepisów podejmujących regulację działalności gospodarczej. Z reguły wszystkie kwestie dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej można załatwić w jednym strefowym urzędzie administracyjnym.

2. Strefy uprzywilejowane na świecie

Jak podaje Międzynarodowa Organizacja Pracy (ILO), w 2007 roku szacowano na arenie międzynarodowej występowanie ok. 2300 stref uprzywilejowanych pod względem ekonomicznym, w których łączną liczbę zatrudnienia znalazło ponad 66 milionów ludzi. Tabela nr 1 przedstawia rozmieszczenie stref uprzywilejowanych ekonomicznie w wybranych regionach świata.

Tabela 1. Rozmieszczenie specjalnych stref ekonomicznych na świecie

LP.	LOKALIZACJA	LICZBA STREF UPRIWILEJOWANYCH EKONOMICZNIE
1.	AMERYKA	540
2.	AZJA I PACYFIK	991
3.	KRAJE AFRYKI (LEŻĄCE NA POŁUDNIE OD SAHARY)	114
4.	ŚRODKOWY WSCHÓD ORAZ AFRYKA PÓŁNOCNA	213
5.	AUSTRALIA I OCEANIA	443
6.	W SUMIE	2301

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Special Economic Zones, performance, lessons, learned, and implications for zone development, The World Bank Group, Washington 2008, no 26.

⁸ Ustawa z dnia 20 marca 2002 roku o finansowym wsparciu inwestycji, Dz. U. z 2002 r. Nr 41, poz. 363 z późn. zm., Dz. U. z 2005 r. Nr 249, poz. 2104.

⁹ A. Durski, *Strefy uprzywilejowane w gospodarce światowej, Sprawy Międzynarodowe*, 1988, nr. 10.

Szacuje się, że obecnie strefy uprzywilejowane funkcjonują w 116 krajach, podczas gdy dla porównania można przytoczyć szacowanie tej wartości z 1975 roku, gdzie działały one zaledwie w 25 państwach. Niewątpliwie różnica wynikająca z przytoczonego zestawienia wskazuje na ciągłą ewolucję obszarów uprzywilejowanych.

Wśród liderów posiadania stref uprzywilejowanych ekonomicznie na terenie macierzystego kraju, figurują Stany Zjednoczone- na terenie których szacuje się występowanie 366 specjalnych stref ekonomicznych. W obszarach tych stref zlokalizowane są przede wszystkim formy zajmujące się branżą samochodową, a także producenci dedykujący swoje komponenty dla przemysłu samochodowego. Do głównych motywatorów przemawiających do lokalizacji działalności potencjalnych inwestorów na wskazanych obszarach jest zwolnienie z opłat celnych za import surowców i półfabrykatów. Następnym przykładem państwa, które figuruje wśród dużej liczebności występowania stref uprzywilejowanych ekonomicznie jest Meksyk, która posiada ich ok. 110. Strefy te nazywane są potocznie maquiladora i z reguły rozmieszczane są na pograniczu ze Stanami Zjednoczonymi- wokół miast: Matamores, Ciudad Juarez oraz Tijuana. Meksykańskie strefy uprzywilejowane ekonomicznie są ważnym instrumentem politycznym mającym na celu: prowadzenie polityki proeksportowej oraz zmniejszenie stopy bezrobocia. U schyłku XX wieku na ich terytorium zlokalizowane przedsiębiorstwa umożliwiały podjęcie pracy dla ok. 550 000 osób, a tym samym eksportowały towary przekraczające w sumie 5 mld dolarów (co wówczas stanowiło 30% eksportu Meksyku).

Jak zostało to już wcześniej ukazane w niniejszym artykule, liczba stref uprzywilejowanych wzrasta na przestrzeni lat, czego najlepszym przykładem są ostatnie dwie dekady. Ma to miejsce również w pozostałych krajach Ameryki Środkowej oraz Wysp Kanaryjskich.

Przeznaczeniem towarów, które zostały wytworzone na tych terenach jest docelowo rynek amerykański. Analizując rozwój stref uprzywilejowanych ekonomicznie na terenie tego kraju można stwierdzić, że została dokonana tam dywersyfikacja struktury gospodarczej. Pod wpływem inwestycji w przemyśle elektronicznym i odzieżowym, dokonano również przekształcenia w obszarze struktury eksportu tego kraju (zmniejszenie udziału produktów rolnych, na rzecz elektroniki i tekstyliów).

Również dużą popularność osiągnęły strefy uprzywilejowane ekonomicznie pochodzące z Azji. Utworzenie tychże stref na terenach azjatyckich było następstwem reform z końca lat 70 tj. „stopniowe otwarcia”, czy też „jeden kraj, dwa systemy”. Strefy powołane w Chinach stanowią źródło ciągłego napędzania rozwoju ekonomicznego tego państwa- wzrostu inwestycji zagranicznych lokowanych w tym państwie oraz wzrostu poziomu życia mieszkającej tam ludności. Aktualnie gospodarka Chińska opisywana jest jako jedna z najsukcesyjnej i najszybciej rozwijających się systemów gospodarczych na całym świecie.

Uwzględniając pozostałe rejony świata należy stwierdzić, że żaden nie zdobył tak dużej popularności, jak to ma miejsce np. w Azji, czy też Ameryce Północnej. Niemniej jednak, zauważalna jest tendencja rosnącą szacująca ich liczbę.

3. Kierunki zmian w funkcjonowaniu stref uprzywilejowanych ekonomicznie na świecie

Poddając analizie ostatnie 50 lat można zauważyć, że w zakresie działalności stref uprzywilejowanych ekonomicznie dokonywały znaczące zmian. Ciągłe ewoluowanie stref uprzywilejowanych ekonomicznie umożliwiało dostosowywanie się do coraz to nowych warunków funkcjonowania oraz potrzeb gospodarki danego kraju. Na rysunku nr 2 zostały przedstawione etapy ewolucji stref uprzywilejowanych ekonomicznie.



Rysunek 2. Etapy ewolucji stref uprzywilejowanych

Źródło: M. Guangwen, *The Theory and Practise of Free Economic Zones: A case Stydt of Tianjin*, Haidelberg 2003, s. 21.

Obecnie zauważyć można trend dotyczący tworzenia się powiazań kooperacyjnych i klastrów (IV generacja stref). Strefy te nastawione są głównie na rozwój wiedzy, a co za tym idzie pozyskanie wysoko wykształconej kadry personalnej (typ naukowy). W literaturze przedmiotu wyróżniane są cztery rodzaje stref uprzywilejowanych o charakterze naukowym. Są one następujące:

- parki naukowe (np. Stanford Research);
- parki naukowo przemysłowe (np. Shanghai Zizhu);
- technopolie (np. Montreal);
- przemysłowe parki wysokich technologii (np. Dolina Krzemowa- San Francisco).

Interesującym aspektem jest również struktura własnościowa regionów uprzywilejowanych ekonomicznie. Na przestrzeni lat można zauważyć wzrost udziałów stref prywatnych na obszarze całego świata- co przedstawia tabela nr 2.

Jak wynika z danych zawartych w tabeli 2, zdecydowana połowa (62% spośród 2301) została utworzona na wskutek inicjatywy prywatnych działalności, jak i jest przez nich w dalszym ciągu zarządzana. Zaprezentowane dane z tabeli 2 można w celu porównania zestawzić ze statystykami z lat 80-tych, kiedy ponad 75% ze wszystkich stref uprzywilejowanych ekonomicznie były zarządzane przez działaczy publicznych. Do jednych z realnych przyczyn zmiany trendów w tym zakresie może być opinia, która podaje, że strefy prywatne są efektywniejsze od stref zarządzanych przed podmioty

państwowe lub też brak środków na tworzenie kolejnych stref uprzywilejowanych¹⁰. Warto w tym miejscu również zauważyć specyficzną lokalizację stref prywatnych, które bardzo często tworzone są w pobliżu dobrze rozwiniętej infrastruktury, co zdecydowanie przekłada się na obniżenie kosztów. Ponadto, strefy prywatne osiągają wyższe przychody od swoich najemców, dlatego też strefy te wykazują większą rentowność od stref państwowych.

Ciekawym tworem łączącym obie strefy jest partnerstwo publiczno-prywatne, w którym to każdy z podmiotów odpowiada za ściśle określone zadania. Doskonałym przykładem takiego połączenia może stanowić Subic Industrial Estate (Filipiny), gdzie sektor prywatny odpowiedzialny jest za zarządzanie strefą i finanse wykładane na infrastrukturę wewnętrzną, z kolei państwa zajmuje się budową niezbędnej infrastruktury (mosty, budynki, drogi itp.).

Samo utworzenie strefy uprzywilejowanej ekonomicznie nie jest gwarantem zainteresowania przez inwestorów. Literatura przedmiotu dostarcza wiele determinantów wskazujących na atrakcyjność omawianych obszarów poza dostępem do surowców naturalnych oraz niskich kosztów pracy¹¹. Jednakże nie ulega wątpliwości, że każde państwo, które dąży do utworzenia strefy uprzywilejowanej ekonomicznie na swoich terenach, motywowane jest głównie osiągnięciem lepszych warunków rozwoju gospodarczego. Poprzez wdrażanie nowych technologii, jak i innowacyjnych systemów zarządzania docelowo państwa dążą do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej.

Tabela 2. Rozmieszczenie stref uprzywilejowanych ekonomicznie w krajach rozwijających się i w krajach przechodzących transformację gospodarczą

REGION	STREFY PAŃSTWOWE	STREFY PRYWATNE	UDZIAŁ STREF PAŃSTWOWYCH (%)	UDZIAŁ STREF PRYWATNYCH (%)
Ameryka Płn. i Pd.	146	394	27	73
Azja i Pacyfik	435	556	44	56
Afryka Subsaharyjska	49	65	43	57
Bliski Wschód i Afryka Północna	173	40	81	19
Europa Środkowo-Wschodnia i Azja Środkowa	69	374	16	84
Razem	872	1429	38	62

Źródło: www.worldbank.org (dostęp 23.10.2016 r.)

¹⁰ www.worldbank.org (dostęp 23.10.2016 r.)

¹¹ R. Pastusiak, *Specjalne strefy ekonomiczne jako stymulator rozwoju gospodarki*, Wydawnictwo Inuwersytetu Łódzkiego, Łódź 2011, s.108.

III. WNIOSKI KOŃCOWE

Jak zostało to już niejednokrotnie podkreślone w niniejszym artykule, strefy uprzywilejowane nie są nowym narzędziem polityki gospodarczej krajów. Obszary uprzywilejowane mogą w dużym stopniu wpływać na rozwój gospodarki danego kraju, jak i również na kwestie inwestycyjne. Nie zmiennym celem głównych stref uprzywilejowanych jest dynamizacja rozwoju inwestycji oraz obniżenie stopy bezrobocia. Ten instrument polityczny zdobywa swą popularność poprzez swoistą prostotę działań oraz efektywność. Celem pierwszych utworzonych stref uprzywilejowanych było ożywienie gospodarki oraz wzrost w sektorze zatrudnienia, jednakże z perspektywy czasu zauważyć można zmienność w tym zakresie- odpowiedź na oczekiwania inwestorów. Bez wątplenia można stwierdzić, że strefy uprzywilejowane ekonomicznie stale ewoluują. Obecnie popularny jest światowy trend w obszarze rozwoju tych stref, wskazujący na kierunek tworzenia naturalnych platform, służących do zarządzania powiązań kooperacyjnych. Co może w przyszłości skutkować przekształceniem się w klastry.

Literatura

1. Bazydło A., Smętkowski M., Specjalne strefy ekonomiczne- światowe zróżnicowanie instrumentów, [w:] Kryńska E. (red.) Polskie specjalne strefy ekonomiczne- zamierzenia i efekty, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2000,

2. Budzowski K.· Ekonomiczne problemy handlu międzynarodowego, Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne, Kraków 2008

3. Durski A., Strefy uprzywilejowane w gospodarce światowej, Sprawy Międzynarodowe, 1988, nr. 10.

4. Guangwen M., The Theory and Practise of Free Economic Zones: A case Study of Tianjin, Heidelberg 2003,

5. Pastusiak R., Specjalne strefy ekonomiczne jako stimulator rozwoju gospodarczego, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2011,

6. Wołodkiewicz-Donimirki Z., Specjalne strefy ekonomiczne w świecie, Kancelaria Sejmu Biuro Studiów i Ekspertyz, 1994.

Inne:

1. Special Economic Zones, performance, lessons, learned, and implications for zone development, The World Bank Group, Washington 2008, no 26.

2. World Investment Report, United Nations, New York and Geneva 2002, s. 214.

Dokumenty:

Ustawa z dnia 20 marca 2002 roku o finansowym wsparciu inwestycji, Dz. U. z 2002 r. Nr 41, poz. 363 z późn. zm., Dz. U. z 2005 r. Nr 249, poz. 2104.

Strony internetowe:

www.worldbank.org (dostęp 23.10.2016 r.)

Стаття надійшла до редакції 04 березня 2019 р.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ І КОНТРОЛЬ

УДК: 657.471

Реслер М. В.,

ORCID ID: 000-0002-3787-9472,

д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку і оподаткування та маркетингу, Мукачівський державний університет, м. Мукачеве

Захаркевич В. М.,

викладач інформатики та комп'ютерної техніки, Луцький кооперативний коледж Львівського торговельно-економічного університету, м. Луцьк

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В СИСТЕМІ ОБЛІКУ ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ

Анотація. У статті висвітлено особливості торговельної діяльності та їх вплив на організацію обліку, також розглядається аналітично-управлінська класифікація витрат у системі обліку, досліджено аналітично-управлінську класифікацію поточних витрат торговельного підприємства. Аналітично-управлінська класифікація витрат сприяє прийняттю управлінських рішень відносно максимізації ринкової вартості підприємства та його прибутку, забезпечення відповідного ступеня фінансової стійкості торговельного підприємства, формування і підтримки іміджу торговельного підприємства, оптимізації розмірів витрат, а також управління поточними витратами є однією з допоміжних стратегій управління діяльністю торговельного підприємства в цілому. Цими аргументами обумовлена актуальність докладного вивчення поточних витрат торговельного підприємства та актуальність управління ними. Зроблено висновок, що не завжди зниження витрат обігу свідчить про ефективність діяльності підприємства, оскільки це може призвести до зниження стандарту обслуговування покупців і, як наслідок, падіння попиту споживача, зниження товарообороту, зростання рівня витрат і витрат прибутку. Тому розробка стратегії управління витратами обігу має бути спрямована не на зниження розміру витрат обігу, а на їх оптимізацію.

Ключові слова: витрати обігу, підприємства торгівлі, аналітично-управлінська класифікація.

Resler M. V.,

ORCID ID: 000-0002-3787-9472,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Accounting, Taxation and Marketing, Mukachevo State University, Mukachevo

Zakharkevich V. M.,

Lecturer of Informatics and Computer Engineering, Lutsk Cooperative College of Lviv University of Trade and Economics, Lutsk

CLASSIFICATION OF TRADE ENTERPRISES EXPENDITURES IN THE SYSTEM OF THEIR ACCOUNTING AND MANAGEMENT

Abstract. The article highlights the peculiarities of trade activity and its influence on the organization of accounting as well as analytical and managerial classification of expenditures in the accounting system is considered and investigated from the point of view of current expenditures of a trading enterprise. The analytical and managerial classification of expenditures contributes to the adoption of managerial decisions regarding the maximization of the market value of the enterprise and its profit, ensuring the appropriate degree of financial stability of the trading enterprise, forming and maintaining the image of the trading enterprise, optimizing the volume of expenditures as well as managing current expenditures is one of the subsidiary

strategies for managing the activities of trading enterprise as a whole. These arguments caused by the importance of a detailed study of the trading enterprise current expenditures and the relevance of their management. It is concluded that the decrease of transaction expenditures is not always an indication of the enterprise's efficiency, as it may lead to a decline in the customer service standards and result in falling consumer demand, turnover reduction, increase the expenditures level and profit costs. Therefore, the development of a strategy for management of turnover expenditures should be aimed not on their reduction but on their optimization.

Key words: turnover expenditures, trade enterprises, analytical and managerial classification.

JEL Classification: L81; E64; G39

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-15>

Постановка проблеми. На сучасному етапі економічного розвитку України підприємства торгівлі проходять через цілу низку економічних реформ. Сьогодні більшість підприємств роздрібно́ї торгівлі перетворюються у відкриті компанії, які активно взаємодіють із покупцями різними способами. Крім того, велика кількість роздрібних підприємств зміщує акцент зі звичайного продажу товарів чи послуг на створення якісного споживчого досвіду для своїх покупців.

Нині витрати торговельного підприємства відіграють вагоме значення. В свою чергу, класифікація витрат надає сучасному бухгалтеру оперативну інформацію, що також сприяє якісному та ефективному використанню ресурсів підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти управління витратами розглядаються в працях вітчизняних і зарубіжних науковців і практиків, а саме: І. О. Бланка, І. Д. Давидовича, В. М. Примаченка, А. М. Турило, О. В. Шепеленка, Н. М. Гаркуші, А. Котлярова, О. М. Чабанюк, А. М. Фабричнікова, Шима Джей К. та інших, проте, віддаючи належне напрацюванням вищезазначених авторів, слід сказати, що окремо концептуальні засади методики обліку витрат обігу на підприємствах торгівлі практично не вивчалися та потребують удосконалення й подальшого розвитку.

Постановка завдання. Дослідження аналітично-управлінської класифікації витрат обігу підприємств торгівлі в системі обліку та на його основі розробка концептуальних засад методики обліку витрат обігу на торговельних підприємствах для ефективного їх функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із ключових показників в обліковій системі торговельного підприємства, від якого залежить ефективність системи руху товару, є витрати обігу, оптимізація та акумулювання інформації про які буде сприяти прийняттю ефективних оперативних і стратегічних рішень. Тому самостійність у виборі та здійсненні облікової політики – обов'язкова умова економічної незалежності підприємства торгівлі. Індивідуальна для кожного з них вона дає змогу з найбільшою ефективністю використовувати матеріальні та фінансові можливості, здійснювати економічний вибір засобів із урахуванням ринкової кон'юнктури в залежності від стратегії та тактики конкретного підприємства.

Щоб запобігти фінансовому краху, суб'єкти господарювання повинні цілеспрямованою обліковою політикою звести до мінімуму витрати своєї господарської діяльності. Але цього можливо досягти тільки шляхом вибору з можливих таких реальних варіантів обліку, оцінки та списання матеріальних активів, які би максимально забезпечили збільшення фінансових результатів.

Витрати підприємства є частиною вартості товару (продукту), яка має бути виділена на заміщення вартості засобів праці, предметів праці та робочої сили, спожитих у процесі виробництва.

Для вирішення різноманітних теоретичних та методичних проблем обліку витрат необхідно з нових позицій розкрити сутність даного поняття. Це дасть можливість розробити науково обґрунтовану систему обліку витрат.

Витрати досліджували ще класики політичної економії. Уявлення та поняття про витрати розвивалися в працях видатних вчених-економістів: А. Сміта, Д. Рікардо – теорія витрат, К. Маркса – теорія трудової вартості, У. Петті – вчення про справедливую ціну, А. Маршалла та інших.

Рікардіанська теорія відношення між витратами виробництва і вартістю посідає важливе місце в історії економічної науки. Д. Рікардо стверджував, що вартість визначається тільки затратами праці на виробництво, абсолютизував окремий випадок формулювання вартості А. Смітом. Крім того, Д. Рікардо вважав, що витрати виробництва утворюються як кількістю, так і якістю затраченої праці, а також розміром накопиченого капіталу для оснащення праці та часом, протягом якого капітал застосовується з цією метою; також Д. Рікардо є автором теорії порівняльних витрат.

А. Сміт ввів поняття абсолютних витрат. Під терміном “витрати” ці вчені розуміли середні суспільні витрати на одиницю, тобто те, що коштує окрема одиниця продукції на середньому підприємстві або чому дорівнюють середні витрати на всіх підприємствах, що належать до галузі. Витрати виробництва визначались класиками і як ціна виробництва з урахуванням рентних платежів.

На наш погляд, становлять інтерес дослідження, проведені А. М. Фабричним. На підставі детального аналізу “Капіталу” К. Маркса він дійшов наступного висновку: в економічному вченні К. Маркса

поняття “витрати виробництва” використовується на різних ступенях абстракції в чотирьох різних взаємопов’язаних значеннях, кожне з яких послідовно впливає одне з іншого, а саме:

– дійсні витрати виробництва як вся кількість затраченої праці (уречевленої та живої), що збігаються з вартістю: $c + v + m$, де c – витрати на придбання засобів виробництва (постійна частина авансованого капіталу), v – витрати на купівлю робочої сили (змінна частина авансованого капіталу), m – додана вартість. Ця категорія характеризує просте відтворення;

– капіталістичні витрати виробництва як затрати капіталу: $c + v$ на протипагу праці. Ця категорія характеризує просте відтворення на меншому ступені абстракції, рівні узагальнення;

– витрати виробництва в значенні ціни виробництва, що дорівнюють капіталістичним витратам виробництва плюс середній прибуток: $c + v + P$;

– витрати виробництва функціонуючого капіталіста ($c + v +$ частина m), які називають “собівартістю”.

Витрати підприємства не є однорідними ні за своїм складом, ні за роллю в діяльності підприємства. Тому велике значення при організації обліку витрат має науково обґрунтована їх класифікація. Питанню класифікації витрат в економічній теорії протягом довгого часу приділялася значна увага, однак єдиної класифікації таких витрат, яка б задовольнила всіх дослідників та практичних працівників, досі не розроблено. Тому в практиці господарювання використовують різні класифікації витрат.

На нашу думку, необхідно зберегти “чистоту” вітчизняних класифікацій (елементи, статті, основні – накладні, прямі – непрямі тощо), а не переймати бездумно західні класифікації без врахування багатого вітчизняного теоретичного та практичного спадку. Але при цьому доцільно використовувати і певний закордонний досвід (зокрема, при розподілі витрат на прямі та непрямі враховувати, крім всього іншого, ще і доцільність та економічність такого розподілу).

Витрати обігу – це виражені в грошовій формі витрати живої та уречевленої праці доведення товару від виробника до споживача, перетворення виробничого асортименту в торговельний, організація процесу купівлі-продажу і споживання, задоволення попиту споживачів [4].

Тому витрати обігу являють собою суспільно необхідні витрати праці, пов’язані з виконанням торгівлею своїх функцій і завдань, і враховуються вони на всіх стадіях ціноутворення, починаючи від виробництва, коли до собівартості продукції включаються витрати зі збуту, і закінчуючи роздрібним продажем, коли в роздрібній ціні відображаються витрати оптової та роздрібної торгівлі. Витрати обігу умовно поділяються на дві групи: чисті та додаткові. Чисті витрати – це витрати на організацію процесу купівлі-продажу, утримання управлінського персоналу, облік і звітність підприємства. Додаткові витрати зумовлені продовженням процесу виробництва в торгівлі (фасування, упакування, маркування), перетворенням виробничого асортименту в торговельний.

Управління витратами обігу на торговельному підприємстві передбачає:

- організацію обліку витрат загалом і по статтях витрат, що створює інформаційну базу для прийняття подальших управлінських рішень;

- аналіз витрат обігу, що дозволяє оцінити їх стан, ступінь раціональності витрат, надати кількісну оцінку факторам, які визначають суму та рівень витрат обігу підприємства;

- нормування витрат обігу, яке передбачає визначення граничних розмірів із окремих видів витрат (норми спецодежгу, товарні запаси, натуральний (природний) збиток тощо);

- планування (прогнозування) витрат обігу, яке дозволяє визначити мінімальні та максимальні межі витрат обігу (їх граничні рівні), можливий розмір витрат обігу при планованому обсязі діяльності та рівні використання ресурсів, обрати такий варіант планованої їх суми та рівня, що максимально забезпечать виконання цільового розміру прибутку [5].

Слід зазначити, що в умовах ринку основною метою управління витратами обігу торговельного підприємства повинна бути оптимізація суми та рівня витрат, яка забезпечить досягнення передбачуваних розмірів товарообігу і прибутків.

Витрати обігу торговельного підприємства характеризуються такими основними показниками:

1) абсолютною сумою витрат обігу, який є кількісним і показує обсяг поточних витрат торговельного підприємства;

2) рівнем витратоємності торговельної діяльності. Визначається як співвідношення суми витрат обігу до суми товарообігу, виражене у відсотках. Рівень витрат є найважливішим якісним показником економічності господарської діяльності торговельного підприємства і відображає частку поточних витрат у ціні реалізації товарів;

3) рівнем витратовіддачі. Цей показник є оберненим до попереднього показника і характеризує обсяг товарообігу, що припадає на одиницю витрат обігу підприємства, і свідчить про результативність його витрат;

4) рентабельністю витрат обігу, яка визначається співвідношенням чистого прибутку до суми витрат обігу, вираженого у відсотках. Рентабельність витрат є одним із найважливіших показників ефективності поточних витрат торговельного підприємства;

5) темпом зміни витрат і визначається як співвідношення суми витрат звітного періоду до суми витрат минулого періоду, вираженого у відсотках;

6) абсолютним відхиленням витрат, що являє собою різницю між фактичними витратами звітного періоду та планованою (попередньою) їх сумою;

7) відносним відхиленням витрат. Цей показник характеризує відносну економію витрат обігу або, навпаки, їх перевитрати у порівнянні з попереднім періодом діяльності або планованим показником [6].

Отже, управління витратами є одним із функціональних видів економічного управління, метою якого є оптимізація розміру поточних витрат. Виходячи з мети управління, пропонуємо аналітично-управлінську класифікацію поточних витрат торговельного підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Аналітично-управлінська класифікація поточних витрат торговельного підприємства

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Підбиваючи підсумки, можемо зазначити, що не завжди зниження витрат обігу свідчить про ефективність діяльності підприємства, оскільки це може призвести до зниження стандарту обслуговування покупців і, як наслідок, падіння попиту споживача, зниження товарообороту, зростання рівня витрат і витрат прибутку. Тому розробка стратегії управління витратами обігу має бути спрямована не на зниження розміру витрат обігу, а на їх оптимізацію.

ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьев В. С. Давид Рикардо / Афанасьев В. С. – М. : Экономика, 1988. – 128 с.
2. Фабричнов А. М. Издержки производства и себестоимость в сельском хозяйстве (методологический аспект) / Фабричнов А. М. – М. : Экономика, 1979. – 216 с.
3. Типовое положение по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности // Бухгалтерский учет и аудит. – 1996. – № 7. – С. 3-17.
4. Методические рекомендации по формированию себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности. Энциклопедия бухгалтера и экономиста. – Х. : Центр “Консульт”, 2001. – 218 с.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 “Витрати”, затверджено наказом МФУ від 31.12.99 р. 318 (із змінами і доповненнями) // Бухгалтерський облік і аудит. – 2002. – №12. - С. 53.

6. Чабанюк О. М. Облік товарів у системі управління підприємств роздрібної торгівлі / О. М. Чабанюк, Н. О. Юганович // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.3. – С. 297-301.

REFERENCES

1. Afanas'ev, V. S. (1988), David Rikardo, Jekonomika, M., 128 s.
2. Fabrichnov, A. M. (1979), Izderzhki proizvodstva i sebestoimost' v sel'skom hozjajstve (metodologicheskij aspekt), Jekonomika, M., 216 s.
3. Tipovoe polozhenie po planirovaniju, uchetu i kal'kulirovaniju sebestoimosti produkcii (rabot, uslug) v promyshlennosti (1996), Buhgalterskij uchet i audit, № 7, s. 3-17.
4. Metodicheskie rekomendacii po formirovaniju sebestoimosti produkcii (rabot, uslug) v promyshlennosti. Jenciklopedija buhgaltera i jekonomista (2001), Centr “Konsul’t”, H., 218 s.
5. Polozhennja (standart) buhgalters'kogo obliku 16 “Vitrati”, zatverdzheno nakazom MFU vid 31.12.99 r. 318 (iz zminami i dopovnennjami) (2002), Buhgalters'kij oblik i audit, №12, s. 53.
6. Chabanjuk, O. M. and Juganovich, N. O. (2013), Oblik tovariv u sistemі upravlinnja pidpriemstv rozdribnoї torgivli, Naukovij visnik NLTU Ukraїni, vip. 23.3, s. 297-301.

Стаття надійшла до редакції 11 лютого 2019 р.

УДК 657.631(061)

Шевчук В. Р.,

ORCID ID: 0000-0002-0925-6489,

к.е.н., доц., доцент кафедри обліку і аудиту, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗКРИТТЯ У ЗВІТІ ПРО УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО РИЗИКИ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИМИ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація. Досліджено сучасні підходи та рекомендації до розкриття інформації про ризики і невизначеності діяльності у нефінансовій звітності господарюючих суб'єктів. Ідентифіковано основні аспекти та ключові показники ефективності, які слід розкривати у звіті про управління вітчизняних підприємств стосовно ризиків та невизначеностей їх діяльності. Здійснено порівняльний аналіз наповненості нефінансових звітів українських та іноземних компаній інформацією про ризики та невизначеності і на його основі окреслено перспективи удосконалення звіту про управління вітчизняними суб'єктами господарювання, зокрема через актуалізацію розкриття фінансових ризиків від зміни клімату відповідно до керівних принципів TCFD. Встановлено, що важливими аспектами щодо ризиків та невизначеностей діяльності, які мають знайти відображення у звіті про управління, є: напрямки розкриття інформації щодо ризиків, об'єкти впливу ризиків, часовий горизонт, джерело ризиків, пояснення процесів управління ризиками, результат управління ризиками у звітному році.

Ключові слова: нефінансова звітність, нефінансова інформація, звіт про управління, ризики, невизначеності, ключові показники ефективності, зміна клімату.

Shevchuk V. R.,

ORCID ID: 0000-0002-0925-6489,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting and Audit, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv

PROBLEM ASPECTS AND PERSPECTIVES OF DISCLOSING THE INFORMATION IN MANAGEMENT REPORT ABOUT RISKS AND UNCERTAINTIES OF DOMESTIC BUSINESS ENTITIES ACTIVITIES

Abstract. The modern approaches and recommendations for disclosure of information about risks and uncertainties of activity in non-financial business entities reporting are investigated. The main aspects and key performance indicators to be disclosed in the management report of domestic enterprises regarding risks and uncertainties in their activities, are identified. A comparative analysis of the content of non-financial reports of Ukrainian and foreign companies on the risks and uncertainties is done. The prospect for improving the management report of domestic business entities, in particular, by updating the disclosure of financial risks from climate change in accordance with the guidelines of the TCFD, is outlined. It is determined that the important aspects of risks and uncertainties of activities to be reflected in the management report are: disclosure of information on risks directions, objects of risks influence, time horizon, source of risks, explanation of risks management processes, result of risks management in the reported year.

Key words: non-financial reporting, non-financial information, management report, risks, uncertainties, key performance indicators, climate change.

JEL Classification: D80; L20; M41

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-16>

Постановка проблеми. В умовах посилення інтересу інвесторів та інших зацікавлених сторін до розкриття компаніями нефінансових показників їх діяльності, а також в умовах обов'язкового впровадження звіту про управління у склад комплексу річної звітності окремими суб'єктами господарювання в Україні, проблема якісного розкриття інформації щодо ризиків і невизначеностей діяльності підприємств є особливо актуальною. Методичні рекомендації вітчизняного регулятора в сфері нефінансової звітності дають лише загальне уявлення про наповнення інформації звіту про управління відповідними показниками, тож дослідження різноманітних “рамкових” підходів (frameworks) щодо звітності з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) і сталого розвитку, як і досвіду підготовки відповідної звітності іноземними компаніями, набуває першочергової важливості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Розкриттю нефінансових показників у звітності господарюючих суб'єктів присвячене широке коло наукових публікацій іноземних авторів. Найбільше уваги приділено таким питанням звітності щодо КСВ та сталого розвитку, як: “рамкові” підходи (frameworks) (Берк Ж. і Кларк С. [1]; Діуф Д. і Бойраль О. [2]), вимоги до розкриття нефінансової інформації (Вукич Н., Вукович Р. та Калаче Д. [3]), особливості подання нефінансової інформації у складі інтегрованої звітності (Резайє З. [4]) тощо.

Питанням звітності щодо КСВ та сталого розвитку присвячені дослідження і вітчизняних науковців. Що стосується питань відображення у нефінансовій звітності ризиків і невизначеностей діяльності підприємств, то Максимова В. і Кузіна Р. наголошують на важливості відображення ризиків в інтегрованому звіті [5], Баришнікова О. подає методичне забезпечення бухгалтерського обліку господарських операцій для звітування про ризики діяльності для складання нефінансової звітності [6], Озеран А. розкриває місце інформації щодо ризиків діяльності у структурі звіту про управління [7], *Безверхий К. і Пантелєєв В. розглядають особливості відображення ризиків у консолідованому звіті про управління* [8], *на законодавчому врегулюванні показників звіту про управління, в тому числі і щодо відображення ризиків, наголошує Новіченко Л.* [9].

Водночас бракує окремих ґрунтовних досліджень щодо якісного відображення саме ризиків і невизначеностей діяльності вітчизняних підприємств у звіті про управління, виходячи з вимог існуючих “рамкових” підходів, досвіду звітування іноземних компаній з урахуванням особливостей національного бізнес-середовища та сучасного стану розвитку КСВ в Україні.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження сучасних підходів та рекомендацій до розкриття інформації про ризики і невизначеності діяльності у нефінансовій звітності господарюючих суб'єктів, ідентифікація основних аспектів та ключових показників ефективності, які слід розкривати у звіті про управління вітчизняних підприємств стосовно ризиків та невизначеностей їх діяльності, та окреслення перспектив удосконалення звіту про

управління вітчизняними суб'єктами господарювання, зокрема через актуалізацію розкриття фінансових ризиків від зміни клімату.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Початок 2019 року в Україні ознаменується обов'язковим поданням у складі комплексу річної звітності окремими суб'єктами господарювання звіту про управління, що містить фінансову та нефінансову інформацію, яка характеризує стан і перспективи розвитку підприємства та розкриває основні ризики і невизначеності його діяльності. Саме інформація про існуючі та потенційні ризики фінансово-господарської діяльності підприємства може бути визначальною при прийнятті рішень інвесторами та іншими зацікавленими сторонами щодо надання ресурсів суб'єкту господарювання, встановлення ділових зв'язків тощо, адже є важливим індикатором довгострокового потенціалу створення вартості бізнесу.

У Методичних рекомендаціях зі складання звіту про управління, розроблених Міністерством фінансів України, визначено, зокрема, що “За напрямом “Ризики” рекомендується наводити інформацію про політику підприємства щодо управління операційними та фінансовими ризиками (ринковий ризик, кредитний ризик, ризик ліквідності) з описом їхнього впливу на діяльність підприємства, а також підходів або інструментів, які використовуються підприємством для зменшення впливу таких ризиків на його діяльність тощо” [10]. Враховуючи те, що дані Методичні рекомендації задають лише периметр нефінансового звітування, при підготовці звіту про управління доцільно керуватися Директивою 2013/34/ЄС про щорічну фінансову звітність, консолідовану фінансову звітність та пов'язані з ними звіти певних типів компаній (Розділ 5 “Звіт про управління”) [11] та Директивою 2014/95/ЄС щодо розкриття нефінансової та різноманітної інформації деякими великими підприємствами і групами (якою вводиться стаття 19а “Нефінансовий звіт”) [12].

Стаття 19а Директиви 2014/95/ЄС “Нефінансовий звіт” передбачає “включення у звіт про управління інформації нефінансового характеру, яка повинна розкривати в обсязі, необхідному для розуміння розвитку даного підприємства, його функціонування, стану, а також вплив його діяльності як мінімум, в таких аспектах: екологічному, соціальному та питання зайнятості, поваги прав людини, боротьби з корупцією та хабарництвом, в тому числі:

(d) істотні ризики пов'язані із зазначеними питаннями, які виникають у зв'язку з діяльністю компанії, і, де можливо і наскільки можливо, залежать від суб'єкта економічної діяльності, включаючи комерційні відносини з іншими контрагентами, продукцію та послуги, які, з високою ймовірністю можуть викликати значні несприятливі наслідки у вищевказаних областях, а також інформацію про те, які кроки зроблені компанією для управління цими ризиками” [12].

З ціллю допомогти компаніям розкривати високоякісну, релевантну, корисну, послідовну та більш порівнянну нефінансову інформацію

(екологічну, соціальну та управлінську), яка сприятиме стійкому зростанню та зайнятості і забезпечить прозорість для користувачів, Європейською Комісією було розроблено Методичні рекомендації з нефінансової звітності [13]. Вони призначені допомогти компаніям скласти релевантні, корисні, лаконічні нефінансові звіти відповідно до вимог Директиви 2014/95/ЄС і стимулюють компанії до більш творчого підходу до подання показників щодо КСВ і сталого розвитку з ціллю уникнення

примусового заповнення шаблонних таблиць (“box-ticking exercise”). При розробці цих рекомендацій Комісія взяла до уваги найкращі практики та результати відповідних ініціатив як в межах ЄС, так і на міжнародному рівні.

Рисунок 1 ілюструє основні аспекти та ключові показники ефективності, які слід розкривати у звіті про управління українських компаній стосовно ризиків та невизначеностей їх діяльності.

Напрямки розкриття інформації щодо ризиків	Об'єкти впливу ризиків	Часовий горизонт	Джерело ризиків	Пояснення процесів управління ризиками	Результат управління ризиками у звітному році
Операції	Бізнес-модель	Короткострокові ризики	Власні рішення або дії	Виявлення ризиків	Суттєва зміна ризиків (зменшення чи пом'якшення)
Ділові відносини		Середньострокові ризики			
Продукти	Фінансові показники	Довгострокові ризики	Зовнішні фактори	Оцінка ризиків	Суттєва зміна способу управління ризиками
Послуги					
Ланцюг постачання					
Ключові показники ефективності					
У контексті впливу на безпеку споживачів		У контексті впливу на зміну клімату		У контексті ланцюга постачання	
- несправні продукти з можливим впливом на безпеку споживачів; - політики, вжиті для вирішення цього питання; - виправлення заходів, спрямованих на задоволення потреб споживачів, які вже постраждали від цих продуктів.		суттєва інформація про кліматичні впливи на діяльність та стратегію, беручи до уваги специфічні обставини та включаючи відповідні оцінки ймовірності та використання сценаріїв		суттєва інформація про ризики шкоди, пов'язаної з правами людини, охороною праці та навколишнього середовища в ланцюгу постачання та підрядних операцій, а також про те, як компанія управляє та пом'якшує потенційні негативні наслідки	

Рис. 1. Основні аспекти та ключові показники ефективності, які слід розкривати у звіті про управління українських компаній стосовно ризиків та невизначеностей їх діяльності (розроблено автором на основі [13])

Щодо підготовки звітів про управління в ЄС, то у 2019 році ми також будемо спостерігати найбільш повне виконання вимог Директиви 2014/95/ЄС, оскільки майже половина держав-членів не адаптували національні законодавства до її норм станом на 1 січня 2017 року. Незважаючи на затримки та проблеми, що виникли, Директива 2014/95/ЄС є ключовим кроком до підвищення важливості звітності з питань КСВ і сталого розвитку, особливо в тих країнах ЄС, де раніше не існувало таких вимог. Зрозуміло, що інформація про ризики та невизначеності діяльності європейських компаній подається ними на добровільній основі упродовж багатьох років у складі різних видів нефінансової звітності, а отож вітчизняним підприємствам слід скористатися їх досвідом.

Для порівняння наповненості нефінансової звітності інформацією щодо ризиків та невизначеностей діяльності розглянемо звіти компаній одного напрямку діяльності – виробництво слабоалкогольних напоїв – вітчизняного ПрАТ “Оболонь” [14] та міжнародної корпорації “AB In Bev” [15].

У табл. 1 представлено напрямки інформації про ризики і невизначеності, подані у нефінансових звітах виробників слабоалкогольних напоїв, з зазначенням надання цієї інформації у звітах “Оболонь” та “AB In Bev”.

Як бачимо з табл. 1, у компанії “Оболонь” є ще резерви удосконалення нефінансової звітності щодо розкриття інформації щодо ризиків і невизначеностей її діяльності. Зокрема, абсолютно не розкритими у звітності як компанії “Оболонь”, так і інших вітчизняних підприємств (“ДТЕК”, “1+1 медіа”, “Нова пошта”, “МХП”, “Галнафтогаз” та ін.) залишаються фінансові ризики, пов’язані зі змінами клімату. Водночас слід зауважити, що на сьогодні

посилається увага інвесторів щодо розкриття компаніями кліматичних ризиків.

У 2015 році Комісія з фінансової стабільності висвітлила зміну клімату як ризик стабільності світової фінансової системи та створила Робочу групу з питань фінансового розкриття інформації, пов’язаної з кліматом (TCFD). Робоча група об’єднала компанії, які готують фінансові дані та користувачів цих даних (інвестори, кредитор та страховики), щоб вони рекомендували компаніям розкривати фінансові ризики зміни клімату. Ці рекомендації зосереджені на розкритті фізичних ризиків від екстремальних погодних умов, таких як шторми та посухи, а також комерційних ризиків, пов’язаних із глобальним переходом до економіки з низьким рівнем вуглецю. Рекомендації були представлені на G20 у липні 2017 року [16]. Як наслідок, актуальність покращення розкриття фінансових ризиків, пов’язаних із кліматом, значно зросла.

Загалом, за даними дослідження міжнародної аудиторської фірми KPMG, 48% фірм, що входять до найбільших 250 компаній у світі (G250), сьогодні визнають фінансовий ризик від зміни клімату. Більш глибокий аналіз показує суттєві відмінності між компаніями залежно від того, де їх штаб-квартира розташована. Наприклад, у Франції, Німеччині та Великобританії більшість компаній G250 визнають фінансові ризики зміни клімату у своїх звітах. Водночас лише менше половини компаній G250, розташованих у США та Японії, відобразили такі ризики. В свою чергу, нафтовий і газовий сектори демонструють відносно високий рівень оцінки кліматичних ризиків, адже інвестори та учасники цих компаній вже протягом багатьох років намагаються розкрити свої кліматичні ризики [17].

Таблиця 1

Напрямки інформації про ризики і невизначеності, подані у нефінансових звітах “Оболонь” та “AB In Bev”

Напрямки інформації про ризики і невизначеності	“Оболонь”	“AB In Bev”
Дистриб’ютори (в напрямку зміни пріоритетів щодо продажу продукції конкурентів)	-	+
Обмеження реклами бренду	-	+
Постачальники (зростання цін на сировину)	-	+
Зміна уподобань споживачів	-	+
Зниження купівельної спроможності споживачів	+	-
Оподаткування (зростання акцизів)	+	+
Суспільне занепокоєння щодо зростання обсягів споживання слабоалкогольних напоїв	-	+
Запровадження жорсткіших екологічних нормативів	-	+
Коливання валютних курсів	+	+
Проблеми утримання ключового персоналу, загрози страйків	-	+
Втрата ринків збуту	+	+
Зміни клімату	-	+
Інформаційні технології (загрози кібератак)	-	+
Інноваційні продукти конкурентів	-	+

Для вітчизняних компаній, які планують звітувати про фінансові ризики, пов'язані з кліматом, керівні принципи TCFD можуть бути дуже корисним інструментом. Першим кроком у цьому процесі має стати визначення основних зацікавлених сторін компанії, щоб розглянути потенційні фінансові ризики та можливості, що виникли в результаті зміни клімату, а потім провести якісний аналіз сценаріїв. Наприклад, для ПрАТ “Оболонь” як виробника слабоалкогольних напоїв слід проаналізувати, що станеться, якщо витрати на воду різко зростуть? Після цього компанія може розпочати створення багатофакторної моделі, щоб врахувати різноманітні фінансові ризики та можливості, пов'язані із зміною клімату, в кінцевому підсумку інтегруючи цю модель в прийняття рішень та відповідно адаптуючи свою бізнес-стратегію.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, важливими аспектами щодо ризиків та невизначеностей діяльності, які мають знайти відображення у звіті про управління, є: напрямки розкриття інформації щодо ризиків, об'єкти впливу ризиків, часовий горизонт, джерело ризиків, пояснення процесів управління ризиками, результат управління ризиками у звітному році. Подання інформації про ризики щодо кліматичних змін є перспективним напрямком удосконалення нефінансової звітності вітчизняних господарюючих суб'єктів. Актуальність розкриття кліматичних ризиків буде ще більше посилюватися в майбутньому внаслідок зростаючих очікувань регуляторів цінних паперів, спільноти інвесторів та інших зацікавлених сторін. Важливо також буде включати до звітів про управління аналіз сценаріїв щодо потенційного впливу зміни клімату на продукцію, доходи та прибутковість компанії.

Подальші дослідження у сфері відображення інформації щодо ризиків у нефінансовій звітності повинні бути спрямовані на забезпечення її якості, в тому числі актуальними залишаються питання підтвердження (аудиту) показників з КСВ і сталого розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Burke J. J. The business case for integrated reporting: Insights from leading practitioners, regulators, and academics / J. J. Burke, C. E. Clark // *Business Horizons*. – 2016. – № 59. – P. 273-283.
2. Diouf D. The quality of sustainability reports and impression management: A stakeholder perspective / D. Diouf, O. Boiral // *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. – 2017. – №30. – P. 643-667.
3. Vukić N. M. Non-financial reporting as a new trend in sustainability accounting / N. M. Vukić, R. Vuković, D. Calace // *Journal of Accounting and Management*. – 2017. – № 07. – P. 13-26.
4. Rezaee Z. *Business sustainability: Performance, Compliance, Accountability and Integrated Reporting* / Z. Rezaee. – Greenleaf Publishing Limited, 2015. – 306 p.
5. Максимова В. Ф. Деякі питання формування складу фінансових і нефінансових показників

інтегрованої звітності / В. Ф. Максимова, Р. В. Кузіна // *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Сер. : Економіка. – 2015. – Вип. 2(1). – С. 243-249.

6. Баришнікова О. Механізм формування та облікове забезпечення соціальної складової звітності сталого розвитку / О. Баришнікова // *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. – 2016. – № 2-3(35). – С. 3-24.

7. Озеран А. В. Звіт керівництва: сутність, структура та місце у системі фінансової звітності суб'єкта господарювання / А. В. Озеран // *Економіка і суспільство*. – 2018. – Вип. 18. – С. 983-993.

8. Безверхий К. В. Консолідований звіт про управління. Новації управлінської практики звітування / К. В. Безверхий, В. П. Пантелеєв // *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук. пр.* – 2018. – №1-2. – С. 37-46.

9. Новіченко Л. С. Актуальні питання формування Звіту про управління підприємством / Новіченко Л. С. // *Економічний аналіз*. – 2018. – Т. 28. № 4. – С. 258-264.

10. Методичні рекомендації зі складання звіту про управління. Наказ Міністерства фінансів України від 07.12.2018 № 982 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18>.

11. Directive 2013/34/ EU on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings [Electronic recourse]. – Accessed mode: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2013/34/oj>.

12. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups [Electronic recourse]. – Accessed mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:32014L0095>.

13. Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial information) of 5 July 2017 (2017/C 215/01) [Electronic recourse]. – Accessed mode: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52017XC0705\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52017XC0705(01)).

14. Звіт зі сталого розвитку корпорації “Оболонь” за 2015 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://obolon.ua/ua/corporate-responsibility/social-reporting>.

15. AB In Bev 2017 Annual Report [Electronic recourse]. – Accessed mode: https://www.ab-inbev.com/content/dam/universaltemplate/ab-inbev/investors/reports-and-filings/annual-and-hy-reports/2018/03-/AB_InBev_2017_Annual_Report_complete_-032218.pdf.

16. Task Force on Climate-related Financial Disclosures: Status Report [Electronic recourse]. – Accessed mode: <https://www.fsb-tcf.org/publications/tcf-2018-status-report/>.

17. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting [Electronic recourse]. – Accessed mode: <https://home.kpmg.com/xx/en/home/campaigns-/2017/10/survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.html>.

REFERENCES

1. Burke, J. J. and Clark, C. E. (2016), The business case for integrated reporting: Insights from leading practitioners, regulators, and academics, *Business Horizons*, № 59, pp. 273-283.
2. Diouf D. and Boiral O. (2017), The quality of sustainability reports and impression management: A stakeholder perspective, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, №30, pp. 643-667.
3. Vukić N. M., Vuković R. and Calace D. (2017), Non-financial reporting as a new trend in sustainability accounting, *Journal of Accounting and Management*, № 07, pp. 13-26.
4. Rezaee Z. (2015), *Business sustainability: Performance, Compliance, Accountability and Integrated Reporting*, Greenleaf Publishing Limited, US.
5. Maksimova, V. F. and Kuzina, R. V. (2015), Deiaki pytannia formuvannia skladu finansovykh i nefinansovykh pokaznykiv intehrovanoi zvitnosti, *Naukovyj visnyk Mukachivs'koho derzhavnoho universytetu*. Ser. : Ekonomika, vol. 2(1), pp. 243-249.
6. Baryshnikova, O. (2016), Mekhanizm formuvannia ta oblikove zabezpechennia sotsial'noi skladovoi zvitnosti staloho rozvytku, *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalters'koho obliku, kontroliu i analizu*, № 2-3(35), pp. 3-24.
7. Ozeran, A. V. (2018), Zvit kerivnytstva: sutnist', struktura ta mistse u systemi finansovoi zvitnosti sub'iekta hospodariuvannia, *Ekonomika i suspil'stvo*, vol. 18, pp. 983-993.
8. Bezverkhyj, K. V. and Panteleiev, V. P. (2018), Konsolidovanyj zvit pro upravlinnia. Novatsii upravlins'koi praktyky zvituvannia, *Naukovyj visnyk Natsional'noi akademii statystyky, obliku ta audytu: zb. nauk. pr.*, №1-2, pp. 37-46.
9. Novichenko, L. S. (2018), Aktual'ni pytannia formuvannia Zvitu pro upravlinnia pidpriemstvom, *Ekonomichnyj analiz*. Tom 28, № 4, pp. 258-264.
10. Ministerstvo finansiv Ukrainy (2018), *Metodychni rekomendatsii zi skladannia zvitu pro upravlinnia*, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0982201-18>.
11. European Commission (2013), Directive 2013/34/ EU on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings, available at: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2013/34/oj>.
12. European Commission (2014), Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council amending Directive 2013/34/EU as regards disclosure of non-financial and diversity information by certain large undertakings and groups, available at: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL-/?uri=CELEX:32014L0095>.
13. European Commission (2017), Guidelines on non-financial reporting (methodology for reporting non-financial information), available at: [https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX:52017XC0705\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=CELEX:52017XC0705(01)).
14. Zvit zi staloho rozvytku korporatsii "Obolon" za 2015 rik (2019), available at: <http://obolon.ua/en/corporate-responsibility/social-reporting>.
15. The official site of AB In Bev (2019), AB In Bev 2017 Annual Report, available at: https://www.ab-inbev.com/content/dam/universaltemplate/ab-inbev/investors/reports-and-filings/annual-and-hy-reports/2018/03/AB_InBev_2017_Annual_Report_complete_032218.pdf.
16. The official site of TCFD (2019), Task Force on Climate-related Financial Disclosures: Status Report, available at: <https://www.fsb-tcf.org/publications/tcf-2018-status-report/>.
17. The official site of KPMG (2019) The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting, available at: <https://home.kpmg.com/xx/en/home/campaigns/2017/10/survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.html>.

Стаття надійшла до редакції 03 березня 2019 р.

УДК 657. 633 : 657.471 : 637.1

Вовчик Н. Л.,

аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПОБУДОВИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ВИТРАТ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті розкрито відмінності у тлумаченнях внутрішнього аудиту і внутрішнього контролю та визначено їхнє функціональне призначення у системі управління підприємством. Внутрішній контроль розглянуто як засіб створення інформаційного забезпечення системи менеджменту, призначеного для прийняття своєчасних й ефективних управлінських рішень. Визначено основні структурні елементи системи внутрішнього контролю молокопереробних підприємств, його мету та завдання, спрямовані на встановлення достовірності інформації, відображеної у первинних документах, облікових реєстрах та звітності. Організаційно процес внутрішнього контролю витрат молокопереробних підприємств розділено на окремі послідовні стадії (початкову, дослідну, завершальну, моніторингову), кожна з яких включає ряд етапів із виконанням на них відповідних контрольних процедур. Запропоновано для досягнення мети внутрішнього контролю витрат діяльності використовувати ефективні методичні прийоми: документальні, фактичні, розрахунково-аналітичні, узагальнення й реалізації результатів контролю.

Ключові слова: внутрішній контроль, внутрішній аудит, організація, стадія, методи, витрати.

Vovchik N. L.,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF EXPENDITURES INTERNAL CONTROL OF MILK PROCESSING ENTERPRISES

Abstract. The article reveals the differences in the interpretation of internal audit and internal control and their functional purpose in the enterprise's management system is determined. Internal control is considered as a tool for creating information support of management system, elaborated to make timely and effective management decisions. The basic structural elements of the internal control system of milk processing enterprises, its purpose and tasks, aimed at achievement the reliability of the information reflected in the primary documents, accounting registers and reporting, are determined. Organizationally, the process of expenditures internal control of milk processing enterprises is divided into separate consecutive stages (initial, experimental, final, monitoring), each of which includes a number of stages with the implementation of appropriate control procedures. It is proposed to use effective methodical approaches for achieving the goal of internal control over operating expenditures: documentary, factual, accounting and analytical, generalization and implementation of control results.

Key words: internal control, internal audit, organization, stage, methods, expenditures.

JEL Classification: C82; L29; L66; M41

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-17>

Постановка проблеми. Організація і методики контролю витрат, пов'язаних із виробництвом молочних продуктів, на сьогодні є достатньо важливою і не до кінця дослідженою ділянкою контрольної функції управління. Вирішення назрілих проблем децю ускладнюється через численні зміни законодавства, застосування різних підходів

до обліку витрат та калькулювання собівартості молочної продукції. З врахуванням цього під час удосконалення методики контролю витрат потрібно зосередитися на можливості отримання об'єктивної інформації, необхідної для ефективного управління виробничими витратами підприємства. З метою уникнення непродуктивних та підтвердження

достовірності понесених витрат потрібно посилити результативність внутрішнього контролю, у процесі організації та методиці проведення якого важливо врахувати зміни у нормативно-правовому регулюванні та структурі виробничо-господарських процесів молокопереробних підприємств, що відбулися останнім часом.

Загалом осучаснення системи внутрішнього контролю витрат орієнтоване на створення повноцінної і надійної інформаційної бази, необхідної для прийняття управлінських рішень усіма категоріями користувачів. Механізми контролю виробничих витрат, які використовуються на практиці, часто не виключають випадків спотворення показників собівартості продукції, а, відповідно, й результатів діяльності та реального фінансового стану підприємства. З урахуванням цього актуалізуються питання розробки сучасних і більш дієвих засобів та процедур діагностики виробничих витрат, характерних для країн-членів Європейського співтовариства та інших цивілізованих країн світу, які забезпечуватимуть інформаційне контрольне підґрунтя для менеджменту підприємств. Особливо це важливо у нинішніх умовах, коли Україна прагне стати повноцінним членом європейської спільноти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання організації і методики контролю перебували в полі наукових інтересів багатьох вітчизняних вчених, зокрема таких як: М. Т. Білуха, Ф. Ф. Бутинець, Т. А. Бутинець, Н. Г. Виговська, Р. М. Воронко, Г. М. Давидов, А. Г. Загородній, Є. В. Калюга, М. Д. Корінько, А. М. Любенко, В. М. Мурашко, Л. В. Нападівська, В. П. Пантелєєв, О. А. Петрик, К. І. Редченко, В. С. Рудницький, О. І. Скаско та ін.

Значний внесок у розробку фундаментальних принципів та організаційно-методологічних засад контролю здійснили також зарубіжні вчені, зокрема: Р. Адамс, М. Альберт, В. Д. Андрєєв, Е. А. Аренс, І. А. Белобжецький, Дж. К. Лоббек, Е. Майєр, Дж. Робертсон тощо.

Разом з тим, оцінюючи вагомий науковий доробок вітчизняних і зарубіжних учених та практиків у вирішенні проблем, які стосуються функціонування системи внутрішнього контролю підприємства, з огляду на значні зміни чинного законодавства, потребують вирішення проблеми вдосконалення організації і методики внутрішнього контролю витрат підприємств із виробництва молочної продукції.

Постановка завдання. Метою дослідження є наукове обґрунтування і розробка організаційних заходів й ефективних методик внутрішнього контролю витрат, які можуть бути дієвими й актуальними в умовах запровадження формування багатоваріантної інформаційної бази для прийняття управлінських рішень в умовах наявних ресурсів і можливостей, а також для випадків невизначеності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз сучасної економічної літератури показав, що серед науковців немає чіткого розмежування термінів “внутрішній аудит” і “внутрішній контроль” з врахуванням того, що функції, які вони виконують, мають єдине спрямування. Водночас служби внутрішнього аудиту концентрують свою увагу на

дотриманні затверджених підприємством облікових правил, перевірки повноти і достовірності інформації бухгалтерського обліку, використаної для складання фінансової звітності. У зарубіжній практиці контролю використання категорії “внутрішній контроль” (“internal control”) асоціюється з оцінюванням ефективності системи внутрішнього контролю, яка включає багато елементів і охоплює всі організаційні взаємозв'язки підприємства. Щодо поняття “внутрішній аудит” (“internal audit”), то воно стосується у більшості випадків створення на підприємстві окремої служби внутрішнього аудиту із закріпленням її повноважень у спеціальному положенні про цю службу.

У міжнародних стандартах аудиту, зокрема МСА 610 “Розгляд роботи внутрішнього аудиту”, дано трактування внутрішнього аудиту як діяльності з оцінювання, яка організована в межах суб'єкта господарювання і яку виконує окремий відділ. Функції внутрішнього аудиту охоплюють, зокрема, перевірку, оцінювання та моніторинг адекватності й ефективності функціонування систем бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю [12].

У визначеннях окремих науковців наявне отождолення внутрішнього аудиту і внутрішнього контролю. Зокрема, С. М. Бичкова зазначає, що внутрішній аудит являє собою елемент системи внутрішнього контролю, організований керівництвом підприємства в цілях аналізу облікових та інших контрольних даних [3, с. 21]. Подібне до цього визначення внутрішнього аудиту дає А. С. Бакаєв, вважаючи, що це прийнята господарюючим суб'єктом в інтересах його учасників (засновників) та регламентована система контролю за підтриманням встановленого порядку ведення бухгалтерського обліку та отримання іншої інформації, виконанням прийнятих в організації програм та планів у відповідності до законодавства при здійсненні господарських операцій [2, с. 15].

В економічному енциклопедичному словнику дано визначення, що “аудит внутрішній – форма внутрішнього контролю за фінансово-господарською діяльністю підприємства, яку проводять штатні працівники, щоб допомогти керівникам ефективно виконувати свої функції. Основними завданнями внутрішнього аудиту є: 1) контроль за співвідношенням активів і пасивів підприємства; 2) підтвердження достовірності інформації, яку використовує керівництво для прийняття рішень; 3) аналіз ефективності системи внутрішнього контролю; 4) оцінка якості інформації, яку надають управлінські структури, тощо” [9, с. 33].

Щодо внутрішнього контролю, то при розгляді його суті також відсутня єдина позиція, яка б визначала це поняття, оскільки науковці не завжди вказують, яким чином можна забезпечити ефективність його здійснення. Акцентуючи увагу на меті й завданнях внутрішнього контролю, багато науковців характеризують його як систему спостереження і перевірки процесу функціонування певного об'єкта з метою забезпечення додержання законності та встановлення відхилень від заданих параметрів [5, 11, 13].

Інша частина науковців розглядає внутрішній контроль як контрольні функції чи процедури, що здійснюються власниками у відповідності до чинного законодавства й інших документів [1, 4].

Окремі вчені вважають внутрішній контроль системою спостереження та перевірки відповідності процесу функціонування об'єкта управління прийнятим управлінським рішенням і встановлення результатів управлінського впливу на керований об'єкт [7, 10, 14].

Спільною характеристикою у визначеннях більшої частини вчених є те, що внутрішній контроль трактується як інструмент управління з безперервним процесом, який здійснюється власниками, керівниками, обліковими, фінансовими, економічними та іншими функціональними чи спеціалізованими підрозділами підприємства з метою перевірки достовірності, законності, доцільності й ефективності використання всіх видів ресурсів у процесі фінансово-господарської діяльності та відповідності функціонування об'єкта управління прийнятим управлінським рішенням. Завданням внутрішнього контролю є своєчасне виявлення відхилень і недоліків та розробка заходів щодо їх усунення й недопущення у майбутньому.

Внутрішній контроль зосереджується на створенні інформаційного забезпечення системи менеджменту, необхідного для прийняття своєчасних й ефективних управлінських рішень, спрямованих на окремі види діяльності підприємства, структурні одиниці та їх працівників. Тому заслуговує на увагу визначення, що внутрішній контроль – це система спостереження і перевірки законності та економічної доцільності здійснення господарських операцій, збереження та раціонального використання всіх видів ресурсів, виконання працівниками своїх функціональних обов'язків з метою своєчасного виявлення недоліків та застосування заходів щодо їх усунення шляхом управлінського впливу на керований об'єкт, запобігання кризовим явищам і забезпечення ефективного ведення бізнесу [6, с. 377].

Для визначення сфери застосування контролю загалом і внутрішнього контролю зокрема доцільно звернутися до характеристик, які надають їм стандарти INTOSAI. За цими стандартами термін “контроль” (“control”) асоціюється з аналізом та оцінкою діяльності особами, які є частиною структури, відповідальною за цю діяльність. А термін “внутрішній контроль” (“internal control”) ідентифікується як інтегрований процес, який здійснюється керівництвом об'єкта та персоналом і створюється щодо ризиків і забезпечення раціональної гарантії того, що у виконанні місії об'єкта було досягнуто такі загальні цілі: діяльність проводилася належно, етично, економічно, ефективно та результативно, виконувалися зобов'язання щодо відповідальності, було дотримано відповідні закони та регуляторні акти, а також ресурси було захищено від втрат, неправильного використання і пошкодження [8, с. 33-34].

Спрямування економічного розвитку економіки України у напрямку інтеграції в європейське і світове співтовариство вимагає узгодження національного законодавства з міжнародними принципами і правилами ведення бізнесу. Все це у повній

мірі стосується і гармонізації з кращою міжнародною практикою організаційно-методологічних засад контролю. Через це важливе значення мають вивчення й оцінка передового зарубіжного досвіду щодо наукового й нормативно-правового визначення внутрішнього контролю та практичної його організації.

Дослідження показують, що країни з розвинутою ринковою економікою більше уваги приділяють впровадженню ефективних механізмів контролю, в яких чітко визначені принципи його дії, елементи, середовище, повноваження та відповідальність суб'єктів із спрямуванням на створення гнучких моделей контролю для забезпечення потреб управлінського персоналу [8, с. 36].

Маючи ряд відмінностей, внутрішній контроль і внутрішній аудит є важливими взаємопов'язаними між собою елементами загальної системи контролю, оскільки дієва система внутрішнього контролю створює умови запобігання недолікам у процесі проведення операцій та сприяє підвищенню ефективності господарської діяльності. А це дає змогу сконцентрувати зусилля служби внутрішнього аудиту на вирішенні інших важливих контрольних завдань – забезпеченні достовірності показників фінансової звітності, оцінці фінансового стану підприємства, управління ризиками тощо. Тому чітке розмежування функцій внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту буде запобігати їхньому дублюванню і повинно бути передбачено у внутрішніх регламентах підприємства (положеннях, інструкціях, рекомендаціях).

Система внутрішнього контролю молокопереробних підприємств включає внутрішній контроль і внутрішній аудит як його форму, основні структурні елементи яких зображені на рис. 1.

Внутрішній контроль має рекомендаційний характер і організовують його за згодою власників й вищого керівництва, виходячи з економічної доцільності та фінансових можливостей підприємства. Разом з тим, дослідження діяльності молокопереробних підприємств показало, що у випадку відсутності служб внутрішнього контролю вони втрачають можливість оперативно відслідковувати і попереджувати різні правопорушення, забезпечувати економічну доцільність здійснення господарських операцій, запобігати нарахуванню фінансових санкцій.

Базове призначення внутрішнього контролю згідно з європейськими нормами полягає у відповідальності керівництва за раціональне управління та стабільний розвиток підприємства у цілому. Для забезпечення цього керівництво здійснює організацію і планування діяльності, побудову раціональної структури системи внутрішнього контролю, моніторинг функціонування цієї системи та управління ризиками для отримання достатньої впевненості у тому, що мета і стратегічні цілі діяльності підприємства будуть досягнуті, а управлінські рішення, у тому числі і щодо розпорядження фінансовими ресурсами, будуть виконуватися з дотриманням принципів законності, прозорості, ефективності, економічності та результативності.



Рис. 1. Основні елементи системи внутрішнього контролю молокопереробних підприємств*

*Джерело: розроблено автором

Для оцінки надійності функціонування та ефективності системи внутрішнього контролю та виконання інших завдань нами запропоновано створювати на середніх і великих підприємствах молокопереробної галузі службу внутрішнього контролю (аудиту) із закріпленням її прав та обов'язків у відповідному положенні про цю службу. Така служба повинна мати безпосереднє підпорядкування власнику (керівництву) підприємства та бути незалежною щодо економічних, облікових, збутових та інших його підрозділів. Лише за таких умов можуть бути гарантовані ефективна робота та реальний результат діяльності служби внутрішнього контролю (аудиту).

Внутрішній контроль витрат є важливим з позиції оцінювання законності їх здійснення та дотримання чинного законодавства з метою уникнення фінансових санкцій у випадку заниження фінансового результату до оподаткування через завищення величини непродуктивних витрат, віднесених до собівартості продукції (робіт, послуг). Відсутність такого контролю може спричинити погіршення фінансового становища підприємства.

Метою внутрішнього контролю витрат діяльності молокопереробних підприємств є встановлення достовірності інформації щодо законності, об'єктивності, повноти показників, відображених у первинних документах, облікових реєстрах та звітності, які характеризують витрачання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Основними завданнями внутрішнього контролю витрат є:

- підтвердження законності здійснення, правильності визнання, оцінки й документування витрат діяльності;
- встановлення достовірності фіксації даних про витрати в інформаційній обліковій системі;
- відстеження взаємозв'язків між витратами, обсягами діяльності й фінансовими результатами та порядку відображення цих показників у внутрішній і зовнішній звітності підприємства;
- створення повного та якісного інформаційного забезпечення для проведення економічного аналізу витрат та прийняття ефективних управлінських рішень щодо витрачання ресурсів.

Внутрішній контроль є важливою функцією управління витратами молокопереробних підприємств і найбільшу результативність та ефективність від діяльності служби внутрішнього контролю можна отримати за умови системного підходу до організації цього контролю.

Для забезпечення ефективного і своєчасного виконання завдань внутрішнього контролю витрат необхідно вибудувати раціональний підхід до організації і методики цього контролю. Сам процес внутрішнього контролю передбачає узгоджену послідовність контрольних дій, які здійснюються для досягнення поставленої мети. Організаційно процес внутрішнього контролю витрат молокопереробних підприємств передбачає поділ на окремі послідовні стадії – початкову, дослідну, завершальну, моніторингову. На кожній з цих стадій застосовуються певні процедури для впорядкування процесу контролю і методичні прийоми для

вивчення об'єкта дослідження, які у сукупності визначають методику внутрішнього контролю.

Виходячи з цього і враховуючи специфіку діяльності підприємств молокопереробної галузі, нами запропоновано організаційно-методичну концепцію внутрішнього контролю витрат, зображену на рис. 2.

На початковій стадії відбувається здійснення ряду організаційних дій, спрямованих на встановлення цільового спрямування внутрішнього контролю витрат, визначення суб'єктів і об'єктів, інформаційного забезпечення й програмно-методичних підходів до його проведення. У зв'язку з цим початкову стадію ще називають організаційною і вона включає такі етапи:

- визначення мети внутрішнього контролю (виявлення достовірності облікової і звітної інформації щодо оцінки, реєстрації та віднесення витрат до відповідних об'єктів обліку);

- постановка завдань внутрішнього контролю (запобігання незаконним та економічно недоцільним витратам підприємства, забезпечення раціонального використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, контроль за збором, узагальненням та систематизацією інформації про витрати в обліку й звітності, формування якісних та своєчасних даних для прийняття управлінських рішень щодо витрат);

- встановлення суб'єктів внутрішнього контролю та їх повноважень (суб'єкти організації внутрішнього контролю (власники або уповноважені ними органи, вище керівництво), суб'єкти здійснення внутрішнього контролю (керівники виробничих, облікових, економічних, контрольно-аналітичних підрозділів та їх працівники);

- ідентифікація об'єктів внутрішнього контролю (дотримання вимог нормативно-правових актів у процесі здійснення витрат; правильність фіксації даних про витрати у первинних документах; підтвердження фактів використання ресурсів підприємства з дотримання встановлених норм і правил; правильність розподілу і групування витрат за видами продукції та розрахунку фактичної собівартості готових виробів; раціональність методики синтетичного та аналітичного обліку витрат; достовірність показників щодо витрат у внутрішній й фінансовій звітності);

- підготовка інформаційного забезпечення внутрішнього контролю витрат (нормативно-правове (законодавчі акти, інструктивні матеріали, які визначають правила визнання, оцінки й обліку витрат та калькулювання собівартості); фактографічне (планові і нормативні показники за витратами, первинні документи з відображення виникнення витрат та їх розподілу, облікові реєстри; внутрішня і фінансова звітність про здійснені витрати та аналітичні довідки; документи результатів раніше проведеного зовнішнього і внутрішнього контролю витрат));

- підбір методичних прийомів внутрішнього контролю витрат (документальні (нормативно-правова, формальна, логічна, арифметична, зустрічна і взаємна перевірка), фактичні (анкетування, спостереження, інвентаризація, службове розслідування),

розрахунково-аналітичні (економічний аналіз, статистичні розрахунки), узагальнення й реалізації результатів контролю);

- підготовка класифікатора типових порушень під час здійснення та відображення витрат;

- розробка програми внутрішнього контролю витрат (визначення переліку контрольних процедур, часу на їх здійснення та виконавців).

Дослідна стадія внутрішнього контролю витрат включає безпосереднє використання методичних прийомів і здійснення контрольних процедур, спрямованих на створення достатньої доказової бази щодо законності їх здійснення, раціональності облікової політики, правильності документування й достовірності відображення в обліку і звітності. Через це дану стадію ще називають методичною. Етапами дослідної стадії є такі:

- вивчення установчих, розпорядчих документів та облікової політики підприємства щодо витрат;

- перевірка первинних документів, які підтверджують виникнення витрат;

- інвентаризація наявних ресурсів та встановлення порядку їх витрачання;

- контроль правильності синтетичного та аналітичного обліку витрат;

- встановлення достовірності даних про витрати в управлінській і фінансовій звітності;

- виявлення фактів порушень та відхилень від нормативно-правових й внутрішніх регулятивних актів щодо визнання, документування, відображення витрат в обліку і звітності.

На завершальній стадії здійснюються групування та узагальнення отриманих результатів контролю витрат, аналітичні розрахунки й оцінки з метою відображення їх у підсумковому документі контролю (акті). Важливою на цій стадії є розробка механізмів усунення недоліків і відхилень. Тому основними етапами завершальної або результативної стадії внутрішнього контролю витрат є:

- групування проміжних результатів контролю витрат у робочих документах;

- аналітична оцінка, встановлення причин й винуватців виявлених недоліків та відхилень щодо витрат і їх впливу на фінансово-господарську діяльність підприємства;

- узагальнення результатів контролю витрат та підготовка підсумкового документа (акта);

- розробка та реалізація заходів, спрямованих на усунення недоліків і відхилень.

Щодо моніторингової стадії, то вона передбачає спостереження за процесом ліквідації порушень та недоліків і виконання заходів, розроблених за підсумками контролю. До етапів моніторингової стадії відносяться:

- моніторинг процесу усунення виявлених порушень та недоліків;

- наступна перевірка виконання заходів, прийнятих за підсумками контролю витрат щодо профілактики і недопущення порушень і відхилень у майбутньому.

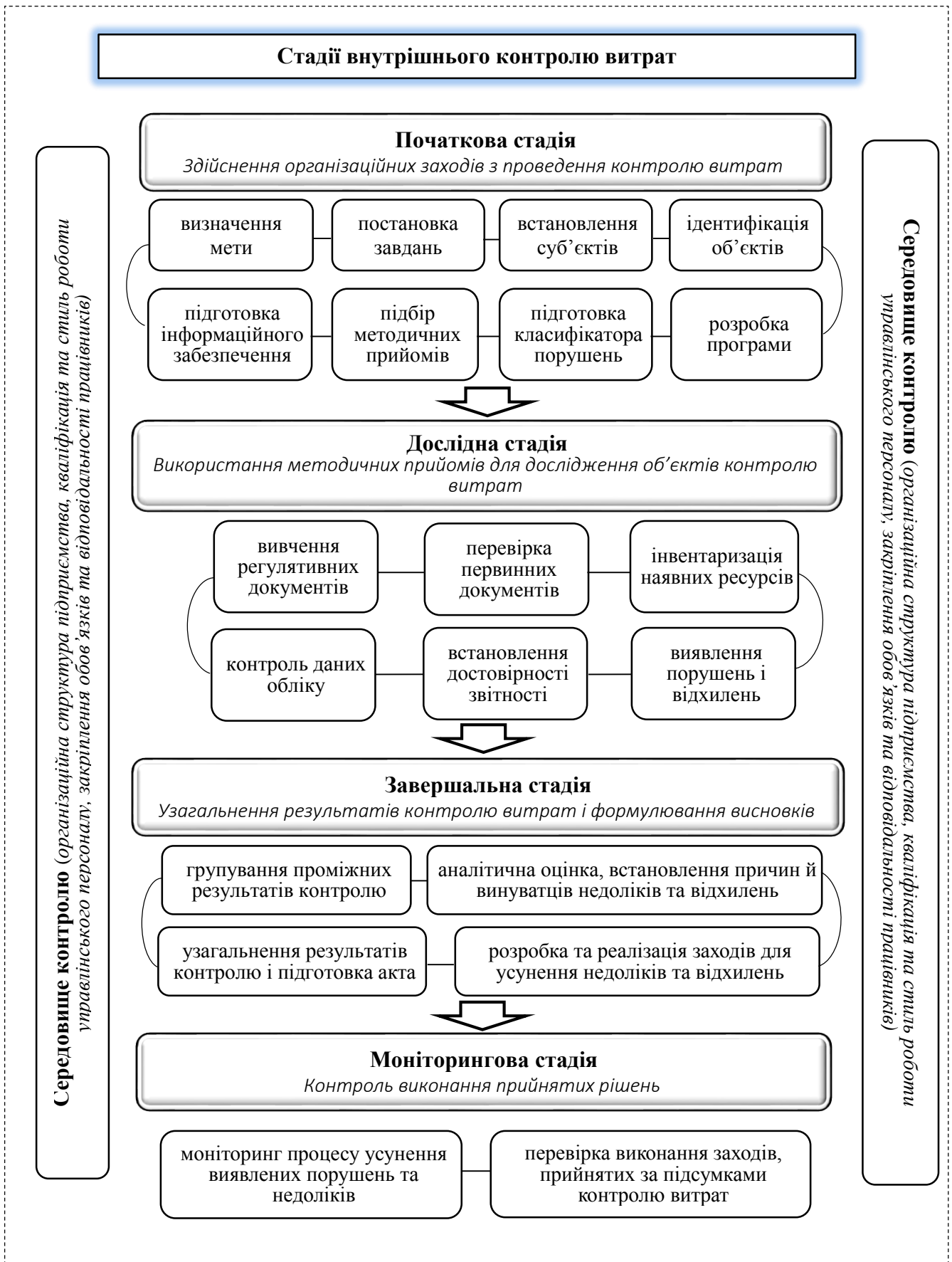


Рис. 2. Організаційно-методична концепція внутрішнього контролю витрат молокопереробних підприємств*

*Джерело: розроблено автором

Організація внутрішнього контролю витрат молокопереробних підприємств передбачає ряд процедур, які зазначаються у програмі:

- визначення переліку нормативно-правових актів, які регулюють питання обліку і контролю витрат діяльності;
- перевірка правильності фіксації витрат у первинних документах, їх подальшого накопичення та списання;
- встановлення правильності здійснення обліку фактичних витрат і подальшого включення їх до собівартості продукції (робіт, послуг) згідно з обраним на підприємстві методом обліку витрат та калькулювання;
- перевірка обґрунтованості прийнятого на підприємстві методу калькулювання;
- встановлення раціональності обраного методу розподілу непрямих витрат та відповідності його прийнятій обліковій політиці;
- вивчення правильності та ефективності процесу планування величини прямих витрат, що зараховуються до собівартості продукції (робіт, послуг) та вибору ставок розподілу накладних витрат;
- перевірка правильності нагромадження, розподілу і списання загальновиробничих витрат;
- встановлення правильності відображення адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат;
- перевірка правильності накопичення й списання витрат фінансової, інвестиційної діяльності та від надзвичайних подій;
- підтвердження законності й правильності бухгалтерського обліку операцій, пов'язаних із витратами діяльності;
- встановлення повноти, правильності і достовірності відображення інформації про витрати діяльності у звітності підприємства.

Методика внутрішнього контролю витрат молокопереробних підприємств полягає у здійсненні контрольних процедур з метою отримання даних про відхилення у витрачаннях ресурсів, встановлення причин відхилень та відповідальних за це виконавців, визначення наступних дій для усунення причин відхилень та розробки заходів, спрямованих на нормалізацію виробничих процесів.

В якості методів внутрішнього контролю витрат молокопереробних підприємств використовують прийоми, які дають змогу встановити правильність документування понесених витрат із дотриманням при цьому юридичних, формальних, логічних, арифметичних й інших вимог при їх оформленні. Фактичні методи забезпечують перевірку реальної наявності сировини і матеріалів, спостереження за процесом використання їх у виробництві молочної продукції, а також розслідування фактів відхилень від норм і зловживань. *Розрахунково-аналітичні прийоми* дають змогу виявити певні закономірності у поведінці витрат, встановити фактори впливу на них (економічний аналіз) з метою оптимізації витрат та розробки моделей (економіко-математичні методи) їх прояву в умовах прогнозованого випуску

продукції й оцінки ризиків внутрішнього й зовнішнього середовища. *Узагальнення результатів контролю та систематизація виявлених недоліків здійснюється з метою складання акта перевірки, розробки заходів із профілактики порушень і зловживань, прийняття управлінських рішень і контролю за їх виконанням.*

Таким чином, процес організації внутрішнього контролю витрат діяльності молокопереробних підприємств передбачає ряд послідовних етапів, які стосуються раціонального планування й проведення контрольних заходів, спрямованих на перевірку правильності відображення в обліку і звітності підприємства інформації про витрати діяльності зі складанням підсумкового документа та наданням рекомендацій керівництву щодо їх оптимізації. Послідовне застосування методичних процедур внутрішнього контролю витрат забезпечує виконання визначених для нього завдань, які стосуються встановлення достовірності та економічної доцільності фактів витрачання ресурсів підприємства.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, розглянута організаційно-методична концепція внутрішнього контролю витрат передбачає вдосконалення організаційних заходів та контрольних процедур щодо підконтрольних об'єктів зі сторони суб'єктів контролю за визначеним алгоритмом дій. Це дає змогу раціонально використовувати час на проведення внутрішнього контролю операцій, пов'язаних із витрачанням ресурсів, оперативно реагувати на відхилення від визначених норм та правил і впроваджувати дієві механізми запобігання порушенням та недолікам у процесі господарювання.

Ефективність внутрішнього контролю витрат потрібно оцінювати не стільки за інтенсивністю контрольних заходів, проведених працівниками цієї системи, та кількістю виявлених недоліків і сум завданих через них збитків, як за спроможністю менеджерів різних рівнів запобігати таким негативним явищам через механізми превентивних заходів. Тому важливим напрямом досліджень є розробка і вдосконалення методів оцінки ефективності системи внутрішнього контролю за умов поточної діяльності та моделювання стратегії розвитку підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреев В. Д. Внутренний аудит / В. Д. Андреев. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 464 с.
2. Бакаев А. С. Бухгалтерские термины и определения / А. С. Бакаев. – М. : Бухгалтерский учет, 2002. – 160 с.
3. Бычкова С. М. Аудиторская деятельность. Теория и практика / С. М. Бычкова. – СПб. : Лань, 2000. – 318 с.
4. Бутинець Т. А. Внутрішній контроль: суть і зміст / Т. А. Бутинець // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – Житомир, 2008. – № 2(44). – С. 31-42.

5. Бухгалтерський облік і контроль у контексті Бюджетного кодексу України : навч. посіб. / С. В. Свірко, І. О. Кондратюк, О. О. Дорошенко, Н. М. Старченко; [передм. Т. І. Єфименко]. – К. : ДННУ “Акад. фін. управління”, 2012. – 944 с.

6. Воронко Р. М. Внутрішній контроль як невід’ємна складова системи управління підприємств та організацій споживчої кооперації / Р. М. Воронко // Науковий вісник Ужгородського університету. – Ужгород : Видавництво УЖНУ “Говерла”, 2015. – Вип. 1 (45). Т. 2. – С. 376-381.

7. Гончарук Я. А. Аудит : навч. посіб. / Я. А. Гончарук, В. С. Рудницький. – [3-тє вид., перероб. і доповн.]. – К. : Знання, 2007. – 443 с.

8. Гуцаленко Л. В. Внутрішньогосподарський контроль : навч. посіб. / Л. В. Гуцаленко, М. М. Коцупатрий, У. О. Марчук. – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 496 с.

9. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. Т. 1 / С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, О. А. Устенко, С. І. Юрій; [за ред. С. В. Мочерного]. – Львів : Світ, 2005. – 616 с.

10. Загородній А. Г. Облік і аудит : термінологічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Г. О. Партин. – Львів : Центр Європи, 2002. – 671 с.

11. Корінько М. Д. Контроль та аналіз діяльності суб’єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, організація : монографія / М. Д. Корінько. – К. : ДП “Інформ-аналіт. агентство”, 2007. – 429 с.

12. Міжнародний стандарт аудиту 610 “Використання результатів роботи внутрішнього аудитора” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minfin.gov.ua.

13. Мурашко В. М. Контроль і ревізія фінансово-господарської діяльності : навч. посіб. / В. М. Мурашко, Т. М. Сторожук. – К., Ірпінь : Академія ДПС України, 2001. – 311 с.

14. Нападівська Л. В. Внутрішньогосподарський контроль в ринковій економіці : монографія / Л. В. Нападівська. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2000. – 224 с.

REFERENCES

1. Andreev, V. D. (2003), *Vnutrennyj audyt, Fynansy y statystyka*, Moscow.

2. Bakaev, A. S. (2002), *Bukhhalterskiye termyny y opredeleniya*, Bukhhalterskiy uchet, Moscow.

3. Bychkova, S. M. (2000), *Audytorskaia deiatel'nost'*. Teoriya y praktyka, SPb.

4. Butynets, T. A. (2008), *Vnutrishnij kontrol': sut' i zmist*, Visnyk Zhytomyr'skoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Ekonomichni nauky, vol. 2(44), pp. 31-42.

5. Svirko, S. V. (2012), *Bukhhalters'kiy oblik i kontrol' u konteksti Biudzhethnoho kodeksu Ukrainy* : navch. posib., Akad. fin. upravlinnia, Kyiv.

6. Voronko, R. M. (2015), *Vnutrishnij kontrol' iak nevid'iemna skladova systemy upravlinnia pidpriemstv ta orhanizatsij spozhyvchoi kooperatsii*, Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu, vol. 1 (45), pp. 376-381.

7. Honcharuk, Ya. A. (2007), *Audyt* : navch. posib., [3 nd ed], Znannia, Kyiv.

8. Hutsalenko, L. V. (2014), *Vnutrishn'ohospodars'kiy kontrol'* : navch. posib., Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv.

9. Mochernyj, S. V. (2005), *Ekonomichnyj entsyklopedychnyj slovnyk*, Svit, L'viv.

10. Zahorodnij, A. H. (2002), *Oblik i audyt* : terminolohichnyj slovnyk, Tsentr Yevropy, L'viv.

11. Korin'ko, M. D. (2007), *Kontrol' ta analiz diial'nosti sub'iektiv hospo-dariuvannia v umovakh ii dyversyfikatsii: teoriia, metodolohiia, orhanizatsiia* : monohrafiia, DP “Inform.-analit. ahentstvo”, Kyiv.

12. Mizhnarodnyj standart audytu 610 “Vykorystannia rezul'tativ roboty vnutrishn'oho audytora”, available at : <http://www.minfin.gov.ua>.

13. Murashko, V. M. (2001), *Kontrol' i reviziia finansovo-hospodars'koi diial'nosti* : navch. posib., Akademiia DPS Ukrainy, Kyiv.

14. Napadov's'ka, L. V. (2000), *Vnutrishn'ohospodars'kiy kontrol' v rynkovij ekonomitsi* : monohrafiia, Nauka i osvita, Dnipropetrovs'k.

Стаття надійшла до редакції 18 січня 2019 р.

УДК 657.471.7

Курак А. І.,
аспірант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МАЙБУТНІХ ВИТРАТ І ПЛАТЕЖІВ: МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВОГО ВІДОБРАЖЕННЯ

***Анотація.** В умовах нестабільності економічної ситуації проблема управління підприємницьким ризиком є постійною в діяльності будь-якого підприємства. Діяльність суб'єктів господарювання ринкової економіки ведеться в умовах ризику і саме це зумовлює застосування забезпечень майбутніх витрат і платежів як інструментів управління ризиками діяльності підприємства. Дієвим інструментом реагування на зміни економічного середовища функціонування підприємства виступає ризик-менеджмент. Важливу роль в інформаційному забезпеченні управління ризиками відіграє система бухгалтерського обліку та фінансової звітності. У статті досліджено та проаналізовано класифікаційні ознаки забезпечень майбутніх витрат і платежів; методичні підходи до їх облікового відображення та запропоновано напрями їх удосконалення. Зроблено висновок, що наявність системи управління ризиками на підприємстві дасть можливість ідентифікувати наявні ризики, визначити рівень небезпеки та, застосовуючи певні методи і техніку управління ризиками, зменшити їх негативний вплив на фінансово-господарську діяльність підприємства.*

Ключові слова: бухгалтерський облік, підприємство, витрати і платежі, ризики, управління.

Kurak A.I.,
Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

PROVISION OF FUTURE EXPENDITURES AND PAYMENTS: METHODOLOGICAL ASPECTS OF ACCOUNTING DISPLAY IMPROVEMENT

***Abstract.** In the conditions of instability of the economic situation, the problem of managing business risk is constant in the activity of any enterprise. The activities of economic entities of a market economy are conducted in risk conditions and this precisely determines the use of provisions of future costs and payments as tools for managing the enterprise's risks. An effective tool for responding to changes in the company's functioning economic environment is risk management. An important role in the information provision of risk management is played by the system of accounting and financial reporting. The article studies and analyzes the classification features of the provision of future costs and payments as well as methodical approaches to their accounting display and directions of their improvement are offered. It is concluded that the existence of a risk management system at an enterprise enables identification of existing risks, determination of the danger level and, using certain methods and techniques of risk management to reduce their negative impact on the financial and economical activity of the enterprise.*

Key words: accounting, enterprise, costs and payments, risks, management.

JEL Classification: H22; M41; G39; D81

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-18>

Постановка проблеми. В умовах нестабільності економічної ситуації проблема управління підприємницьким ризиком є постійною в діяльності будь-якого підприємства. Враховуючи зазначене, правильна оцінка ситуації і вибір методу управління, спрямовані на зниження ризику, є дуже важливими інструментами в досягненні економічних цілей і бажаного результату.

Діяльність суб'єктів господарювання ринкової економіки ведеться в умовах ризику і саме це зумовлює застосування забезпечень майбутніх витрат і платежів як інструментів управління для забезпечення стійкості підприємницької діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання обліку забезпечень майбутніх витрат і платежів підприємства досліджували такі вітчизняні науковці: Т. Б. Бутинець, Ю. А. Верига,

Н. М. Воськало [1], С. І. Головацька [2-3], О. А. Зоріна, М. О. Козлова [6], П. О. Куцик, М. М. Орищенко, О. О. Пархомчук [10], В. С. Терещенко [12-13], Ю. Д. Чацкіс, Л. В. Чижевська, І. Й. Яремко та інші.

Постановка завдання. Наявність проблемних питань у частині особливостей облікового відображення операцій із формування і використання резервів майбутніх витрат і платежів у розрізі його видів та недостатня врегульованість законодавчих рекомендацій зумовлюють актуальність теми дослідження. Мета дослідження – дослідити чинні методичні підходи до обліку забезпечень майбутніх витрат і платежів та сформулювати напрями їх удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дієвим інструментом реагування на зміни економічного середовища функціонування підприємства виступає ризик-менеджмент, що визначається як сукупність управлінських дій інтегрованого характеру, спрямованих на виявлення, аналіз і регулювання ризиків.

Важливу роль в інформаційному забезпеченні управління ризиками відіграє система бухгалтерського обліку та фінансової звітності. В межах облікових методів у нейтралізації або зменшення негативного впливу підприємницьких ризиків на фінансові результати діяльності підприємства особлива роль належить створенню забезпечень майбутніх витрат і платежів.

Забезпечення – зобов'язання з невизначеними сумою або часом погашення на дату балансу [9]. Наявне нормативно-законодавче регулювання обліку та відображення у звітності забезпечень потребує подальшого вдосконалення щодо визначення сутності забезпечень, організаційно-методичних засад їх створення та використання та розкриття інформації у звітності підприємства.

Облік забезпечень регулюється національним П(С)БО 11 “Зобов'язання” [9], МСБО 37 (IAS) 37 “Забезпечення, умовні зобов'язання та умовні активи” [8], а також МСБОДС 19 “Забезпечення, непередбачені зобов'язання та непередбачені активи”.

На підставі проведеного критичного аналізу праць вітчизняних науковців [11] сучасний стан методики обліку операцій формування забезпечень можна охарактеризувати як незадовільний через:

- недостатню розробленість у нормативній базі України умов формування забезпечень (відсутні межі кількісної оцінки ризиків та ймовірності погашення підприємством зобов'язання, для забезпечення якого воно створюється);

- відсутність методів розрахунку сум відрахувань на створення (поповнення) забезпечень витрат і платежів;

- відсутність форм первинних документів для розрахунку величин усіх видів забезпечень;

- законодавчу неврегульованість і різноманіття наукових підходів до порядку відображення операцій формування забезпечень у системі бухгалтерських рахунків підприємств.

Для узагальнення інформації про рух коштів у діючому Плані рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій для обліку забезпечень передбачений балансовий пасивний рахунок 47 “Забезпечення майбутніх витрат і платежів”, який має вісім субрахунків: 471 “Забезпечення виплат відпусток”, 472 “Додаткове пенсійне страхування”, 473 “Забезпечення гарантійних зобов'язань”, 474 “Забезпечення інших витрат і платежів”, 475 “Забезпечення призового фонду (резерв виплат)”, 476 “Резерв на виплату джек-поту, не забезпеченого сплатою участі у лотереї” і 477 “Забезпечення матеріального заохочення”, 478 “Забезпечення відновлення земельних ділянок”.

Однак удосконалення класифікаційних ознак забезпечень майбутніх витрат і платежів та їх вплив на побудову обліку і сьогодні залишаються актуальними у наукових працях вітчизняних вчених. У зв'язку з наявністю тенденцій погіршення екологічної ситуації в Україні та з метою рівномірного відображення витрат на проведення природоохоронних заходів у бухгалтерському обліку В. С. Терещенко [12] пропонує створення спеціального джерела їх фінансування, до існуючої системи облікових резервів додати резерв майбутніх витрат на охорону навколишнього середовища. На думку Н. І. Петренко та О. О. Пархомчук, така позиція вченого є досить обґрунтованою і, на нашу думку, заслуговує на своє впровадження у практику діяльності підприємств України [10].

В. С. Терещенко [12] також пропонує впровадження в практику українських промислових підприємств резерву витрат на проведення ремонтів основних засобів, який сприятиме: рівномірному включенню витрат у поточні витрати звітного періоду або у собівартість виробленої підприємством продукції; вирішенню проблеми недостатності джерел фінансування ремонтних робіт; покращенню стану матеріально-технічної бази промислових підприємств і, як наслідок, зростанню продуктивності праці, підвищенню ефективності суспільного виробництва в цілому.

Терещенко В. С. для узагальнення зазначеної інформації запропоновано до синтетичного рахунку 47 “Забезпечення майбутніх витрат і платежів” відкривати субрахунки 478 “Забезпечення майбутніх витрат на охорону навколишнього середовища” і 479 “Забезпечення майбутніх витрат на ремонт власних основних засобів” [12]. Згодом автор зауважив, що недоцільне введення зайвої деталізації, і запропонував облік резерву майбутніх витрат на ремонт основних засобів вести на субрахунок 474 “Забезпечення інших витрат і платежів” з необхідним виділенням у робочому плані рахунків субрахунків 474.1 “Забезпечення майбутніх витрат на поточний ремонт основних засобів” і 474.2 “Забезпечення майбутніх витрат на капітальний ремонт основних засобів” [13].

М. О. Козлова [6] пропонує до існуючих субрахунків додати ще 478 “Резерв під знецінення вкладень в цінні папери” та 479 “Резерв майбутніх витрат на ремонт власних основних засобів”.

М. М. Орищенко пропонує відкривати аналітичні субрахунки в межах субрахунку 473 “Резерв на гарантійний ремонт та обслуговування”, а саме 4731 “Резерв на гарантійний ремонт” та 4732 “Резерв на гарантійне обслуговування”. Вважаємо, що такий варіант є допустимим для практичного застосування підприємствами, проте не досить доцільним, оскільки мова йде про види робіт, яким властивий один і той же характер.

Н. І. Петренко та О. О. Пархомчук [10] пропонують балансовий рахунок 47 “Забезпечення майбутніх витрат і платежів” перейменувати на “Резерви майбутніх витрат і платежів”; змінити назви субрахунків з відповідними кодами на: 471 “Резерв майбутніх виплат відпусток персоналу”; 472 “Резерв на додаткове пенсійне страхування”, 473 “Резерв на гарантійний ремонт і обслуговування (гарантійних зобов’язань)”; 474 “Резерв наступних витрат на реструктуризацію”; 477 “Резерв на матеріальне заохочення працівників”; 479 “Резерв наступних витрат на виконання зобов’язань щодо обтяжливих контрактів”.

Автори вважають також, що включення резерву наступних виплат на виконання зобов’язань щодо обтяжливих контрактів та резерву наступних витрат на реструктуризацію до одного субрахунку є недоцільним, тому пропонують виділити два субрахунки: окремо для обліку операцій, пов’язаних з формуванням резерву наступних витрат на реструктуризацію (субрахунок 474) і окремо для обліку операцій, пов’язаних з формуванням резерву наступних витрат на виконання зобов’язань щодо обтяжливих контрактів (субрахунок 479).

Оскільки у фінансовій звітності забезпечення відображаються у Балансі (Звіті про фінансовий стан) за двома розділами: Розділ II Пасиву “Довгострокові забезпечення і зобов’язання” та Розділ III Пасиву “Поточні забезпечення і зобов’язання”, на думку Н. М. Воськало [1] для правильного складання фінансової звітності, необхідно проводити додаткові вибірки та групування забезпечень на поточні та довгострокові, які відображені на рахунку 47 “Забезпечення майбутніх витрат і платежів”. Для усунення такого перегрупування автор пропонує до кожного субрахунку рахунку 47 “Забезпечення майбутніх витрат і платежів” ввести додаткові аналітичні рахунки з поділом на поточні та довгострокові забезпечення. Н. М. Воськало [1] стверджує, що, враховуючи те, що у Балансі (Звіті про фінансовий стан) забезпечення відображаються у розрізі поточних та довгострокових, доцільно вести їх облік шляхом відкриття аналітичних рахунків до кожного субрахунку рахунку 47 “Забезпечення майбутніх витрат і платежів”: 47X.1 “Забезпечення ...: поточне”, 47X.1 “Забезпечення ...: довгострокове”. Запропоновані зміни та доповнення підвищать аналітичність обліку забезпечень та покращать групування інформації для формування фінансової звітності.

Проаналізувавши наукові позиції вітчизняних і зарубіжних вчених, можна стверджувати, що внаслідок багаторазових змін і доповнень сучасний балансовий рахунок 47 “Забезпечення майбутніх

витрат і платежів” не має чіткої логічної побудови. Оскільки основним призначенням звітності є надання повної і достовірної інформації для потреб зовнішніх і внутрішніх користувачів, підтримуємо позицію Н. М. Воськало щодо необхідності формування необхідного облікового інструментарію щодо акумулювання окремої інформації про довгострокові і поточні забезпечення майбутніх витрат і платежів, однак при визначенні структури балансового рахунку 47 “Забезпечення майбутніх витрат і платежів”, та розглядаючи забезпечення майбутніх витрат і платежів як інструмент управління ризиками необхідним вважаємо врахування вимог чинного законодавства та впливу інших за сутністю чинників (соціальної та екологічної спрямованості бізнесу, наявних ризиків діяльності тощо).

Згідно із Законом України “Про бухгалтерський облік і фінансову звітність” [5] та Методичних рекомендацій зі складання Звіту про управління у складі не фінансової інформації зазначеного звіту за напрямом “Ризики” рекомендується наводити інформацію про політику підприємства щодо управління операційними та фінансовими ризиками (ринковий ризик, кредитний ризик, ризик ліквідності) з описом їхнього впливу на діяльність підприємства.

Виходячи із запропонованої класифікації забезпечень, наша авторська позиція полягає у наступному складі субрахунків рахунку 47 “Забезпечення майбутніх витрат і платежів”:

– 470 “Довгострокові забезпечення майбутніх витрат і платежів”:

– 4701 “Довгострокові забезпечення соціального призначення” (забезпечення страхування життя і здоров’я працівників; медичного страхування працівників освіти, навчання та підвищення кваліфікації працівників; охорони прав людини; витрат на охорону праці; на додаткове пенсійне страхування; на боротьбу з хабарництвом і корупцією; інші забезпечення соціального призначення);

– 4702 “Довгострокові забезпечення екологічного призначення” (забезпечення на охорону і захист навколишнього середовища; системи екологічного управління; проектування екологічних продуктів і процесів; на утилізацію відходів; на відновлення земельних ділянок; інші забезпечення соціального призначення);

– 4703 “Забезпечення комерційних ризиків” (забезпечення довгострокових гарантійних зобов’язань; на покриття витрат від обтяжливих контрактів; на реструктуризацію підприємства; інфляційних ризиків; оцінки активів за справедливою вартістю; депозитного (відсоткового) ризику; на покриття витрат від регулювання господарських спорів; призового фонду та виплату джек-поту, не забезпеченого сплатою участі у лотереї; порушення фінансової рівноваги та платоспроможності; на покриття витрат надзвичайних ситуацій та форс-мажорних обставин; інші забезпечення комерційних ризиків);

– 4704 “Забезпечення валютних ризиків”;

– 4705 “Забезпечення інвестиційних ризиків” (забезпечення ризику капіталу портфельного ризику;

знецінення фінансових інвестицій; зниження доходності фінансових інвестицій; інші забезпечення інвестиційних ризиків);

– 4706 “Інші довгострокові забезпечення”;

– 479 “Поточні забезпечення майбутніх витрат і платежів” (резерв виплат відпусток; резерв матеріального заохочення; резерв поточних гарантійних зобов’язань; забезпечення втрат від знецінення оборотних активів; забезпечення оцінки активів за справедливою вартістю; забезпечення втрат на реструктуризацію підприємства; інші поточні забезпечення майбутніх витрат і платежів).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Сучасне розуміння процесу управління ризиком як частини стратегічного управління підприємством передбачає, що ця система повинна органічно інтегруватися в планування та управління підприємством. Наявність системи управління ризиками на підприємстві дасть можливість ідентифікувати наявні ризики, визначити рівень небезпеки та, застосовуючи певні методи і техніку управління ризиками, зменшити їх негативний вплив на фінансово-господарську діяльність підприємства.

За допомогою запропонованої системи рахунків узагальнення інформації щодо забезпечень майбутніх витрат і платежів підвищуватиме якість інформаційного забезпечення менеджменту з метою прийняття ефективних рішень в управлінні ризиками підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Воськало Н. М. Особливості обліку та відображення у звітності інформації про забезпечення відповідно до національних та міжнародних стандартів, а також Податкового кодексу України / Воськало Н. М., Карий О. І., Воськало В. І. // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія: Менеджмент і підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2017. – № 862. – С. 55-60.

2. Головацька С. І. Методичні аспекти обліково-інформаційного забезпечення ризик-орієнтованого управління будівельним підприємством / Головацька С. І. // Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць. – Львів : ЛТЕУ, 2018. – Вип. 23.

3. Головацька С. І. Організаційні аспекти забезпечення ризиків діяльності підприємства за міжнародними стандартами / Головацька С. І., Курак А. І. // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2017. – № 10 (252).

4. Дем’яненко С. С. Особливості обліку забезпечень відповідно до національних та міжнародних стандартів обліку та звітності / С. С. Дем’яненко // Глобальні та національні проблеми економіки [Електронне наукове фахове видання]. – 2015. – № 5 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/200.pdf>.

5. Закон України “Про бухгалтерський облік” від 5 жовтня 2017 року №2164 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1560-12.

6. Козлова М. О. Облік і контроль процесу резервування (на прикладі діяльності великих промислових підприємств України): дис... канд. екон. наук: 08.06.04 / М. О. Козлова. – К., 2006. – 203 с.

7. Лоханова Н. О. Проблеми обліку забезпечень в системі управління економічною стійкістю підприємств / Н. О. Лоханова // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. – 2014. – Т. 19, Вип. 2(6). – С. 77-81.

8. МСБО 37 “Забезпечення, умовні зобов’язання та умовні активи” (IAS 37); Стандарт, Міжнародний документ від 01.01.2012 [Електронний ресурс] / Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_051.

9. П(С)БО 11 “Зобов’язання” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_045.

10. Петренко Н. І. Удосконалення обліку резервів майбутніх витрат і платежів / Петренко Н. І., Пархомчук О. О. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Users/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%87%D0%BA%D0%B0/Downloads/44105-88766-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%87%D0%BA%D0%B0/Downloads/44105-88766-1-PB%20(3).pdf).

11. Предко І. Ю. Формування резервів майбутніх витрат і платежів в обліково-контрольному забезпеченні як один із шляхів зниження ризиків діяльності підприємств в умовах кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21-DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Oif_apk_2016_3_6.

12. Терещенко В. С. Забезпечення майбутніх платежів як джерело покриття витрат на ремонт основних засобів і його бухгалтерський облік / В. С. Терещенко // Економіка промисловості. – 2011. – № 1. – С. 213-219.

13. Терещенко В. С. Бухгалтерський облік забезпечень майбутніх витрат і платежів: теорія та методика: дис... канд. екон. наук: 08.00.09 / В. С. Терещенко. – Київ, 2008.

REFERENCES

1. Vos'kalo, N. M. Karyy, O. I. and Vos'kalo, V. I. (2017), Osoblyvosti obliku ta vidobrazhennya u zvitnosti informatsiyi pro zabezpechennya vidpovidno do natsional'nykh ta mizhnarodnykh standartiv, a takozh Podatkovoho kodeksu Ukrayiny, Visnyk Natsional'noho universytetu “L'vivs'ka politehnika”. Seriya: Menedzhment i pidpryyemnytstvo v Ukrayini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku. № 862, s. 55-60.

2. Holovats'ka, S. I. (2018), Metodychni aspekty oblikovo-informatsynoho zabezpechennya ryzyk-oriyentovanoho upravlinnya budivel'nym pidpryyemstvom,

Torhivlya, komertsiya, pidpryyemnytstvo : zbirnyk naukovykh prats', LTEU, Lviv, vyp. 23.

3. Holovats'ka, S. I. and Kurak, A. I. (2017), Orhanizatsiyni aspekty zabezpechennya ryzykiv diyal'nosti pidpryyemstva za mizhnarodnymy standartamy, Naukovyy visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu. – Nauky: ekonomika, politolohiya, istoriya, № 10 (252).

4. Dem'yanenko, S. S. (2015), Osoblyvosti obliku zabezpechen' vidpovidno do natsional'nykh ta mizhnarodnykh standartiv obliku ta zvitnosti, Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky : [Elektronne naukove fakhove vydannya]. – № 5, available at : <http://global-national.in.ua/archive/5-2015/200.pdf>.

5. Zakon Ukrainy "Pro bukhhalters'kyi oblik" vid 5 zhovtnya 2017 roku №2164, available at : [zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg= 1560-12](http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=156012).

6. Kozlova, M. O. (2006), Oblik i kontrol' protsesu rezervuvannya (na prykladi diyal'nosti velykykh promyslovykh pidpryyemstv Ukrainy): dys... kand. ekon. nauk: 08.06.04, K., 203 s.

7. Lokhanova, N. O. (2014), Problemy obliku zabezpechen' v systemi upravlinnya ekonomichnoyu stiykisty pidpryyemstv, Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu. Seriya : Ekonomika. — T. 19, Vyp. 2(6), s. 77-81.

8. MSBO 37 "Zabezpechennya, umovni zobov'yazannya ta umovni aktyvy" (IAS 37); Standart, Mizhnarodnyy dokument vid 01.01.2012 / Ofitsiynyy

veb-portal Verkhovna Rada Ukrainy, available at : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_051.

9. P(S)BO 11 "Zobov'yazannya", available at : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_045.

10. Petrenko, N. I. and Parkhomchuk, O. O. Udoskonalennya obliku rezerviv maybutnikh vytrat i platezhiv, available at : [file:///C:/Users/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%87%D0%BA%D0%B0/Downloads/44105-88766-1-PB%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/%D0%9B%D0%B5%D1%81%D1%96%D1%87%D0%BA%D0%B0/Downloads/44105-88766-1-PB%20(3).pdf)

11. Predko, I. YU. Formuvannya rezerviv maybutnikh vytrat i platezhiv v oblikovo-kontrol'nomu zabezpechenni yak odyin iz shlyakhiv znyzhennya ryzykiv diyal'nosti pidpryyemstv v umovakh kryzy, available at : http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgi-irbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21-ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILE=&S21STR=Oif_apk_2016_3_6.

12. Tereshchenko, V. S. (2011), Zabezpechennya maybutnikh platezhiv yak dzherelo pokryttya vytrat na remont osnovnykh zasobiv i yoho bukhhalters'kyi oblik, Ekonomika promyslovosti, № 1, s. 213-219.

13. Tereshchenko, V. S. (2008), Bukhhalters'kyi oblik zabezpechen' maybutnikh vytrat i platezhiv: teoriya ta metodyka: dys.. kand. ekon. nauk: 08.00.09, Kyiv

Стаття надійшла до редакції 02 березня 2019

p

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

УДК 336.717

Черкасова С. В.,

ORCID ID: 0000-003-1956-4992, Researcher ID: F-5490-2019,

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

Дмитрига Т. О.,

магістрант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

РОЗВИТОК БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ ЯК МЕХАНІЗМУ ФІНАНСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Анотація. У статті визначені тенденції розвитку банківського кредитування в Україні у 2013-2017 рр. Зазначено, що повільні темпи зростання банківського кредитного портфеля призвели до зменшення вагомості банківського кредитування у фінансуванні економічного зростання. Відзначені недостатні обсяги банківського кредитування споживчих потреб населення. Незначною є роль вітчизняних банків у фінансуванні капітальних інвестицій. Авторами запропоновані заходи щодо активізації банківського кредитування в країні для підвищення його ролі у процесах фінансування економічного зростання. Серед них: збільшення обсягів кредитування підприємств реального сектора економіки та інноваційних підприємств, малого та середнього бізнесу, здешевлення кредитів за рахунок податкових пільг та створення фондів гарантування повернення позик на засадах державно-приватного партнерства.

Ключові слова: кредит, банк, банківське кредитування, кредитний портфель, кредитний механізм фінансування економічного зростання.

Cherkasova S. V.,

ORCID ID: 0000-003-1956-4992, Researcher ID: F-5490-2019,

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

Dmutruga T. O.,

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

DEVELOPMENT OF BANK LENDING AS A MECHANISM FOR ECONOMIC GROWTH FINANCING

Abstract. The article determines the tendencies of bank lending development in Ukraine in 2013-2017. It is noted that slow growth rates of the bank loan portfolio led to decrease of significance of bank lending in economic growth financing. The insufficient amounts of bank lending for consumer needs is highlighted. The role of domestic banks in financing capital investments is insignificant. The authors proposed measures to enhance bank lending in the country in order to increase its role in the processes of economic growth financing. Among them: an increase in lending to enterprises operating in the real sector of the economy and to innovative enterprises, small and medium-sized businesses as well as loans cheapening at the expense of tax privileges and the creation of funds to guarantee the repayment of loans on the basis of public-private partnership.

Key words: credit, bank, bank lending, loan portfolio, credit mechanism of economic growth financing

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-57-19>

Постановка проблеми. Необхідною умовою економічного зростання є достатній обсяг фінансових ресурсів, що використовуються суб'єктами господарювання для забезпечення розширеного відтворення. В системі фінансування економічного зростання окремо розглядають такі найбільш важливі механізми, як бюджетне фінансування, банківське кредитування та залучення фінансових ресурсів за допомогою випуску цінних паперів. В українських реаліях в умовах дефіцитності бюджетних коштів і недостатнього розвитку фондового ринку банківському кредитуванню відводиться особливо важлива роль в цих процесах. Важливість банківського кредитування зумовлена ще й тим, що фінансове посередництво в Україні сформоване за банкоцентричною моделлю, за якої банкам належить головна роль у залученні, акумуляції та перерозподілі вільних капіталів.

Втім, як засвідчує практика, вітчизняні банки не виконують в повній мірі завдання фінансування економічного зростання як за допомогою традиційного кредитування, так і інших механізмів надання фінансових ресурсів, що використовуються у банківській практиці. Це вимагає вивчення особливостей, тенденцій та проблем банківського кредитування на сучасному етапі розвитку економіки України та розробки рекомендацій, що дозволять активізувати кредитну діяльність банків та більш ефективно використовувати кредитний потенціал банківської системи для потреб розвитку суб'єктів економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням удосконалення практики кредитної діяльності банків приділяється особлива увага в наукових колах. Дослідження різних аспектів банківської кредитної діяльності містяться в роботах О. Вовчак [1], М. Диби [3], В. Колодізева [2], Л. Примостки [3] та ін. Більшість наукових публікацій на цю тему присвячено вивченню проблем у банківському кредитуванні з огляду на негативні наслідки системної кризи у банківській системі, недоліки застосовуваних механізмів обмеження кредитних ризиків, недосконалості державного регулювання банківської кредитної діяльності в Україні.

Проте в умовах обмеженості внутрішніх інвестиційних ресурсів для забезпечення прискорення розвитку національної економіки питання вдосконалення банківського кредитування в контексті збільшення його обсягів та підвищення ефективності не втрачають своєї актуальності і потребують подальшого дослідження.

Постановка завдання. Відповідно до обраного напрямку дослідження поставлено завдання: визначити тенденції розвитку банківської кредитної діяльності у вітчизняній практиці, оцінити вплив банківського кредитного механізму на забезпечення економічного зростання та запропонувати можливі шляхи активізації банківського кредитування в країні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кредитування як найбільш важливий традиційний напрям банківської діяльності на макрорівні забезпечує завдання фінансування розвитку національної економіки. Банківські установи є найбільш крупними фінансовими інститутами в складі фінан-

сової системи країни. Ними нагромаджений найбільший обсяг ресурсів, які можуть бути спрямовані через механізм банківського фінансування в інвестиційну сферу. Здійснивши залучення коштів багатьох власників заощаджень як у депозитний, так і у емісійний спосіб, банки набувають статусу колективного інвестора, який прагне найбільш ефективно розмістити залучені ресурси. Сучасна практика функціонування вітчизняного фінансового ринку дозволяє банкам здійснювати розміщення залучених ресурсів за допомогою двох основних механізмів: кредитування та придбання ефективних цінних паперів.

У сучасних реаліях кредитування залишається основним способом розміщення банківського капіталу. Вкладення коштів в інструменти фондового ринку займає другорядну роль в активних операціях вітчизняних банків, хоча останніми роками набуває більшої вагомості у банківських стратегіях. Зазвичай банківські установи активно збільшують вкладення в цінні папери у періоди зниження попиту на кредитні ресурси, і навпаки, вилучають кошти з цінних паперів, коли попит на кредити зростає.

Відносно новим напрямом діяльності банків, як відповідь на розвиток фінансової інфраструктури, є створення ними фондів колективних інвестицій та подальше їх управління. В світовій практиці досить поширеними є фонди банківського управління. Регламентація діяльності таких фондів в нашій країні забезпечується Законом України "Про проведення експерименту в житловому будівництві на базі холдингової компанії "Київміськбуд" № 1674-III від 20.04.2000 р. [4]. Банки можуть створювати дитячі фонди, пенсійні фонди пайового типу та пенсійні фонди з визначеною винагородою [4].

Законом України "Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла та операціях з нерухомістю" № 978-IV від 19.06.2003 р. передбачена можливість для банків створювати фонди фінансування будівництва (ФФБ) та фонди операцій з нерухомістю (ФОН) [5]. У спосіб створення таких фондів банки одержали можливість залучати кошти довірительів для забезпечення фінансування спорудження об'єктів житлової чи іншої нерухомості та подальшого проведення операцій з цими об'єктами в інтересах об'єднаної групи інвесторів – учасників таких фондів. Значений механізм дозволяє забезпечити ефективне розміщення ресурсів банків в об'єктах нерухомості з подальшим управлінням ними. Проте такі нові напрями діяльності банків у країні залишаються ще недостатньо розвиненими, що вимагає вдосконалення основного виду їх активних операцій – кредитування.

На початок 2018 р. обсяг сукупних чистих активів банків в Україні становив 1336,4 млрд грн, а кредитного портфеля – 1036,7 млрд грн. Протягом останніх п'яти років вітчизняним банкам у сукупності вдалося лише незначно наростити обсяги активних операцій та надання кредитних послуг (рис. 1). Так, чисті активи банків за 2013-2017 рр. зросли лише на 4,5 %, а обсяг кредитного портфеля – на 13,8 %. Співвідношення активів вітчизняних банків до ВВП за п'ятирічний період знизилося з 87,8 % в 2013 р. до 44,8 % в 2017 р., а кредитного портфеля до ВВП – з 62,6 % до 34,8 %.

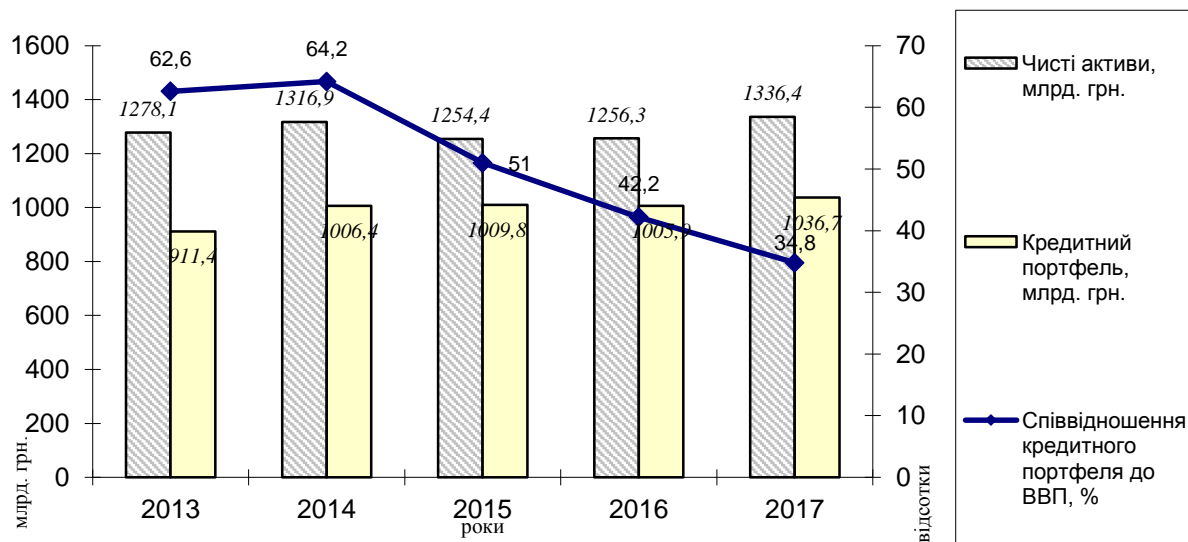


Рис. 1. Розміри сукупних чистих активів та кредитного портфеля вітчизняних банків у 2013-2017 рр. *

* Розраховано і побудовано за [6; 7]

Вартісне вираження кредитного портфеля банків в 2014-2016 рр. при достатньо високих інфляційних процесах у країні практично не змінювалось і лише за результатами 2017 р. відбулося незначне збільшення цього показника у порівнянні з попереднім роком на 3,1 %.

Порівняння річних темпів приросту ВВП країни й обсягу кредитного портфеля банків (рис. 2) дає підстави зробити висновок, що банківське кредитування мало позитивний вплив на забезпечення процесів економічного зростання лише в 2013-2014 рр., коли темпи нарощування кредитного портфеля в

річному вираженні були вищими за темпи приросту ВВП.

Починаючи з 2015 р., річні темпи зростання ВВП значно перевищують річні показники нарощування банківського кредитного портфеля, що є свідченням залучення інших джерел фінансування економічного розвитку. В 2016 р. мало місце зменшення банківського кредитного портфеля, тоді як ВВП зріс на 20,4 %. Продовження процесів зростання ВВП значно вищими темпами, ніж банківського кредитного портфеля, мало місце і в 2017 р.



Рис. 2. Річні темпи приросту ВВП і сукупного обсягу кредитного портфеля вітчизняних банків в Україні у 2011-2017 рр.*

* Розраховано за [6]

Розглянуті процеси характеризують зниження вагомості кредитної діяльності в активних операціях банків і, відповідно, зменшення впливу механізму банківського кредитування на економічне зростання. Останніми роками невикористані кредитні ресурси банки стали більш активно спрямовувати в цінні папери, сприяючи більшому поширенню фондового механізму фінансування господарської діяльності та фінансуванню дефіциту Державного бюджету за рахунок придбання ОВДП.

Дослідження структури активних операцій банківських установ країни демонструє появу тенденції до зменшення питомої ваги кредитів в їх активах з 64,7 % в 2013 р. до 56,19 % в 2017 р. і, відповідно, зростання частки інвестицій у цінні папери з 9,82 % в 2013 р. до 23,08 % в 2017 р. [6].

Спеціалізація банківських установ на вкладеннях у цінні папери є не властивою для них в більшості країн світу. В деяких країнах банкам взагалі заборонено бути учасниками фондового ринку в якості інвесторів. У нашій країні тенденція до зростання активності банків на ринку цінних паперів свідчить про відсутність належного попиту на кредитні ресурси з боку суб'єктів економіки, дорожнечу кредитів, а також наявність проблем в механізмі реалізації банківських кредитних послуг.

При загальному зростанні кредитного портфеля вітчизняних банків на 13,8 % за 2013-2017 рр. більш динамічно зростали обсяги кредитних послуг, що були надані юридичним особам (зростання становило 23,7 %), тоді як обсяги кредитування фізичних осіб за цей період зросли лише на 1,8 %.

В структурі кредитного портфеля вітчизняних банків домінуючі позиції на сьогодні займають кредити, що надані суб'єктам господарювання (рис. 3).

Проте таке співвідношення позичальників у структурі кредитного портфеля є характерним не

для всіх українських банків. Так, в структурі кредитування ПАТ "КРЕДОБАНК" частка кредитів громадянам у 2017 р. займала 41,5 % і в періоді дослідження виявила тенденцію до зростання [8]. Такий стан речей свідчить про необхідність розробки вітчизняними банками більш виваженої та продуманої кредитної політики на ринку кредитування фізичних осіб.

На сьогодні банківські кредити в цілому залишаються занадто дорогими і недоступними кредитними інструментами для населення. Цей чинник сприяє активному розвитку кредитної діяльності небанківських фінансових установ, зокрема ломбардів та кредитних фінансових компаній.

Ознакою сучасного етапу реалізації банківської кредитної діяльності є зменшення частки інвестиційних кредитів, спрямованих на фінансування капітальних вкладень у національній економіці.

При загальних процесах зростання обсягу капітальних інвестицій в національній економіці, починаючи з 2015 р., показник обсягу банківських інвестиційних кредитів не виявив тенденції до збільшення.

Найбільший обсяг банківських кредитів на фінансування інвестицій в основний капітал був досягнутий у 2013 р., становивши 40,9 млрд грн (табл. 1). За період 2014-2017 рр. значення цього показника скоротилося майже наполовину і становило в 2017 р. 21,8 млрд грн. Відповідно, частка банківських інвестиційних кредитів у структурі джерел фінансування капітальних інвестицій скоротилася з 15,3 % в 2013 р. до 5,3 % в 2017 р., тобто практично втричі. Мало місце і зниження частки інвестиційних кредитів, що мають довгостроковий характер, у кредитному портфелі вітчизняних банків з 4,5 % в 2013 р. до 2,1 % в 2017 р.



Рис. 3. Структура кредитного портфеля вітчизняних банків у 2013-2017 рр. за категоріями позичальників, % *

*Побудовано за даними [6]

Частка банківських інвестиційних кредитів у структурі джерел фінансування капітальних інвестицій в Україні у 2013-2017 рр.

Показники	Роки (станом на 31.12 відповідного року)					Темп приросту, %	
	2013	2014	2015	2016	2017	2017/2013	2017/2016
Капітальні інвестиції в національній економіці, млн грн	267728	204061,7	251154,3	326163,7	412812,7	54,2	26,6
Інвестиційні кредити банків на фінансування капітальних інвестицій, млн грн	40878,3	17992,3	18299,5	23249,5	21826,9	-46,6	- 6,1
Частка банківських кредитів в джерелах фінансування капітальних інвестицій, %	15,3	8,8	7,3	7,1	5,3	-65,4	-25,4
Частка інвестиційних кредитів в кредитному портфелі банків, %	4,5	1,8	1,8	2,3	2,1	-53,3	- 8,7

* Складено за [6; 7]

Зазначені процеси негативно характеризують розвиток банківського кредитування стосовно фінансування капітальних вкладень. В умовах пріоритетної ролі банків у фінансовій системі країни негативні тенденції у розвитку банківського кредитування суттєво обмежують обсяги інвестиційних ресурсів, необхідних для розширеного відтворення економіки, а відтак безпосередньо гальмують темпи її зростання.

Фінансування реальних інвестицій у банківській практиці в сучасних умовах продовжує скорочуватись, що вимагає від держави розробки дієвих механізмів та інструментів регулюючого впливу на банківську кредитну діяльність, що забезпечать стимулювання процесів повернення банків до активного кредитування реальних інвестицій суб'єктів економіки.

Великою проблемою, що стримує темпи розвитку вітчизняної банківської системи і кредитування, зокрема, є значний обсяг простроченої заборгованості за наданими позиками. На кінець 2017 р. загальний розмір простроченої заборгованості за наданими кредитами в банківській системі становив 595 млрд грн, або 54,5 % кредитного портфеля. У порівнянні з показником 2013 р. обсяг простроченої заборгованості за банківськими кредитами зріс у 8,5 рази. Якщо в 2013 р. лише кожний 14-й наданий кредит був простроченим, то тепер – кожний 2-й. Така ситуація породила системну кризу в банківській системі і ліквідацію близько половини функціонуючих банків у країні.

Приріст обсягу простроченої заборгованості розпочався з початку досліджуваного періоду і не припинився дотепер. Найбільший стрибок показника простроченої заборгованості за кредитами в системі відбувся протягом 2016 р. з 22,1 % на початку року до 53,7 % наприкінці року. В 2017 р. ця тенденція продовжилася, що негативно характеризує діяльність банків із відбору позичальників та управління проблемною заборгованістю.

За інформаційними матеріалами НБУ, на початок 2018 р. 51 % кредитів, наданих у національній валюті і 58,4 % в іноземній валюті, є непрацюючими, адже не використовуються за цільовим

призначенням і, відповідно, не створюють доданої вартості. Висока частка непрацюючих кредитів у банківській системі країни має негативний вплив на темпи економічного зростання та посилює кредитні ризики в діяльності банків.

На сьогодні в кредитній діяльності вітчизняних банків спостерігаються серйозні проблеми, які викликані кризовими явищами в суспільно-політичному житті країни, недосконалим менеджментом банківських кредитних операцій, прорахунками в оцінці кредитоспроможності одержувачів кредитних послуг, неефективною практикою мінімізації кредитних ризиків. Зазначені проблеми в комплексі привели до зменшення темпів нарощування обсягів банківських кредитних послуг, передусім за рахунок обмеження кредитування інвестицій в основний капітал та споживчих потреб населення. Негативний вплив на ліквідність банківських установ має суттєве збільшення частки наданих проблемних кредитів.

За підсумками 2017 р. негативний фінансовий результат в цілому по банківській системі перевищив 25 млрд грн. Головними чинниками, що зумовили його одержання, виступили значна частка прострочених та неповернених кредитів, що спричинили недержання банками передбачених процентних доходів, а також необхідність доформування останніми резервів за активними операціями. Найбільша сума збитку в періоді дослідження була одержана вітчизняними банками в 2016 р., розмір якого перевищив 158 млрд грн. До цього періоду, починаючи з 2014 р., збитки, в основному за рахунок кредитної діяльності, в банківській системі країни лише зростали.

При від'ємному фінансовому результаті у цілому по банківській системі окремі банки в Україні здійснюють прибуткову кредитну діяльність. Одним з таких банків є ПАТ "КРЕДОБАНК". При збитковій діяльності протягом 2013-2015 рр. у наступних двох роках аналізу банк вийшов із зони збитків і отримав позитивний фінансовий результат в 2016 р. у сумі 201050 тис. грн, а в 2017 р. – збільшив цей показник на 91,3 % до 384528 тис. грн (табл. 2).

**Процентні доходи, процентні витрати та результат діяльності
ПАТ “КРЕДОБАНК” у 2013-2017 рр.***

Назва показника	Роки					Темп приросту, %	
	2013	2014	2015	2016	2017	2017 /2013	2017 /2016
Процентні доходи, тис. грн – разом, з них:	419057	586521	903500	1304360	1533391	265,9	17,6
За кредитами юридичним особам	156667	283851	399259	573574	657599	319,7	14,6
За кредитами фізичним особам	98833	159093	232522	382190	593468	500,5	55,3
За кредитами банкам	1343	3572	16673	12311	6325	371,0	-48,6
Процентні витрати, тис. грн	272494	271852	342453	439713	457338	67,8	4,0
Чистий процентний дохід, тис. грн	146563	314669	561047	864647	1076053	634,2	24,4
Процентні доходи/ процентні витрати, %	53,8	115,8	163,8	196,7	235,3	337,4	19,6
Доходність портфеля, %	15,5	15,9	18,0	19,8	17,3	11,8	-12,6
Фінансовий результат, тис. грн	-330782	-285222	-85582	201050	384528	216,2	91,3

* Розраховано за [8]

Вихід на прибуткову діяльність ПАТ “КРЕДОБАНК” було забезпечено за рахунок випереджаючого зростання процентних доходів банку у порівнянні з процентними витратами. За 2013-2017 рр. процентні доходи банку зросли на 269,5 %, тоді як процентні витрати – на 67,8 %.

Збільшення процентних доходів ПАТ “КРЕДОБАНК” було одержано за кредитами, наданими усім категоріям позичальників, особливо значний приріст відбувся за кредитами громадянам. Значною мірою одержання позитивного фінансового результату досліджуваного банку в 2016-2017 рр. було зумовлено й більш ефективною кредитною політикою, за якої більша частина кредитів була забезпечена грошовими депозитами, об’єктами нерухомості або іншими активами.

Повільні темпи активізації банківського кредитування в країні, переважання в структурі кредитного портфеля короткотермінових кредитів, висока частка проблемних кредитів, а також високі ставки за банківськими кредитними послугами в цілому не сприяють зростанню темпів відновлення економіки та зниженню інфляції, що передусім можна забезпечити через кредитне стимулювання вітчизняного виробництва.

Посилення значення банківського кредитування в системі фінансування розвитку національної економіки стане можливим за рахунок переорієнтації банківських установ на кредитування підприємств реального сектора економіки, зокрема тих, що використовують надані кредити на модернізацію основних засобів, їх технічне переоснащення та інновації. Особливу роль в питаннях кредитування технологічного розвитку економіки мають відігравати державні банки.

Державі слід визначити найбільш важливі галузі та сектори національного господарства, розвиток

яких потрібно забезпечити за рахунок пільгового банківського кредитування. Зростання національної економіки може бути забезпечено й за рахунок активного використання банками зарубіжних практик довгострокового кредитування підприємств малого та середнього бізнесу і створення фондів гарантування кредитів на засадах державно-приватного партнерства. Важливим в цьому контексті є розвиток спеціалізованих кредитних установ, зорієнтованих на фінансування реалізації комерційних та інвестиційних проектів з тривалим терміном окупності з залученням коштів інвестиційних фондів та інших фінансових інститутів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проведене дослідження довело, що обсяги банківського кредитування в Україні на сьогодні є недостатніми для відновлення економічного зростання, а практика надання кредитних послуг банківськими установами є недосконалою, що зумовлює зростання обсягів проблемних і прострочених позик. Недосконалий механізм банківського кредитування в країні обмежує темпи економічного зростання та зменшує фінансові можливості для розвитку суб’єктів господарювання.

У сучасних умовах традиційна система фінансування економічної діяльності, якою є кредитування банків, є надто залежною від макроекономічних коливань і в кризові періоди не здатна виконувати покладені на неї функції, а тому вимагає вдосконалення, зростання ефективності й більшого наближення до потреб розвитку національної економіки та ринку.

Перспективи подальших досліджень пов’язані з визначенням стратегій розвитку банківської кредитної діяльності в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вовчак О. Кредит у системі макроекономічної рівноваги / О. Вовчак, М. Могилюницька, М. Хмелярчук // Вісник НБУ. – 2011. – № 2. – С. 28-33.
2. Колодізев О. М. Оптимізація кредитного портфеля банку за критеріями прибутковості, ризику та ліквідності / О. М. Колодізев, В. С. Буряк // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2015. – Вип. 1. – С. 19-27.
3. Регулювання діяльності банків в умовах глобальних викликів : монографія / [Л. О. Примостка, М. І. Діба, О. О. Чуб та ін. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. О. Примостки]. – К. : КНЕУ. 2012. – 459 с.
4. Про проведення експерименту в житловому будівництві на базі холдингової компанії “Київ-міськбуд” : Закон України № 1674-III від 20.04.2000 р. зі змінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла та операціях з нерухомістю : Закон України № 978-IV від 19.06.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
6. Основні показники діяльності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id.
7. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Офіційний сайт ПАТ КРЕДОБАНК [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://kredobank.com.ua>.
9. Про активізацію кредитування в Україні: Рішення Ради НБУ від 13.12.2017 р. № 59-рд [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bank.gov.ua>.
10. Петрушко Я. Р. Сучасний стан кредитної діяльності банків України / Я. Р. Петрушко // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2018. – № 1. – С. 97-103. – (Серія економічна).

REFERENCES

1. Vovchak, O. and Mogylynytska, M. and Xmelyarchuk, M. (2011), Kredyt u systemi makroekonomichnoyi rivnovagy, Visnyk NBU, № 2, s. 28-33.
2. Kolodizyev, O. M. and Buryak, V. S. (2015), Optyimizaciya kredytnogo portfelya banku za kryteriymy prybutkovosti, ryzyku ta likvidnosti, Finansovo-kredytna diyalnist: problemy teorii ta praktyky, vy p. 1, s. 19-27.
3. Prymostka, L. O. Dyba, M. I. and Chub, O. O. (2012), Reguluvannya diyalnosti bankiv v umovax globalnyx vyklykiv, Kyiv, KNEU, 459 s.
4. Pro provedennya eksperymentu v zhytlovomu budivnyctvi na bazi xoldyngovoyi kompaniyi "Kyivmiskbud", Zakon Ukrayiny # 1674-III vid 20.04.2000 r. zi zminamy, available at: <http://zakon.rada.gov.ua>.
5. Pro finansovo-kredytni mexanizmy i upravlinnya majnom pry budivnyctvi zhytla ta operaciyax z nerухomistyu, Zakon Ukrayiny # 978-IV vid 19.06.2003 r., available at: <http://zakon.rada.gov.ua>.
6. Osnovni pokaznyky diyalnosti bankiv Ukrainy, available at: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id.
7. Statystychna informaciya Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Oficijnyj sajt PAT KREDOBANK, available at: <https://kredobank.com.ua>
9. Pro aktyvizaciju kredytuvannya v Ukraini, Rishennya Rady NBU vid 13.12.2017 r. # 59-rd, available at: <http://bank.gov.ua>.
10. Petrushko, Ya. R. (2018), Suchasnyj stan kredytnoyi diyalnosti bankiv Ukrayiny, Naukovyj visnyk Lvivskogo derzhavnogo universytetu vnutrishnix sprav, Seriya ekonomichna, # 1, s. 97-103.

Стаття надійшла до редакції 22 січня 2019 р.

ВІСНИК
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 57

Літературний редактор – Муравицька Н. О.
Коректор – Мох О. П.

Комп'ютерний макет видавництва
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

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

Підписано до друку 26.03.2019 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
16,25 др. арк. 15,18 ум. др. арк. 13,04 облік. видавн. арк.
Тираж 300 прим. Зам. 58.

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.