

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ВИПУСК 58

ЛЬВІВ
ВИДАВНИЦТВО ЛЬВІВСЬКОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
2019

Вісник Львівського торговельно-економічного університету / [ред. кол.: Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2019. – Вип. 58. – 136 с. – (Економічні науки).

Збірник наукових праць

Випуск 58

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

Згідно з наказом МОН України № 1643 (Додаток 4) від 28.12.2019 вісник включено до Переліку наукових фахових видань України категорії “Б”.

Друкується за ухвалою Вченої ради Львівського торговельно-економічного університету. Протокол засідання Ради № 5 від 26 грудня 2019 року.

Редакційна колегія:

Куцик Петро Олексійович, к.е.н., проф. (головний редактор);
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);
Васильців Тарас Григорович, д.е.н., проф.;
Виноградова Олена Володимирівна, д.е.н., проф.;
Воронко Роман Михайлович, д.е.н., доц.;
Господаровіч Анджей, Dr.hab., As.Pr. (Республіка Польща);
Дайновський Юрій Анатолійович, д.е.н., проф.;
Копилюк Оксана Іванівна, д.е.н., проф.;
Лебедева Світлана Миколаївна, д.е.н., проф. (Республіка Білорусь);
Лупак Руслан Любомирович, д.е.н., доц.;
Мізюк Богдан Михайлович, д.е.н., проф.;
Міценко Наталія Григорівна, д.е.н., проф.;
Міщук Ігор Пилипович, д.е.н., проф.;
Полякова Юлія Володимирівна, д.е.н., доц.;
Редченко Костянтин Іванович, д.е.н., проф.;
Сафонов Юрій Миколайович, д.е.н., проф.;
Трут Ольга Олексіївна, д.е.н., доц.;
Флейчук Марія Ігорівна, д.е.н., проф.;
Черкасова Світлана Василівна, д.е.н., проф.;
Шавга Лариса Афанасьївна, д.е.н., проф. (Республіка Молдова);
Шевчук Віктор Олексійович, д.е.н., проф.;
Шимановська-Діанич Людмила Михайлівна, д.е.н., проф.

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

Видання індексується у наукометричних базах:

Ulrich's Periodicals, Index Copernicus, Google Scholar, World Cat

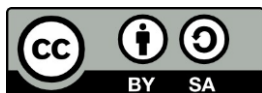
ISSN 2522-1205 (Print)

ISSN 2522-1213 (Online)

DOI: 10.36477/2522-1205

DOI: 10.36477/2522-1205-2019-58

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



© Львівський торговельно-економічний університет,
2019

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Куцик П. О. КООПЕРАТИВНО-ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРИНЦИПИ ТА ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСТВА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ.....	5
Крук С. М. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНОЇ МЕДИЦИНИ.....	18
Заярна Н. М., Процак І. І., Мармулевич В.-І. З. ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	26
Батьковець Г. А., Ляшук К. П. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	32
Беля А. Р. АДМІНІСТРАТИВНО-ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК РЕФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ.....	37
Гірняк Л. І., Глагола В. А. РОЗВИТОК КЕЙТЕРИНГУ ЯК ПЕРСПЕКТИВНОГО ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ	44
Нолук М. М. TOURISM INDUSTRY OF UKRAINE: CURRENT STATE, PROBLEMS OF DEVELOPMENT AND WAYS OF IMPROVEMENT.....	50
ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Міценко Н. Г., Іванова Б. В., Шаповалова Є. В. ФОРМУВАННЯ ЗБУТОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ.....	55
Куцик В. І., Кліпкова О. І., Амелін М. О. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	63
Ощипок І. М., Лоїк Г. Б. ІНФОРМАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА РЕГІОНУ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	69
Свидрук І. І., Турянський Ю. І. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ПІДРУНТЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	76
Вовчанська О. М., Іванова Л. О. МАРКЕТИНГОВЕ АНАЛІЗУВАННЯ РОЛІ І ЗНАЧЕННЯ ХОСТЕЛІВ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ.....	82
Колянко О. В. УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНИМИ КАНАЛАМИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	93
Матвійчук Т. В., Церклевич В. С., Коломієць О. М. ПСИХОЛОГІЯ СПОЖИВАЧІВ КАВИ І КОМПЕТЕНТНІСТЬ БАРИСТА.....	99

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Шевчик Б. М., Свінцов О. М., Кушлик Н. А.

МЕТАФІЗИКА НООЕКОНОМІКИ.....107

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Черкасова С. В., Басюк О. О.

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА В УКРАЇНІ.....115

Власюк Н. І., Чуй І. Р., Ковенська О. А.

ПРОБЛЕМИ ЗБАЛАНСУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ.....122

Андрейків Т. Я., Кицун С. М., Курят О. О.

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ
ЕКОНОМІКИ.....129

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

УДК 332.12; 334.732.4; 631.115.8

Куцик П. О.,
kutsykpetro@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5795-9704,
Researcher ID: G-9204-2019,
к.е.н., проф., ректор, Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів

КООПЕРАТИВНО-ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРИНЦИПИ ТА ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОСПОДАРСТВА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ

Анотація. Запропоновано кооперативно-інтеграційну модель організації господарства сільських територій в Україні як засобу для ефективного вирішення проблем їх самодостатності та забезпечення стійкого розвитку в умовах глобалізації, децентралізації та експансії крупних агрохолдингів. Аналіз, висновки і пропозиції щодо кооперативно-інтеграційного шляху розвитку здійснено для сільських територій в контексті аграрного сектора вітчизняної економіки, який визначає їх спеціалізацію в системі територіального поділу праці. В якості конкретних інструментів кооперативного (кооперативно-інтеграційного) механізму створення раціонального та ефективного господарства сільських територій, а відтак і їх сталого розвитку розглянуті місцеві агрокластери. Агрокластери визначені як інноваційні форми просторової організації продуктивних сил (в межах локальних територій великих або об'єднаних декількох невеликих сільських громад) на засадах ефективної галузевої (виробничої чи продуктової) спеціалізації та формування на цих територіях відповідних міжгалузевих мікрокомплексів, які, своєю чергою, здатні забезпечити вищі рівні створення доданої вартості, а відтак і подолання депресивності та сталий розвиток цих територій. Також агрокластери розглядаються як цивілізований та найбільш ефективний організаційно-економічний механізм залучення в обіг товарних ресурсів сільськогосподарської продукції домогосподарств сільських територій. Зроблено висновок, що місцеві агрокластери повинні розглядатися як одна зі стратегічних можливостей розвитку сільських територій, яку необхідно передбачити в стратегії регіонального розвитку України загалом і окремих сільських територій зокрема, і як дієвий та малозатратний інструмент реалізації цієї стратегії.

Ключові слова: сільські території, кооперація, інтеграція, кластери, місцеві агрокластери.

Kutsyk P. O.,
kutsykpetro@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5795-9704,
Researcher ID: G-9204-2019,
Ph.D., Professor, Rector, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

COOPERATIVE-INTEGRATING PRINCIPLES AND FORMS OF ORGANIZATION OF RURAL AREAS ECONOMY IN UKRAINE

Abstract. The cooperative-integration model of organization of rural areas economy in Ukraine as a mean for effective solution of problems of their self-sufficiency and ensuring sustainable development in the conditions of globalization, decentralization and expansion of large agroholdings is proposed. The analysis, conclusions and proposals on the cooperative-integration way of development were carried out for rural territories in the context of the agricultural sector of the domestic economy, which determines their specialization in the system of territorial division of labor force. Local agricultural agro-clusters are considered as specific instruments of the cooperative (cooperative-integration) mechanism for creating a rational and efficient economy in rural areas and therefore their sustainable development. Agro-clusters are defined as innovative forms of spatial organization of productive forces (within the local territories of large or united several small rural communities) on the basis of effective sectoral (production or product) specialization and formation in these territories of appropriate inter-sectoral micro-complexes, which in turn are capable of providing higher levels of added value, and thus the overcoming of depression and achieving the sustainable development of these territories. Also, agro-clusters are considered as civilized and the most effective organizational and economic mechanism for involvement in the turnover of agrarian commodity resources produced by

rural households. It is concluded that local agro-clusters should be considered as one of the strategic opportunities for rural territories development, which should be envisaged in the regional development strategy of Ukraine in general and of individual rural territories in particular, and as an effective and low-cost tool for implementation of this strategy.

Key words: rural areas, cooperation, integration, clusters, local agro-clusters.

JEL Classification: O13, O18, P13, P25, Q13, R12, R58

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-01>

Постановка проблеми. Альтернативною формою ефективного та раціонального ведення господарства в сільських територіальних локаціях України в сучасних умовах (які проявляються в наслідках, не завжди позитивних, стрімкої глобалізації, ринкової лібералізації, загостренні конкуренції в галузях агросектора і на ринку продовольства, проведенні адміністративно-територіальної реформи та децентралізації, спробах реформування ринку землі, монополізації агросфери крупними агрохолдингами тощо), на противагу крупним агрохолдингам, які не створюють робочих місць, не сприяють розвитку ні домашнім, ні фермерським господарствам (оскільки не залучають в обіг товарних ресурсів сільськогосподарської продукції цих господарств), не розвивають інфраструктуру (як виробничу, так і соціальну) на селі, а лише нещадно, поза принципами ідеї сталого розвитку (яка передбачає поєднання економічного, екологічного і соціального аспектів розвитку на основі НТП та інновацій), інтенсивно експлуатують природні ресурси (і насамперед землю, родючі ґрунти) таких територій в прагненні максимізувати свої прибутки за мінімальних інвестицій в сталий розвиток цих територій, *є обслуговуючі і/або виробничі сільськогосподарські (аграрні) кооперативи та місцеві агрокластери*, які за своєю природою також є проявом кооперативної (а точніше – інтеграційно-кооперативної або кооперативно-інтеграційної) форми територіальної організації продуктивних сил.

Отже, виробничі (аграрні) кооперативи та їх вищий (інтеграційний) рівень організації – місцеві агрокластери мають можливість та здатність забезпечити раціональну організацію продуктивних сил та ефективно ведення господарства на відповідній території. Своєю чергою, *раціональна організація господарства* в межах певної території, у тому числі сільської, – це така система виробництва та його обслуговування (інституційного, фінансового, наукового, технологічного, інформаційного, цінового (ринкового), інфраструктурного, кадрового тощо), за якої формується (або сформована) в масштабах відповідного територіального простору (місцевого, регіонального чи національного) необхідна кооперація виробництва кінцевої товарної продукції, в такій кількості і такій якості, яка має ринки збуту і на яку існує адекватний попит, а саме виробництво при цьому здатне вдосконалюватися та розвиватися [8]. Тобто

раціональність господарювання на певній території, у тому числі сільській, передбачає, що суб'єкти господарювання (як одноосібні і домашні господарства, фермерські господарства, так і різноманітні підприємства різного профілю) на цій території повинні бути належним чином інтегровані у відповідну територіальну (місцеву, регіональну чи національну) систему продукування доданої вартості чи навіть ширше – соціально-економічну систему. А для сільських територій, в контексті забезпечення раціонального господарювання сьогодні, в умовах високого рівня безробіття в сільській місцевості, проблемами із логістикою та реалізацією своєї товарної продукції на ринку особливо актуальним є й питання створення дієвого організаційно-економічного механізму залучення в обіг товарних ресурсів сільськогосподарської продукції домашніх, одноосібних та фермерських господарств, розташованих на цих територіях.

І, як показує практика, а також проведені аналітичні дослідження даної проблеми [24], до виконання цієї функції (раціонального господарювання) в межах сільських територій сучасної України, крупні агрохолдинги мало придатні, оскільки вони замість того, щоб створювати постійні робочі місця на селі, розвивати там виробничу та соціальну інфраструктуру, сплачувати податки до місцевого бюджету, підтримувати домашні і фермерські господарства за принципом суборенди та аутсорсингу, піклуватися про екологію та впровадження інновацій у всі сфери життя таких територій, здебільшого лише організують своє, зазвичай екстенсивно-інтенсивне виробництво монокультур (ріпаку, цукрового буряка, соняшника, сої) і, до того ж, без дотримання принципу сівозміни тощо за “маятниковим” принципом: навесні прибути “десантом” з технікою, обробити і засіяти орендовану чи вже приватизовану за тінювими схемами землю (оскільки ринку землі сільськогосподарського призначення поки юридично не узаконено і він поки що не запрацював в цивілізованому форматі в інтересах сільських громад), обробити її засобами хімії та підживити мінеральними добривами, а в кінці літа/восени – знову прибути з технікою і зібрати врожай та відвезти його за призначенням (або на зберігання, для очікування сприятливої кон'юнктури, для переробки, для перепродажу чи реалізації на внутрішньому чи зовнішньому ринках, залишивши цю сільську територію наодинці з її проблемами, не беручи ніякої участі в її розвитку,

не сплативши податків в місцевий бюджет (оскільки крупні агрохолдинги зазвичай зареєстровані як платники податків у великих містах, або в офшорних юрисдикціях), не інвестуючи в розвиток соціальної та виробничої інфраструктури, не створивши постійних робочих місць, не створивши виробництв готової кінцевої товарної продукції з високими частками доданої вартості та рівнями переробки сировинної та проміжної сільськогосподарської продукції, не залучаючи та не допомагаючи домашнім, одноосібним та фермерським господарствам, розташованим на цих територіях.

В якості альтернативної форми організації господарства та й усієї соціально-економічної системи окремих сільських територій в Україні, як на наш погляд, можуть і повинні стати сільськогосподарські кооперативи та місцеві агрокластери, як сучасні форми організації кооперативного руху на селі, в основі яких закладено принципи територіальної інтеграції праці та синергізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У світовій практиці територіальної організації ефективного господарства кластери стали однією із найпоширеніших моделей успішного розвитку територіальних господарських систем різного рівня і масштабу. І особливо у кризові та посткризові періоди їх розвитку, у тому числі і на місцевому рівні.

Кластерна модель організації економіки в межах локальних територій передбачає об'єднання підприємств та інших суб'єктів господарювання, які розташовані в одному регіоні (сконцентровані в одній місцевості) і є технологічно пов'язаними один з одним або є взаємозалежними на певному ринку та мають на меті спільне виробництво і реалізацію продукції [19]. Кластери загалом і місцеві кластери зокрема створюють умови для стійкості та розвитку, підвищення продуктивності та рентабельності, у першу чергу сектора домашніх, індивідуальних (одноосібних) та фермерських господарств, а також малих і середніх підприємств (шляхом створення механізму залучення в обіг товарних ресурсів сільськогосподарської продукції цих господарств), сприяють економічній самодостатності територій, створюють основу для притоку інвестицій, для розвитку малого і середнього підприємництва, підвищення гнучкості та мобільності господарства, створення широкого спектра мережевих структур, навчання підприємців.

Автором кластерного підходу організації територіальної економіки є М. Портер, який у своїй теорії конкурентоспроможності визначив, що кластер – це група територіально близьких взаємопов'язаних підприємств у певній галузі та асоційованих (допоміжних) із ними установ, які пов'язані на технологічних та маркетингових засадах.

Питання забезпечення економічної самодостатності сільських територій (як мікроекономічних районів) є актуальним не лише для України, але і для багатьох країн світу, у тому числі з розвинутою економікою, оскільки ці райони за своєю природою й інвестиційною привабливістю є депресивними.

Відтак постає питання про пошук ефективних організаційно-економічних механізмів для вирішення цієї проблеми і, отже, забезпечення і перманентного підтримування економічної самодостатності таких територій. В якості такого механізму світовою наукою пропонуються та практикою апробуються кооперативні форми організації господарства на локальних територіях – місцеві кластери, зокрема місцеві локальні агрокластери. Дослідженню таких, тобто кластерних, форм і моделей організації територіальних економічних систем та їх ролі у забезпеченні розвитку вітчизняної економіки, присвячені наукові праці українських учених: О. Богми [1;16], М. Беседіна [2], О. Бородіної [3], В. Борщевського [4; 22], М. Войнаренка [5], І. Гришової [6], О. Ковтуна [7; 8], М. Кропивко [10; 14], О. Кузьміна [11], Н. Міщенко [12], О. Несторенко [13], В. Тимофєєва [13], П. Саблука [14], С. Соколенко [15], Г. Семенова [16], А. Павлюка [17], А. Присяжнюка [6], А. Пісоцького [18], Я. Рибачака [20], О. Рикун [21], В. Осокольського [22], І. Черевка [24; 25], Т. Цихана [26], Я. Шкопа [27] та ін.

Однак дослідженню власне можливостей кластерів для забезпечення розвитку та вирішення проблеми самодостатності локальних сільських територій (сільських мікроекономічних районів) ученими приділено недостатньо уваги. В основному акцент зроблено на дослідженні їх ролі та можливостей для вітчизняної промисловості та регіональних мезосистем.

Постановка завдання. У цій статті розглядаються потенційні можливості певних, а саме кластерного інтеграційного типу, кооперативних форм територіальної організації продуктивних сил (господарства) для уникнення ризиків для сільських територій, пов'язаних із впливом на них глобалізації (глобальної конкуренції), кон'юнктурних коливань на ринках продуктів та ресурсів, експансіоністської діяльності крупних агрохолдингів, а також їх (цих форм) можливості та механізми для забезпечення конкурентних переваг і формування та реалізації потенціалу сталого розвитку як окремих господарств (суб'єктів господарювання), так і територій (насамперед сільських, де існують проблеми забезпечення зайнятості, товарного виробництва конкурентоспроможної продукції з виходом на ринки реалізації, тобто проблеми логістики та збуту цієї товарної продукції тощо) їх локалізації. Відтак **метою** статті є дослідження здатності кооперативних форм кластерного (інтеграційного) типу організації господарства вирішити низку соціально-економічних проблем життєдіяльності та розвитку локальних сільських територій в Україні на сучасному історичному етапі. А саме: проблем належної (тіснішої) інтеграції господарюючих суб'єктів (у тому числі і домашніх, одноосібних та фермерських господарств), які розташовані на певній локальній, насамперед сільській, території, в її господарський комплекс у питаннях формування раціональної, конкурентної та ефективної економічної системи та процесу щодо створення доданої вартості, забезпечення високого

рівня зайнятості місцевого населення, належного наповнення місцевого бюджету, забезпечення розвитку виробничої, логістичної та соціальної інфраструктури сільських територій, і у підсумку вирішення завдань сталого розвитку цих територій тощо.

Ця здатність ґрунтується на використанні ефекту синергії від впровадження принципу інтеграційного кооперування (вертикального та горизонтального, функціонального та галузевого тощо) суб'єктів господарювання та їх діяльності в форматі різного типу локальних (місцевих) кооперативних формувань типу кластерів в межах певних територіальних соціально-економічних систем, і насамперед сільських територій. При цьому власне кластери нами позиціонуються як дієвий, малозатратний і оптимальний (завдяки синергетичному ефекту через співпадання ланок ланцюжків створення вартості) організаційно-економічний інструмент забезпечення координації зусиль, взаємодії та спільної роботи різних господарств (господарюючих суб'єктів) в функціональному, галузевому та територіальному аспектах їх діяльності на певних локальних, насамперед сільських, територіях, зокрема і щодо залучення в обіг товарних ресурсів сільськогосподарської продукції домогосподарств місцевого населення цих територій.

Досліджуються методологічні та практичні аспекти створення та функціонування місцевих агрокластерів, їх можливості у формуванні конкурентоспроможної та самодостатньої економіки сільських територій тощо. Доцільність дослідження цих аспектів пояснюємо тим фактом, що локальні кластери в межах сільських територій в Україні мають шанс отримати швидкий розвиток лише тоді, коли теоретичні напрацювання та позитивний практичний досвід буде систематизовано й перенесено в сферу організації економіки сільських територій та в практику її управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку національної економіки України і особливо це стосується її локальних сільських територій, так званих інтегральних мікроекономічних районів (сільських мікрорайонів, мікрорегіонів), спостерігається низький рівень ефективності використання її природного та людського потенціалів [14; 22; 24]. І як наслідок – гостро постає проблема забезпечення самодостатності таких (сільських) територіальних соціально-економічних систем – ТСЕС (як відтворювальної, так і фінансової). В основу існуючої проблеми із забезпечення економічної самодостатності сільських територій та їх соціально-економічних систем в Україні покладено низький рівень інтегрованості господарств, які розташовані на відповідній території (від домашніх, індивідуальних, одноосібних та фермерських господарств до середніх і великих підприємств), у місцеві господарські системи. Відтак відсутність там відповідно налагодженої системи виробництва та його обслуговування (інституційного, грошово-фінансового, науково-технологічного, інформаційного, цінового (ринкового), інфраструктурного, логістичного, кадрового тощо),

за якої формується, існує та функціонує на місцевих рівнях (у нашому випадку – на рівнях мікрорегіонів, які відповідають масштабам місцевих сільських територій) необхідна кооперація виробництва певної кінцевої продукції (яка відповідає спеціалізації цих мікроекономічних, сільських, районів, обумовленої ключовими факторами розміщення продуктивних сил та організації виробництва), яка має ринки збуту і на яку існує відповідний попит, і це виробництво здатне вдосконалюватися та розвиватися. Тобто проблема самодостатності полягає у тому, що господарства на відповідних територіях є не належним чином інтегровані в місцеву господарську систему продукування доданої вартості.

В цьому контексті державна економічна, а саме: структурна політика щодо розвитку сільських територій (сільських мікроекономічних районів), – повинна в першу чергу бути спрямована на підготовку і створення конкурентоспроможних фінансово самодостатніх місцевих (сільських) господарських комплексів, які викликали б інтерес у потенційних інвесторів, кооперували та інтегрували господарюючих суб'єктів на цих територіях (від домашніх, одноосібних та фермерських господарств до малих, середніх та великих підприємств) в процес виготовлення кінцевої готової продукції, на яку існують адекватний попит і ринки збуту, забезпечували розвиток і вдосконалення виробництва, тобто створювали робочі місця і можливість адекватно ринковим умовам заробляти кошти, необхідні для забезпечення розширеного відтворення і розвитку цих (сільських) територій, а не лише нещадно, по-варварськи експлуатували місцеві природні ресурси, тим самим тільки створюючи там додаткові екологічні проблеми, не вирішуючи ніяких ні економічних, ні соціальних, ні інфраструктурних проблем даних територій, як це, на жаль, роблять сьогодні крупні агрохолдинги-орендарі з офшорною юрисдикцією.

На нашу думку, потужним механізмом, який здатен забезпечити формування самодостатніх місцевих господарських систем із продукування доданої вартості і, таким чином, сприяти сталому розвитку сільських територій, є ініціювання становлення і створення на кооперативних засадах організаційно-економічних інтегрованих бізнес-структур – місцевих агрокластерів, у яких би об'єднувався (кооперувався) різного масштабу (від домашніх, одноосібних та фермерських господарств до малих, середніх та великих підприємств, які залучають найманих працівників і мають можливість до здійснення крупних інвестицій у різноманітні виробничі, інфраструктурні та соціальні проекти) виробничий бізнес, виробничий і фінансовий капітал, а також наукова, логістична і торговельна інфраструктура тощо і на які б орієнтувався в своїй виробничій діяльності незалежний індивідуальний, особистий, малий та середній бізнес (основа місцевих сільських господарських систем в Україні з точки зору забезпечення зайнятості та джерела надходження фінансових ресурсів).

В основі кластерів як дієвих інструментів, що покликані забезпечити становлення ефективних та самодостатніх територіальних соціально-економічних систем (ТСЕС), зокрема в межах сільських територій, покладено принципи кооперації та інтеграції, через які формується (генерується) ефект господарського синергізму, сутність якого полягає в тому, що ефективність спільного використання ресурсів інтегрованим господарством завжди більша, ніж ефективність використання цих самих ресурсів окремим господарством (в межах належних їм ресурсів).

Найбільш виразно, як показує світова практика територіальної організації ефективного господарства, зокрема в США, Шотландії, Італії, Німеччині, Франції, Фінляндії, Австрії, Канаді, Японії та інших країн з розвинутою ринковою економікою, економічний синергізм проявляється в інтегрованих бізнес-системах різних форм організації та способів інтеграції на коопераційних засадах [15].

Зазначимо, що на сьогодні коопераційно-інтеграційний шлях організації господарської діяльності на локальному рівні сільських територій найбільш повно відповідає вирішенню проблем як провадження ефективної господарської діяльності, так і управління нею. Організація місцевого господарства на засадах інтеграції та галузево-функціональної кооперації та диверсифікації є тим механізмом, який без додаткових затрат інвестиційних та фінансових ресурсів (сторонніх інвестицій) може забезпечити фактичне зрушення інвестиційного та інноваційного процесів, стабілізувати та оптимізувати місцеве виробництво, залучити фінансовий капітал, організувати нові виробництва (а відтак і робочі місця), реструктурувати і модернізувати діючі, але неефективні виробництва і відтак забезпечити економічне зростання, вирішити проблему зайнятості (безробіття), сприяти зростанню реальних доходів населення сільських територій. Окрім цього, інтегровані бізнес-системи, якими і є місцеві кластери, правомірно розглядати як форму, чи то умову, за якої (в якій) проявляє свою дію принцип ефективності. Цей принцип проявляється за певних умов, діє за певних умов, в межах певних форм, в тому числі і організаційно-економічних. І такими найсприятливішими умовами та формами для реалізації цього принципу і є інтегровані бізнес-системи різних типів організації, структуризації та способів формування на засадах кооперації. При цьому кластери можуть набувати різних форм: а) об'єднання малих і середніх підприємств (італійська модель); б) із ядром із великих компаній (шотландська модель); в) засновані на взаємодії великої кількості замовників та виконавців, що передбачає наявність розвинутого ринку субконтрактації (американська модель); г) галузеві та міжгалузеві кластери; д) неформальні та організовані; е) рівня міста, місцевості, мікрорайону, мезорегіону, великого економічного інтегрального району, країни, декількох країн; є) регіональні та локальні, місцеві (регіонально або локально обмежені об'єднання навколо промислового або

наукового центру); ж) вертикальні (об'єднання всередині одного виробничого процесу, наприклад ланцюжок "постачальник-виробник-збутовик-клієнт"); з) горизонтальні (об'єднання споріднених виробництв (підприємств, галузей) в один кластер (у т. ч. місцевий), наприклад агропромисловий) тощо.

Кластери можуть диференціюватися за різними ознаками, зокрема за розмірами, широтою і спектром охоплення об'єктів, рівнями розвитку та галузями діяльності. Типологізацію кластерів можна здійснити за прикладом морфологічної матриці Фріца Цвіккі, розглянувши комбінації таких основних їх параметрів-характеристик: 1) географічної (міжнародні, національні, регіональні, місцеві (локальні)); 2) галузевої (міжгалузеві, галузеві, вузькогалузеві); 3) структурної (створені на базі малих та середніх підприємств, створені навколо великих компаній та концернів); 4) сфери взаємодії (виробничі, науково-технічні, технологічні, інноваційні, змішані); 5) напрямів формування (фокусні, латеральні, мережеві, горизонтальні, вертикальні); 6) цільового призначення (наприклад, забезпечення самодостатності та сталого розвитку локальних сільських територій (сільських мікроекономічних районів); підвищення конкурентоспроможності малого і середнього підприємництва, фермерських та одноосібних господарств тощо; раціоналізація промисловості, агросектора, проведення колективних досліджень, впровадження управління навколишнім середовищем) та ін.

Кожен тип кластерів має свою специфіку функціонування та способи взаємодії структурних елементів-учасників. Зокрема, місцеві аграрні кластери є групою географічно локалізованих взаємопов'язаних господарств, об'єднаних у виробничий ланцюжок, в межах якого створюється кінцевий продукт і додана вартість. Вони формуються навколо аграрних господарств (підприємств) або підприємств із сфери послуг, які виготовляють традиційну або диференційовану продукцію, що користується адекватним попитом як на місцевому (локальному) та регіональному, так і на міжрегіональному і зовнішньому ринках. Архітекtonіку (композиційна будова складної структури, що зумовлює співвідношення її головних і другорядних елементів) певного різновиду місцевого агрокластера, створення якого, як на нашу думку (враховуючи значний ресурсний потенціал сільських територій України, а також його вкрай неефективне використання), може забезпечити вирішення проблеми економічної самодостатності та сталого розвитку території його розташування, нами наведено на рис. 1 (7; 27).

Зазначимо, що якоїсь єдиної типової структури такий кластер не має, він створюється у відповідності до умов і факторів РПС певної територіальної локації та її спеціалізації в системі територіального розподілу праці. Відтак місцевий агрокластер може бути як спеціалізованим, так і комбінованим і охоплювати у своїй структурі різні як субкластери, так і обслуговуючі та виробничі кооперативи. Наприклад, такий комбінований місцевий агрокластер може охоплювати:

1) зернопродуктовий субкластер: виробники зерна, заготівля і зберігання зерна, переробка зерна (млини і комбикормові заводи), виробництво хлібопродуктів (хлібопекарні); 2) овочепродуктовий субкластер: господарства з вирощування овочів, гуртова заготівля і реалізація на оптових ринках, заготівля і переробка (консервні заводи); 3) молокопродуктовий субкластер: виробники молока, заготівля молока (обслуговуючий кооператив), переробка молока (молокопереробні підприємства); 4) м'ясопродуктовий субкластер: виробники м'яса (господарств, що займаються вирощуванням і відгодівлею ВРХ, свиней, птиці тощо), заготівля м'яса (обслуговуючі кооперативи), переробка м'яса (м'ясопереробні підприємства); 5) багатофункціональний кооператив, який займається матеріально-технічним забезпеченням, заготівлею, переробкою та збутом продукції (агроторговий дім). В межах такого кластера виділяється обслуговуючий кооператив із виробництва та/або заготівлі сільськогосподарської продукції, який пов'язаний з усіма вищенаведеними субкластерами.

Отже, така коопераційно-інтеграційна форма-структура організації територіального господарського комплексу в локальних сільських місцевостях, окрім поєднання різних господарств в межах локальної території в певному ланцюжку створення доданої вартості, пов'язує і конкуруючі географічно концентровані господарства (фермерські, одноосібні і домашні господарства, підприємства малого і середнього спеціалізованого бізнесу (однієї і/або тісно пов'язаних галузей) у напрямі та шляхом організації координування їх зусиль щодо колективного просування своєї продукції (товарів та послуг) на існуючі та нові ринки як в межах, так і за межами локальної території їх розташування.

Такі кластери можуть формуватися в межах одного мікроекономічного (сільського) району. Вони зорієнтовані на певну географічну концентрацію як взаємопов'язаних (в єдиному ланцюжку створення певної доданої вартості), так і конкуруючих, до певної міри на певних ланках ланцюжка створення вартості, різного типу господарств.

В чому ж полягають можливості таких форм реалізації інтеграційної кооперації щодо зменшення ризиків потенційних загроз та вирішення проблем функціонування та розвитку господарства в динамічному ринковому середовищі?

Насамперед зазначимо, що "кластер" є об'єднанням на коопераційних засадах окремих економічних елементів (наприклад, господарств, підприємств чи галузей) в єдине ціле для реалізації певної спільної для них мети, для вирішення спільних питань. За логікою синергетичного ефекту кооперування та інтегрування суб'єктів господарювання локальних територій у кластери різноманітного виду чи конфігурації надає цим

господарствам, а також сформованим ними інтегрованим бізнес-системам і у підсумку територіальним економічним системам їх локалізації, додаткові можливості для уникнення чи зменшення ризиків потенційних загроз та використання потенційних можливостей динамічного ринкового середовища, для розвитку та реалізації їх конкурентних переваг у певних сферах та галузях економіки, для досягнення якісно нових конкурентних переваг і можливостей сталого розвитку та для вирішення багатьох як стратегічних (наприклад, забезпечення економічної самодостатності сільських територій), так і тактичних (наприклад, збут продукції чи отримання фінансових ресурсів для вирішення поточних проблем) питань їх функціонування та розвитку. Нижче наведемо перелік конкретних загроз та проблем для ефективного розвитку територіальних господарських систем сільської локалізації в Україні сьогодні [2; 18].

У світлі потенційних загроз із боку ринкового середовища – це, насамперед, проблеми: зниження ринкового попиту та зменшення ємкості внутрішнього ринку; монополізації ринку; агресивна експансія крупних агрохолдингів; нестабільність фінансового ринку тощо.

У межах ринкового аспекту діяльності – це, насамперед, питання: забезпечення належного рівня конкурентоспроможності та посилення ринкових позицій; уникнення залежності від обмеженого кола постачальників та покупців; налагодження ефективного маркетингу.

У межах аспекту організації ефективної системи виробництва (щодо підвищення ефективності виробничих бізнес-процесів) – це питання, пов'язані із: оновленням та ефективністю використання основних виробничих фондів; підвищенням продуктивності праці; диверсифікацією продукції; ефективністю виробничого менеджменту; мінімізацією енерговитрат (енергоощадністю).

У межах аспекту організації інвестиційного процесу (щодо підвищення ефективності інвестиційних бізнес-процесів) – це можуть бути питання, пов'язані з підвищенням ефективності інвестиційного менеджменту, що знаходитиме своє втілення у: недопущенні перевитрат інвестиційних ресурсів; забезпеченні запланованих обсягів прибутку від реалізованих проектів; мінімізації тривалості будівельно-монтажних робіт тощо.

У межах фінансового аспекту (щодо організації ефективних фінансової діяльності та менеджменту) – це питання, пов'язані із: ефективною фінансовою стратегією; структурою активів (щодо ліквідності активів); часткою позичкового капіталу; часткою короткострокових джерел залучення позичкового капіталу; дебіторською заборгованістю; вартістю позичкового капіталу; рівнем фінансових ризиків.

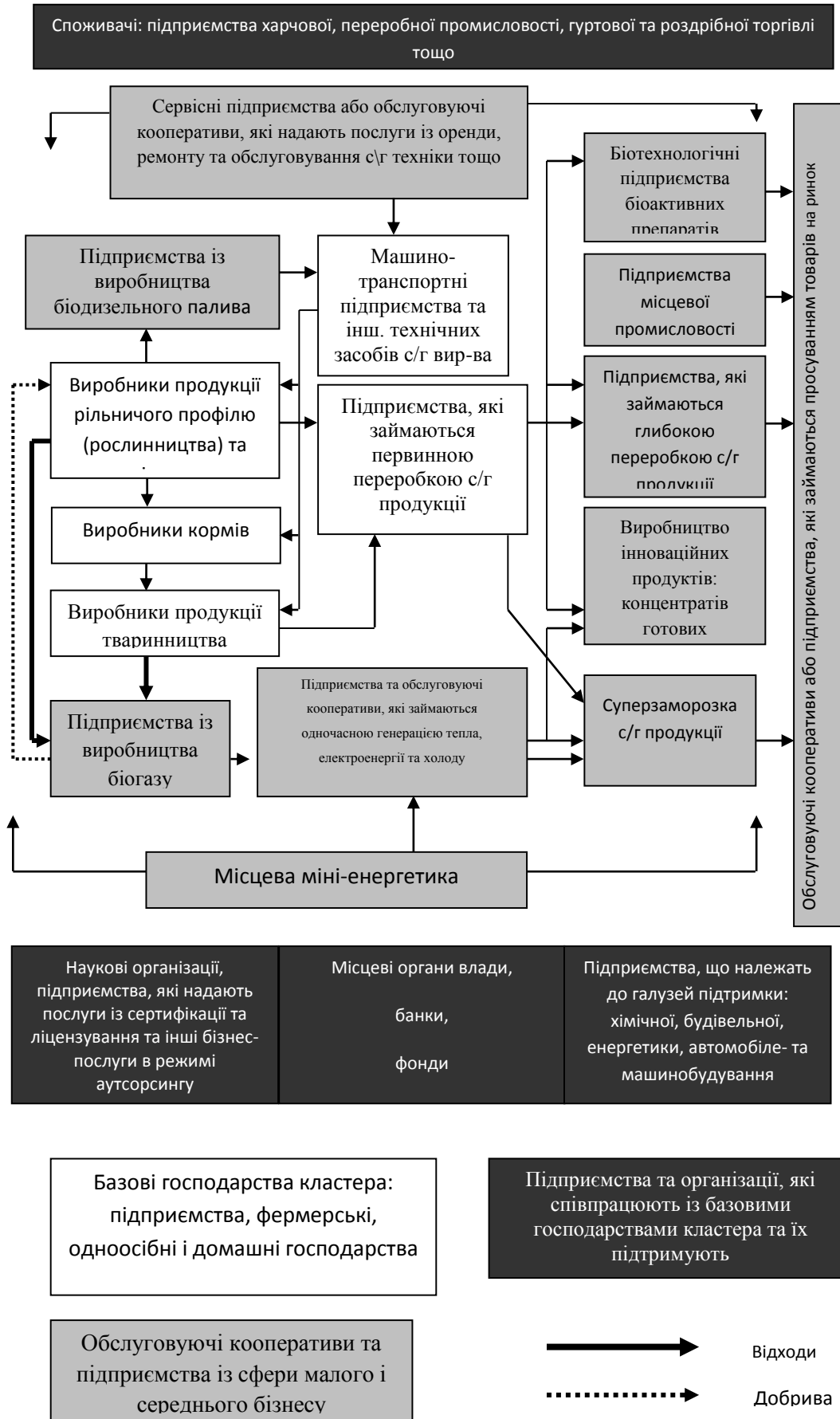


Рис. 1. Архітектура місцевого локального сільського агрокластера

У межах аспекту організації ефективної системи управління бізнесом – це питання, пов'язані із: орієнтацією в кон'юктурі ринку; ефективністю фінансового менеджменту; високими рівнями комерційного ризику; покращенням управління витратами виробництва; забезпеченням гнучкості в управлінні; недопущенням інерційності розвитку; організацією якісної системи бухгалтерського обліку та звітності.

Основними аргументами, які дають підстави вважати власне кооперативні інтеграційні структури дієвим організаційно-економічним інструментом, що забезпечує можливості для вирішення вказаних проблем та забезпечення сталого розвитку території їх локації, є те, що:

➤ закладений в кластерах принцип концентрації на локальних територіях, з одного боку, до певної міри конкуруючих господарств, а з іншого, технологічно пов'язаних з ними підприємств, а також покупців їх продукції та постачальників сприяє зростанню ефективної спеціалізації території;

➤ окремі господарства найбільш динамічно розвиваються саме в межах такого кооперативно-інтеграційного формування;

➤ розвиток в межах кластера взаємопов'язаних господарств окремих його бізнес-суб'єктів є поштовхом для активізації розвитку підприємств-постачальників, підприємства-споживачів та галузей сфери послуг у складі місцевого кластера: необхідність задоволення потреб, що постійно зростають, стимулюватиме формування у територіальному місцевому кластері нових бізнес-структур і господарств, що займатимуться виробництвом, розповсюдженням та реалізацією профільної продукції основних кластероутворюючих господарств;

➤ кластерно-кооперативно-інтеграційна форма взаємодії стимулює інновації, інноваційний процес. Участь в діяльності кластерного об'єднання наукового сектора та синтез науково-технічної і підприємницької діяльності сприяє прискоренню генерації та практичному застосуванню продуктивних, технологічних та управлінських інновацій;

➤ перетин діяльності різних видів діяльності в межах кластера стимулює виникнення нових видів бізнесу;

➤ кластерний формат організації бізнесу в межах локальних і у т. ч. сільських територій дозволяє вести конструктивний діалог між представниками підприємницького середовища та державної і місцевої влади;

➤ кластери надають можливість різноманітним суб'єктам господарювання і особливо одноосібним, індивідуальним і фермерським господарствам, підприємствам малого і середнього бізнесу долучатися до них для надання учасникам різноманітних спеціалізованих фінансових, бухгалтерських, аудиторських, маркетингових та інших послуг.

Як бачимо, кластеризація бізнес-середовища певної, у тому числі і насамперед сільської території, слугує підтримці різноманітних господарств,

розташованих на цій території, а кластер при цьому виступає як чітко налагоджена інфраструктура господарств певного виду діяльності або суміжних видів діяльності, розташованих (тобто є фактично постійними резидентами, що сплачують податки в місцеві бюджети) на цій території. Таким чином кластери є інфраструктурою, яка полегшує залучення інвестицій, логістику, доступ до ринків продукції та ресурсів, до клієнтів (покупців), кваліфікованих трудових ресурсів, надає можливість отримання знань і ноу-хау, сприяє зайнятості тощо.

Загалом метою місцевих кластерів, розташованих в межах локальних сільських територій, є цільове спрямування господарської діяльності таких територій. Зокрема, метою їх створення може бути:

➤ колективне просування товарів і послуг на існуючі та нові ринки; формування з декількох незалежних самостійних суб'єктів господарювання ефективно функціонуючих технологічних ланцюжків створення певної споживчої вартості, на яку існують адекватні попит і ринки збуту;

➤ ефективне використання ресурсів і специфічних конкурентних переваг для спільного ведення та здійснення бізнес-проектів на засадах спеціалізації та кооперації (підприємницької, виробничої, міжгалузевої, функціональної та просторової);

➤ підвищення продуктивності, інноваційності, конкурентоспроможності, прибутковості та зайнятості в господарствах і на підприємствах, які розташовані (локалізовані) і ведуть своє господарство та бізнес на постійній основі в певній сільській місцевості (де реалізується кластерно-кооперативно-інтеграційна модель розвитку) тощо.

При цьому призначенням місцевих агрокластерів є об'єднання у певний тип мережі географічно локалізованих у певній сільській місцевості господарств, що спеціалізуються в певному або суміжних видах сільськогосподарського виробництва. Відтак кластерні формування здійснюють безпосередній потужний вплив і на соціально-економічний розвиток територій їх локалізації. І в цьому контексті кластеризація бізнес-середовища сільських територій України може виступити як інноваційна технологія організації комплексного та ефективного використання ресурсного потенціалу таких територій і забезпечення на цій основі сталого (позитивно-збалансований економічний, соціальний та екологічний) розвитку таких територій.

Очевидно, що формування ефективних виробничих систем на основі запровадження кооперативно-інтеграційних принципів організації виробничої взаємодії на місцевому рівні надає значні можливості як для підвищення конкурентоспроможності місцевого бізнесу (на основі створення механізму більш ефективного використання ресурсів), так і для підвищення конкурентоспроможності економіки території та її фінансової самодостатності. Так, зокрема, діяльність місцевих агрокластерів сприятиме не тільки збереженню, але

і створенню додаткових робочих місць на теренах їх локалізації, що, своєю чергою, завдяки виплаті зарплати позитивно впливає на зростання рівня доходів місцевого населення та надходжень (через податки та внески) до місцевого бюджету, а це забезпечує можливість повноцінного виконання місцевим самоуправлінням в умовах децентралізації своїх соціальних функцій (критерій фінансової самодостатності) без зовнішніх (сторонніх) запозичень чи дотацій (субсидій та субвенцій). Завдяки ліквідації неефективних ланок ланцюжка вартості, об'єднанню зусиль, заміні застарілих ОФ, впровадженню технологічних нововведень, виробництва якісної продукції, яка користується попитом, в місцевих агрокластерах відбувається оптимізація структури та обсягів продукту та доходу сільських територій у місцях їх дислокації. Слід також звернути увагу, що інтеграційна кооперація сприяє покращенню платіжного обороту в господарській системі, оскільки фінансові розрахунки в межах кластера як єдиного виробничого комплексу, що охоплює замкнутий ланцюжок виробництва “від постачальника необхідних ресурсів до кінцевих споживачів продукції”, значно спрощуються та пришвидшуються за рахунок зменшення зайвих пересувань грошових коштів, ліквідації проміжних фінансових операцій, підвищення якості управління грошовими коштами тощо.

Отже, оскільки завдання відродження та підтримки економіки сільських територій, забезпечення їх фінансової самодостатності полягає в тому, щоб сформувати на цих територіях господарський комплекс із випуску готової конкурентоздатної продукції, то цьому повинно сприяти створення місцевої економічної системи, більшість виробництв якої технологічно замкнуті. На рівні (в межах) локальних сільських територій України найкраще замикаються технологічні цикли агропромислового сектора (а також до певної міри – легкої, харчової, будівельної (у т. ч. виробництво будматеріалів), деревообробної промисловості. Суть замкнутого на території технологічного виробничого циклу полягає в тому, що для випуску певної готової продукції має бути організована взаємодія потрібної (критичної) кількості виробництв, які забезпечують повний технологічний процес її виготовлення. Це відбувається на основі поглиблення поділу праці і вузької спеціалізації окремих виробництв, з одного боку, та їх цільового кооперування (як технологічної та маркетингової взаємодії) щодо виготовлення та реалізації на ринку кінцевої продукції (із високою доданою вартістю), на яку існують адекватний попит і ринки збуту, – з іншого боку, що у підсумку забезпечує на даній території створення додаткових робочих місць, ефективне використання ресурсів, зростання продуктивності виробництва тощо. Власне, в цьому контексті і є доцільною кластеризація господарств у межах сільських територій в Україні як модель забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій.

У цьому контексті зазначимо також, що в ЄС кластерна модель розвитку визнана одним із

найефективніших механізмів розвитку місцевих малих і середніх підприємств та місцевих (сільських) економік на засадах місцевої галузевої спеціалізації та технологічно-маркетингової кооперації. Це відбувається завдяки можливостям, що отримують підприємства такої кооперативної групи у питаннях акумулювання ресурсів, пошуку бізнес-партнерів, доступу до більшої кількості постачальників та послуг підтримки, стимулювання, запровадження та доступу до інновацій і “ноу-хау”, доступу до маркетингової інформації та досвідченої та висококваліфікованої робочої сили тощо. Слід також звернути увагу, що, як показує світова практика, найбільш успішними є кластери, які створювалися шляхом зміцнення існуючої структури місцевої економіки та переорієнтації її занепадаючих секторів.

Для сільських територій України корисним має бути досвід 168 місцевих американських регіональних харчових хабів, які працюють у 7 регіонах США – структур кластерного типу, які об'єднують в єдину систему підприємства, що працюють в аграрному секторі: фермерів, виробників продуктів дистрибуторів, харчові продукти (торгові мережі, ринки, магазини) та організації, які представляють інтереси споживачів. Вони надають допомогу фермерам та місцевим виробникам продуктів у плануванні виробництва, логістиці, сертифікації продукції, пошуків ринків збуту, укладанні угод між фермерами та гуртовими клієнтами (бюджетними організаціями, магазинами, ресторанами, продовольчими кооперативами, школами, університетами тощо).

На жаль, в Україні поки що, з одного боку, є низькою ефективність вже створених кластерних структур, а з іншого, – відсутні для їх створення та функціонування сприятливі умови й адекватне інституційне середовище та нормативно-правове забезпечення.

До основних причин-чинників неналежного розвитку кластерної моделі територіальної організації продуктивних сил сільських територій в Україні належать:

➤ недовіра до можливості ефективного застосування кластерів для розвитку сільських територій в сучасних умовах вітчизняної економіки;

➤ відсутність нормативного визначення “місцевого агрокластера” та комплексу заходів щодо його створення в Україні, системних законодавчих і нормативно-правових документів, які стимулювали б та регулювали становлення, діяльність та розвиток агрокластерів на сільських територіях, відсутність формалізованих (документально оформлених) пропозицій щодо підтримки кластерних ініціатив та адекватної політики, які сприяли б реалізації кластерної концепції розвитку сільських територіально-економічних мікросистем. У цьому контексті зауважимо, що в українському законодавстві не існує терміна “кластер”, а були лише розроблені проекти нормативно-правових актів, які покликані сформулювати загальні засади кластеризації економіки, але вони так і не були

прийняті вже понад 10 років. Серед них “Концепція створення кластерів в Україні” (Міністерство економіки України 2008 р.) [28] та “Національна стратегія формування та розвитку транскордонних кластерів” (Міністерство регіонального розвитку та будівництва України, 2009 р.). Однак у Державній стратегії регіонального розвитку України до 2020 року, хоча і без визначення терміна “кластер”, зазначено, що він є ефективним інструментом подолання депресивності та точкою зростання територій [29]. У більшості регіональних стратегій регіонального розвитку до 2020 року кластери та їх розвиток визначені як одна з операційних цілей. Зокрема, в цьому контексті слід зауважити, що сьогодні на сайті Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР) зареєстровано лише 3 проекти кластерів, у т. ч. в сільській місцевості [30]. У той же час, враховуючи цільові установки “Стратегії сталого розвитку України до 2030 року” [31], усі стратегії регіонального розвитку повинні містити кластерний підхід до розвитку як окремих галузей (у т. ч. сільського господарства), так і окремих локальних, особливо сільських, територій;

➤ відокремленість (ізолюваність) та слабкий рівень взаємодії між різними господарствами (домашніми, індивідуальними, одноосібними та фермерськими господарствами та різними підприємствами, дислокованими на певній сільській території);

➤ не схильність суб’єктів господарювання щодо кроків у напрямку кооперування та інтегрування в процесі провадження бізнесу для отримання синергетичного ефекту;

➤ непереконаність суб’єктів господарювання у дієвості або необхідності інноваційних методів організації господарювання;

➤ небажання власників і менеджменту змінювати ставлення до інноваційних способів організації діяльності власних господарств;

➤ відсутність реальної дієвої державної підтримки процесів інтеграції господарств і підприємств у кластери, особливо на початкових етапах їх створення (тут слід зауважити, що закріплення інструменту кластерів в регіональних стратегіях може надати поштовх кластеризації місцевої економіки, оскільки проекти, внесені в план дій стратегій, можуть отримати фінансування Державного фонду регіонального розвитку. Фінансування таких проектів також можуть отримати громади, які об’єднуються та співпрацюють відповідно до Закону України “Про співробітництво територіальних громад”);

➤ низький рівень, а то й загалом відсутність довіри між господарствами, між підприємцями, між господарствами, підприємцями й місцевими органами влади;

➤ відсутність налагодженого партнерства між органами влади та підприємницьким сектором (хоча основи співпраці влади та бізнесу закладено в Законі України “Про державно-приватне партнерство”);

➤ відсутність у господарств та підприємств необхідних коштів для реалізації кластерних

проектів;

➤ небажання підприємців ризикувати через майже невизначені умови діяльності кластерів;

➤ слабка мотивація, а то й загалом відсутність мотивації у господарств і підприємств, які мають різну мету діяльності до створення кластерів;

➤ несприйняття з боку великих експорто-орієнтованих агрохолдингів ідеї посилення спрямованості на створення місцевих агрокластерів;

➤ недостатня зацікавленість домогосподарств, одноосібних та фермерських господарств, малих та середніх підприємств об’єднуватись у великі виробничі системи;

➤ відсутність формалізованих (документально оформлених) пропозицій щодо підтримки кластерних ініціатив та адекватної політики, які сприяли б реалізації кластерної концепції розвитку сільських територіально-економічних мікросистем;

➤ відсутність достатнього інформаційного забезпечення для створення та функціонування агрокластерів у сільській місцевості в Україні, зокрема відсутність методичної й організаційної баз, які допомагали б різним господарствам інтегруватися у кластери;

➤ відсутність інвесторів у зв’язку з інвестиційною непривабливістю сільських територій;

➤ відсутність (або неналежний рівень) гарантій підтримки мікрокластерних проектів у сільських територіях з боку інституційних інвесторів – фінансово-кредитних інститутів, інноваційних та венчурних фондів, лізингових компаній тощо;

➤ невеликий досвід функціонування кластерів в Україні.

У підсумку зазначимо, що найбільш перспективними напрямками формування місцевих сільських агрокластерів в різних регіонах України сьогодні, враховуючи специфіку та рівень розвитку їх продуктивних сил, є: агропромислові та харчові кластери: молоко та м’ясопереробного спрямування, виробництва консервної (овочево-фруктової), олійної та зернової продукції, цукрові та кондитерські, виноробні тощо. Для ідентифікації кластерів можна застосовувати результати як кількісного (за коефіцієнтом просторової локалізації, тобто фактором зайнятості чи, точніше, фактором концентрації виробництва (господарств чи продукції) певної галузі, і шляхом вимірювання сили взаємодії між господарствами чи підприємствами різних галузей чи їх сегментів в кластері за моделлю “витрати – випуск” та мережуванням, і за показником економічної значущості галузі відповідної території), так і якісного (шляхом визначення основних компетенцій кластерів та важливих якісних зв’язків та стратегічних партнерів у різних мережах) аналізу.

Натомість для стимулювання розвитку місцевих кластерів на рівні локальних сільських територій (які відповідають території великих або декількох невеликих об’єднаних територіальних громад) необхідне об’єднання зусиль усіх рівнів територіального управління. При цьому Міністерству регіонального розвитку і будівництва слід

надавати за рахунок ДФРР підтримку проектів від місцевих територіальних громад, які спрямовані на розвиток кластерів, надавати методичну та інформаційну допомогу сільським територіальним громадам щодо виявлення умов та потенційних учасників для створення та розвитку кластерів; *Міністерству економічного розвитку і торгівлі* слід забезпечити нормативно-правове визначення “кластера” загалом і місцевого локального агрокластера зокрема, розробити та затвердити відповідною постановою нову “Концепцію створення та розвитку кластерів в Україні”; *обласним державним адміністраціям* слід організувати семінари та тренінги з питань розвитку локальних місцевих кластерів; *територіальним громадам* необхідно: створити при органі місцевого самоврядування консультативно-дорадчий орган, який допоможе виявити потенційні для створення та розвитку місцеві кластери, у тому числі агрокластери, на території місцевої громади (до складу такого органу варто долучати місцевих підприємців, фермерів, науковців, представників громадськості); доручити створеному консультативно-дорадчому органу здійснити виявлення умов та потенційних учасників для створення кластеру і виявити потенційні кластери; подати проекти зі створення кластерів до ДФРР.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Сьогодні в Україні, в контексті реформи децентралізації, яка, зокрема, передбачає об'єднання місцевих громад з метою створення передумов для забезпечення самодостатності сільських територій, нагально затребувані відповідні організаційно-економічні моделі, механізми та заходи, спрямовані на забезпечення розвитку та самодостатності таких (сільських) територій. Розглянута нами ідея полягає в застосуванні кооперативно-інтеграційного підходу (принципу) до організації господарства сільських територій. Цей підхід за своєю суттю є інтеграційною формою реалізації кооперативного принципу взаємодії окремих господарств (та підприємств) в межах локальних сільських територій. Він спрямований на створення інтегрованих господарських комплексів у формі місцевих агрокластерів в межах певної сільської території і є організаційно-економічною інновацією, яка має забезпечити раціоналізацію та самодостатність економіки такої території. Агрокластер може і має стати ключовим фактором у забезпеченні самодостатності та розвитку сільської території на основі синергетичного ефекту. І, таким чином, місцеві агрокластери повинні розглядатися як одна зі стратегічних можливостей розвитку сільських територій, яку необхідно передбачити в стратегії регіонального розвитку України загалом і окремих сільських територій зокрема, і як дієвий та малозатратний інструмент реалізації цієї стратегії.

Наші висновки зумовлені досвідом світової практики розвитку та функціонування кластерної моделі територіальної організації продуктивних сил, тобто територіально-економічних систем різних рівнів.

Подальші дослідження із вказаної тематики нами будуть зосереджені на: а) детальному аналізі логіки і механізмів того, як кластери можуть допомогти вирішенню перелічених проблем сільських територій та мінімізувати ризики від найбільш ймовірних загроз для інтегрованих господарств та територій їх локалізації; б) розгляді принципів і засобів формування та підвищення ефективності функціонування сільських агрокластерів; в) на критеріях (якісних і кількісних) та методиці, в основу якої покладено аналіз не конкретних підприємств і галузей, а продукції та послуг, за якими певна сільська територія має конкурентні переваги і які пропонуватиме на місцевому, регіональному та національному та навіть глобальному ринках.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богма О. С. Антикризове управління на основі кластерного підходу / О.С. Богма // Сучасні проблеми соціально-економічного розвитку регіонів : монографія. – Дніпропетровськ : ІМА-прес, 2010. – 436 с.
2. Беседін М. О. Кластерна організація та управління агропромисловим виробництвом / М. О. Беседін, Г. Є. Беседіна // Економіка АПК. – 2011. – С. 9-14.
3. Бородіна О. М. Інтеграція дрібних сільськогосподарських виробників до агропродовольчих ланцюгів доданої вартості: методологічні підходи та емпіричні дослідження / О. М. Бородіна // Економіка і прогнозування. – 2014. – № 2. – С. 73-84.
4. Борщевський В. В. Сільськогосподарська кооперація: ринкові механізми розвитку / В. В. Борщевський, В. М. Магас // Економіка АПК. – 2014. – №10. – С. 14-19.
5. Войнаренко М. П. Кластери в економіці: аналіз теорії і практики : монографія / М. П. Войнаренко. – Хмельницький : ХНУ, 2008. – 220.
6. Гришова І. Ю. Кластери в АПК : проблеми та перспективи розвитку / І. Ю. Гришова, А. Ю. Присяжнюк // Економіка АПК. – 2011. - № 4. – С. 142-146.
7. Ковтун О. І. Некооперативна модель розвитку аграрного сектору вітчизняної економіки / Ковтун О. І. // Український науковий журнал “Економіст”. – № 7 (321), 2013. – С. 36-39.
8. Ковтун О. І. Кластери як засіб активізації розвитку вітчизняної економіки. Колективна монографія : Економічні системи. Ч. 3. – Львів : Вид-во ЛКА, 2012. – 490 с. – С. 275-303.
9. Кооперування та агропромислова інтеграція фермерського виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agroua.net/economics/documents_
10. Кропивко М. Ф. Про інтегровані формування та перспективи їх розвитку в Україні / Кропивко М. Ф. // Матер. загал. зб. Відділення аграрної економіки і продовольства НААН. – К., 2014. – 38 с.

11. Кузьмін О. Кластери як чинник інноваційного розвитку підприємств і територіальних утворень / О. Кузьмін, В. Жежуха // Економіка України, 2010. – №2. – С. 14-23.

12. Міценко Н. Г. Локальна інтегрована система “заготівлі-переробка-реалізація” / Н. Г. Міценко // Науковий вісник Полтавського університету економіки та торгівлі : зб. наук. пр. (Серія економічна). – 2011. – №1 (45). – С. 90-95.

13. Несторенко О. В. Резерви розвитку економічного регіону на основі кластерної моделі / О. В. Несторенко, В. М. Тимофєєв // Всеукраїнська науково-практична конференція “Економічний розвиток України в актуальному просторі і часі” (27-28 жовтня 2006 року, Харків) : збірник наукових праць “Управління розвитком”. – Х. : ХНЕУ, 2006. – С. 44-45.

14. Саблук П. Т. Кластеризація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки / П. Т. Саблук, М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2010. – №1. – С. 3-12.

15. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці / С. І. Соколенко. – К. : Логос, 2004. – 848 с.

16. Семенов Г. А. Створення кластерних об'єднань в умовах нової економіки : монографія / Г. А. Семенов, О. С. Богма. – Запоріжжя : КПУ, 2008. – 244 с.

17. Павлюк А. П. Кластерна модель регіональної економіки: теоретико-методологічні засади / А. П. Павлюк // Продуктивні сили України. – 2009. – М 1 (005). – С. 105-113.

18. Пісоцький А. А. Формування агропромислових кластерів як напрям стратегії економічного зростання / А. А. Пісоцький // Вісник Сумського національного аграрного університету (Серія : Фінанси і кредит). – 2012. – №1. – С. 66-68.

19. Посібник з кластерного розвитку [Електронний ресурс]. – К., 2006. – 37 с. – Режим доступу: <http://economy.gov.ua/>.

20. Рибак Я. Я. Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація як засіб розвитку особистих селянських господарств / Я. Я. Рибак // Економіка АПК. – 2014. – №9. – С. 103-107.

21. Рикун О. М. Кооперативний розвиток малого підприємництва в аграрному виробництві / О. М. Рикун // Агросвіт. – 2009. – №1. – С. 31-34.

22. Розвиток сільських територій в системі євроінтеграційних пріоритетів України : монографія (Сер. Проблеми регіонального розвитку) / [наук. ред. В. В. Борщевський]. – Львів, 2012. – 216 с.

23. Оскольский В. О. О перспективах становления конкурентоспособной региональной экономики / В. О. Оскольский // Экономика Украины. – 2007. – № 12. – С. 4-11.

24. Черевко І. Проблеми і перспективи розвитку сільських територій в Україні / І. Черевко // Аграрна економіка. – 2012. – Т. 5. – №3-4. – С. 95-100.

25. Черевко І. Наукові і практичні аспекти сільської кооперації : зб. наук. доп. – Львів : ЛНАУ, 2013. – С. 200-205.

26. Цихан Т. В. Кластерна теорія економічного розвитку / Т. В. Цихан // Теория и практика управления. – 2003. – № 5.

27. Шкоп Я. Региональный агрокластер / Я. Шкоп // Аграрный эксперт. – 2009. – №5. – С. 54-55.

28. Концепція створення кластерів в Україні (проект від 29.08.2008 р.) / Міністерство економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=121164.

29. Державна стратегія регіонального розвитку України до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/247566248>.

30. Сайт Державного фонду регіонального розвитку міністерства регіонального розвитку, будівництва та ЖКГ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: dfr.minregion.gov.ua/projects-list.

31. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf.

REFERENCES

1. Bohma, O. S. (2010), Antykrizove upravlinnia na osnovi klasterneho pidkholdu, Suchasni problemy sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku rehioniv : monohrafiia, IMA-pres, Dnipropetrovs'k, 436 s.

2. Biesiedin, M. O. and Biesiedina, H. Ye. (2011), Klasterna orhanizatsiia ta upravlinnia ahropromyslovym vyrobnytstvom, *Ekonomika APK*, s. 9-14.

3. Borodina, O. M. (2014), Intehratsiia dribnykh sil'skohospodars'kykh vyrobnykiv do ahroproduvol'chyykh lantsiuhiv dodanoi vartosti: metodolohichni pidkhody ta empyrychni doslidzhennia, *Ekonomika i prohnozuvannia*, №2, s. 73-84.

4. Borschevs'kyj, V. V. and Mahas, V. M. (2014), Sil'skohospodars'ka kooperatsiia: rynkovi mekhanizmy rozvytku, *Ekonomika APK*, №10, s. 14-19.

5. Vojnarenko, M. P. (2008), Klasteri v ekonomitsi: analiz teorii i praktyky : monohrafiia, KhNU, Khmel'nyts'kyj, s. 220.

6. Hryshova, I. Yu. and Prysiazhniuk, A. Yu. (2011), Klasteri v APK : problemy ta perspektyvy rozvytku, *Ekonomika APK*, №4, s. 142-146.

7. Kovtun, O. I. (2013), Neokooperatyvna model' rozvytku aharnoho sektoru vitchyznianoj ekonomiky, *Ukrains'kyj naukovyj zhurnal "Ekonomist"*, № 7 (321), s. 36-39.

8. Kovtun, O. I. (2012), Klasteri iak zasib aktyvizatsii rozvytku vitchyznianoj ekonomiky. Kolektyvna monohrafiia : Ekonomichni systemy. Ch. 3., Vyd-vo LKA, L'viv, 490 s., s. 275-303.

9. Kooperuvannia ta ahropromyslova intehratsiia fermers'koho vyrobnytstva, available at: <http://agroua.net/economics/documents>.

10. Kropyvko, M. F. (2014), Pro intehrovani formuvannia ta perspektyvy ikh rozvytku v Ukraini,

Mater. zahal. zb. Viddilennia ahrarnoi ekonomiky i prodovol'stva NAAN, K., 38 s.

11. Kuz'min O. and Zhezhukha V. (2010), Klastery iak chynnyk innovatsijnoho rozvytku pidpriemstv i terytorial'nykh utvoren', *Ekonomika Ukrainy*, №2, s. 14-23.

12. Mitsenko, N. H. (2011), Lokal'na intehrovana systema "zahotivli-pererobka-realizatsiia", *Naukovyj visnyk Poltav'skoho universytetu ekonomiky ta torhivli* : zb. nauk. pr. (Serii ekonomichna), №1 (45), s. 90-95.

13. Nestorenko, O. V. and Tymofieiev, V. M. (2006), Rezervy rozvytku ekonomichnoho rehionu na osnovi klasternoi modeli, Vseukrains'ka naukovo-praktychna konferentsiia "Ekonomichnyj rozvytok Ukrainy v aktual'nomu prostori i chasi" (27-28 zhovtnia 2006 roku, Kharkiv) : zbirnyk naukovykh prats' "Upravlinnia rozvytkom", KhNEU, Kh., s. 44-45.

14. Sabluk, P. T. and Kropyvko, M. F. (2010), Klasteryzatsiia iak mekhanizm pidvyschennia konkurentospromozhnosti ta sotsial'noi spriamovanosti ahrarnoi ekonomiky, *Ekonomika APK*, №1, s. 3-12.

15. Sokolenko, S. I. (2004), Klastery v hlobal'ni ekonomitsi, Lohos, K., 848 s.

16. Semenov, H. A. and Bohma, O. S. (2008), Stvorennia klasternykh ob'iednan' v umovakh novoi ekonomiky : monohrafiia, KPU, Zaporizhzhia, 244 s.

17. Pavliuk, A. P. (2009), Klasterna model' rehional'noi ekonomiky: teoretyko-metodolohichni zasady, *Produktyvni syly Ukrainy*, M 1 (005), s. 105-113.

18. Pisots'kyj, A. A. (2012), Formuvannia ahropromyslovykh klasteriv iak napriam stratehii ekonomichnoho zrostannia, *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu* (Serii : Finansy i kredyt), №1, s. 66-68.

19. Posibnyk z klasternoho rozvytku (2006), K., 37 s., available at: <http://economymk.gov.ua/>.

20. Rybak, Ya. Ya. (2014), Sil'skohospodars'ka obsluhovuiucha kooperatsiia iak zasib rozvytku osobystykh selians'kykh hospodarstv, *Ekonomika APK*, №9, s. 103-107.

21. Rykun, O. M. (2009), Kooperatyvnyj rozvytok maloho pidpriemnytstva v ahrarnomu vyrobnytstvi, *Ahrosvit*, №1, s. 31-34.

22. Rozvytok sil's'kykh terytorij v systemi ievrointehratsijnykh prioritetiv Ukrainy : monohrafiia (Ser. Problemy rehional'noho rozvytku), nauk. red. V. V. Borschevs'kyj (2012), L'viv, 216 s.

23. Oskol'skyj, V. O. (2007), O perspektyvakh stanovleniia konkurentosposobnoj rehyonal'noj ekonomiky, *Ekonomika Ukrainy*, № 12, s. 4-11.

24. Cherevko I. (2012), Problemy i perspektyvy rozvytku sil's'kykh terytorij v Ukraini, *Ahrarna ekonomika*, T. 5. - №3-4, s. 95-100.

25. Cherevko I. (2013), Naukovi i praktychni aspekty sil's'koi kooperatsii : zb. nauk. dop., LNAU, L'viv, s. 200-205.

26. Tsykhan, T. V. (2003), Klasterna teoriia ekonomichnoho rozvytku, *Teoriia y praktyka upravleniia*, № 5.

27. Shkop Ya. (2009), Rehyonal'nyj ahroklaster, *Ahrarnyj ekspert*, №5, s. 54-55.

28. Kontseptsii stvorennia klasteriv v Ukraini (proekt vid 29.08.2008 r.) / Ministerstvo ekonomiky Ukrainy, available at: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=121164.

29. Derzhavna stratehiia rehional'noho rozvytku Ukrainy do 2020 roku, available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/247566248>.

30. Sajt Derzhavnoho fondu rehional'noho rozvytku ministerstva rehional'noho rozvytku, budivnytstva ta ZhKH Ukrainy, available at: dfr.minregion.gov.ua/projects-list.

31. Stratehiia staloho rozvytku Ukrainy do 2030 roku, available at: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf.

Стаття надійшла до редакції 5 липня 2019 р.

УДК 005:001.8+005.96:61(477)

Крук С. М.,

kryksvitlana7@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1203-7284

спеціаліст відділу організації медичної допомоги дорослому населенню управління медичної допомоги населенню департаменту охорони здоров'я Львівської обласної державної адміністрації, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНОЇ МЕДИЦИНИ

***Анотація.** У статті досліджуються питання розвитку наукової активності як основного драйвера креативних перетворень в системі охорони здоров'я України. Структурні соціально-економічні перетворення потребують перебудови взаємовідносин із міжнародними фінансовими організаціями. Пріоритетом при укладанні міждержавних угод є проекти спільних наукоємних досліджень, розробки креативних високотехнологічних медичних технологій. Метою статті є визначення місця та особливостей розвитку творчо-наукового потенціалу у сфері медичних креативних трансформацій, окреслення проблемних зон креативізації вітчизняної медицини та можливих перспектив вирішення означених проблем. У ході дослідження встановлено, що попри рівномірність секторального розподілу за роками спостерігається стабільна тенденція до скорочення кількості креативно-активних організацій. Національна академія медичних наук (НАМК) об'єднує 36 державних наукових установ, самостійно обирає напрямки проведення наукових досліджень, розробляє напрями наукових пошуків. Наявність високоосвічених людських ресурсів забезпечується відповідними напрямками у державних та приватних медичних університетах, закладах післядипломної освіти. Аналіз патентної активності засвідчив значне переважання товарних знаків, тоді як корисні моделі становлять 17%, винаходи - 7,6%, промислові зразки - 4,5%. Пріоритетним напрямом наукової діяльності НАМН України є розвиток інформаційних технологій, розробляються наукові проекти у галузі біотехнологій. Однак якість медичних послуг в Україні значно відстає від промислово високорозвинених держав, що вимагає переходу до світових стандартів в медичній освіті і науці. Інтелектуальний потенціал вітчизняної медичної науки відображається через динаміку наукових праць і захищених дисертацій, однак сприйняття наукової діяльності як формальної вимоги для кар'єрного просування призводить до її профанації. Глобалізаційна орієнтація досліджень відкриває перспективи інтеграції з Європейським дослідницьким простором, але вимагає наближення інституційного забезпечення науки до вимог ЄС. Засвідчено наявність проблем диспропорційності і загальну недостатність фінансування вітчизняної наукової галузі, що вимагає переходу до грантового фінансування наукової активності медиків, потреби у змінах в системі управління наукою, оптимізації менеджменту наукових установ.*

Ключові слова: система охорони здоров'я, конкуренція, високотехнологічні інновації, креативна активність, наукові дослідження.

Kruk S. M.,

kryksvitlana7@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1203-7284,

Specialist of the Department of Organization of Medical Aid to the Adult Population of the Department of Medical Aid to the Population of Health Department of Lviv Regional State Administration, Lviv

PECULIARITIES OF CREATIVE POTENTIAL DEVELOPMENT OF DOMESTIC MEDICINE

***Abstract.** The article deals with the development of scientific activity as the main driver of creative transformations in the healthcare system of Ukraine. Structural socio-economic transformations require restructuring of relationships with international financial institutions. Priority in concluding interstate agreements is projects of joint science-intensive research, development of creative high-tech medical technologies. The purpose of the article is to determine the place and peculiarities of development of creative and scientific potential in the field of medical creative transformations, delineation of problem areas of creativization of domestic medicine and possible prospects for solving these problems. The study found that despite the uniformity of sectoral distribution over the years, there is a stable tendency to reduce the number of creatively active organizations. The National Academy of Medical Sciences (NAMC) unites 36 state-owned scientific institutions, independently selects research areas and develops research directions. The availability of highly educated human resources is ensured by appropriate directions in public and private medical universities, postgraduate institutions. Analysis of patent activity showed a significant dominance of trademarks, while useful models accounted for 17%, inventions 7.6%, industrial designs 4.5%. Priority direction of scientific activity of NAMS of Ukraine is development of information technologies, in particular scientific projects in the field of biotechnologies are being developed. However, the quality of medical services in Ukraine is far behind industrialized*

nations, which requires a transition to world standards in medical education and science. The intellectual potential of domestic medical science is reflected through the dynamics of scientific works and defended dissertations, but the perception of scientific activity as a formal requirement for career advancement leads to its profanity. The globalization of research orientation opens up the prospect of integration with the European Research Area, but requires the approximation of institutional support for science to EU requirements. The problems of disproportionality and the general insufficiency of financing of the national scientific branch, requiring the transition to grant financing of scientific activity of physicians, the need for changes in the system of management of science, optimization of management of scientific institutions, have been proved.

Key words: health care system, competition, high-tech innovation, creative activity, research.

JEL Classification: A12, I00, O10, O19, O30

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-02>

Постановка проблеми. Інтелектуалізація економіки визначає новітній, інформаційний тип економічного зростання, ключовим фактором якого є бурхливий розвиток науки у всіх сферах життєдіяльності. В медицині інформаційний уклад характеризується численними фундаментальними відкриттями, прискореним розвитком комунікаційних систем, повсюдним використанням комп'ютерних технологій. Попри доволі повільне реагування галузі охорони здоров'я на креативні збурення зовнішнього середовища, в умовах жорсткої конкуренції медичні установи різного рівня все частіше й активніше впроваджують передові технології та інновації. Високий рівень конкурентних відносин на світовому ринку новітніх медичних технологій зумовлює спрямування значних інвестиційних потоків в розробку нових і удосконалення існуючих процесів і технологій надання медичної допомоги, пошук шляхів зниження витрат для її більшої доступності та ефективності. Сучасні тренди охорони здоров'я акцентують увагу дослідників на двох основних чинниках – вартості та ефективності надання медичних послуг, що зумовлює появу принципово нових моделей їх надання. Структурні соціально-економічні перетворення, започатковані в Україні, потребують і певної перебудови взаємовідносин із міжнародними фінансовими організаціями. Пріоритетом при укладанні міждержавних угод про залучення портфельних іноземних інвестицій в розвиток вітчизняної медицини сьогодні є проекти створення спільних наукоємних досліджень, розробки креативних високотехнологічних медичних технологій. Отож, розвиток наукової активності як основного системного драйвера креативних перетворень в індустрії охорони здоров'я має беззаперечно важливе значення для створення економічно ефективних інноваційних моделей медичного обслуговування в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значні перетворення у сфері охорони здоров'я, інструменти та механізми управління розвитком персоналу дуже мало досліджені сучасними науковцями. Лише поодинокі праці висвітлюють окремі аспекти системи управління персоналом закладів охорони здоров'я [2, 4], описують сучасний інструментарій управління розвитком людських ресурсів в галузі [1], вивчають досвід

зарубіжних країн з розвинутою системою охорони здоров'я [2, 6], а також аналізують інші реалії, потенціал та можливості галузі охорони здоров'я України [12]. З різним ступенем розкриття ієрархічності моделі рекомендації авторів зазначених наукових праць зосереджені на питаннях формування кадрової політики і стратегії медичних організацій, перегляду систем мотивації персоналу, удосконалення механізмів розвитку кадрів. Однак до сьогодні поза увагою науковців залишаються питання побудови сучасної парадигми управління креативним розвитком науково вмотивованих спеціалістів системи охорони здоров'я, розробка стратегічних механізмів активізації їх креативного потенціалу, соціально-психологічні аспекти науково-творчої діяльності медиків, економічні та соціальні методи впливу на якість проведених і заявлених наукових досліджень на загальнонаціональному рівні.

Постановка завдання. Метою написання статті є дослідити місце та особливості розвитку творчо-наукового потенціалу у сфері медичних креативних трансформацій, окреслити проблемні зони креативізації вітчизняної медицини та можливі перспективи вирішення означених проблем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Акцентування національних стратегічних пріоритетів України на розвитку економіки знань гостро порушує питання підвищення ефективності фундаментальної та прикладної вітчизняної науки, що вимагає детального розгляду та критеріальної оцінки всіх аспектів її функціонування. Зокрема, чинним Порядком оцінки розвитку діяльності наукової установи передбачено систему показників оцінювання наукового потенціалу, результативності і перспектив діяльності наукової установи:

1. Рівень цільової орієнтації досліджень: відповідність тематики наукових робіт пріоритетним напрямом розвитку науки і техніки; відповідність тематики наукових робіт завданням за державним замовленням.

2. Оцінка результатів науково-технічної діяльності: рівень використання потенціалу для виконання робіт; найбільш вагомими результати фундаментальних досліджень, отриманих за попередні п'ять років; найбільш вагомими результати прикладних досліджень і науково-технічних розробок, отриманих за попередні п'ять років.

Таблиця 1

Динаміка та секторальний розподіл організацій, що здійснювали наукові дослідження і розробки в Україні у 2014-2018 рр. [3]

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	2018/ 2017, %	2018/ 2014, %
Кількість організацій, що виконували НДР, од.	1143	999	984	972	963	99,1	84,3
у т.ч.: – державний сектор економіки, %	44,4	42,0	45,5	46,6	45,8	98,3	103,2
- підприємницький сектор економіки, %	39,9	42,2	38,8	37,7	39,0	103,4	97,7
- заклади вищої освіти, %	15,7	15,8	15,7	15,7	15,2	96,8	96,8

3. Оцінка перспектив розвитку науково-технічної діяльності: суспільна потреба в результатах досліджень і розробок; важливість профілю діяльності установи (від ординарної до унікальної); забезпечення кадровими, фінансовими та матеріально-технічними ресурсами, необхідними для утримання наукової установи та розвитку досліджень; інноваційні перспективи діяльності на наступні два роки; рівень найбільш значних досліджень і розробок, що передбачається завершити у наступні два роки [5].

Динаміку провадження та секторальний розподіл наукової діяльності вітчизняними організаціями представлено в табл. 1.

Як бачимо, попри рівномірність секторального розподілу за роками спостерігається стабільна тенденція до незначного скорочення кількості організацій, що проводили наукову та креативно-дослідницьку діяльність. Щодо їх підпорядкування, то слід відзначити, що у 2018 р. у Національній академії наук України було задіяно 181 наукову

організацію (у 2014 р. – 196 організацій), у т.ч. у Міністерстві охорони здоров'я України та у Національній академії медичних наук (НАМН) – по 35 організацій (у 2014 р. – 16 наукових організацій).

Згідно з чинним законодавством України [9] НАМН, яка об'єднує у своїй діяльності 36 державних наукових установ, самостійно обирає напрямки проведення наукових досліджень, розробляє напрями наукових пошуків. Отож, її науковці є основним системоутворюючим ядром проведення наукових досліджень, постають рушійною силою креативних перетворень, що визначають статус вітчизняної медичної науки на світовому та європейському просторах. Аналіз розподілу патентної активності НАМН показує, що 70,8% поданих заявок припадає на знаки для товарів і послуг (20,2% з них подано за Мадридською системою), 17,1% становлять заявки на корисні моделі, 7,6% – на винаходи, 4,5% – на промислові зразки (табл. 2).

Таблиця 2

Розподіл заявок на винаходи і корисні моделі в галузі охорони здоров'я [7]

Вид економічної діяльності	2014	2015	2016	2017	2018
<i>I</i>	2	3	4	5	6
Усього за всіма сферами суспільного життя України	7567	7336	6423	7531	7150
За органами державного управління:					
Міністерство охорони здоров'я України	1101	1545	1192	2048	1648
Національна академія медичних наук України	376	344	328	384	287
За видами економічної діяльності					
Виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	24	14	11	59	39
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	159	158	185	186	144
Наукові організації з найвищою винахідницькою активністю					
Усього за науковими організаціями	1632	1829	1399	2264	1823
Український державний науково-дослідний інститут реабілітації інвалідів	112	484	228	1038	640
Інститут фармакології та токсикології НАМН України	6	3	4	7	22
Інститут нейрохірургії НАМН України	18	25	19	28	20
Національний інститут раку	46	30	11	25	19
Фізико-хімічний інститут захисту навколишнього середовища і людини НАН України	10	9	12	8	16

1	2	3	4	5	6
Заклади освіти з найвищою винахідницькою активністю					
Усього за закладами освіти	5042	4664	4281	4458	4561
Буковинський державний медичний університет	80	123	63	129	147
Тернопільська державна медична академія ім. І.Я. Горбачевського	37	48	65	95	128
Харківський національний медичний університет	78	77	67	104	113
Одеський національний медичний університет	104	101	71	60	86
Національний медичний університет ім. О.О. Богомольця	225	181	205	56	84
Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького	31	47	83	95	74
ВДНЗ України “Українська медична стоматологічна академія”	3	50	57	78	69
Національна медична академія післядипломної освіти імені П.Л. Шупика	53	41	35	59	61

Кількість поданих заявок на корисні моделі у 2018 р. зменшилася на 4,7% порівняно з 2017 р., що спричинено зменшенням активності вітчизняних заявників. Найбільша кількість як вітчизняних, так і іноземних заявок стосувалися напрямів медичної техніки (відповідно 11,2% та 11,4%), аналізу біологічних матеріалів (10,3% та 10,4%), вимірвальних систем (6,7% та 6,8%), лікарських препаратів (6,5% та 6,6%), харчової хімії (6,2% та 6,3%) .

Розвиток інформаційних технологій є пріоритетним напрямом наукової діяльності НАМН України, що цілком співвідноситься з проголошеною на державному рівні політикою діджиталізації життєво необхідних для населення державних послуг і підвищення технологічного рівня медичної галузі для здійснення технологічного прориву. Серед найбільш значущих креативних розробок у галузі медицини 2017-2019 рр. варто відзначити проект впровадження грид-технологій на базі інформаційно-обчислювальної мережі для потреб медицини, фармакології, генетичної інженерії [8], результати якого створюють реальні інструменти для подальших креативних розробок у галузі. Висока достовірність комп'ютеризованого розв'язку дискретних моделей дозволяє перейти у надточних розрахунках медичної галузі від традиційних однопроцесорних до кластерних технологій і створення програмно-технічних комплексів із використанням віддаленого доступу.

НАМН України активно розробляє доволі велику кількість наукових проектів у галузі біотехнологій, результати яких суттєво впливають на технологічне переоснащення та креативно-інноваційний розвиток вітчизняних медичних установ. Основними напрямками наукових досліджень у 2017-2019 рр. були: 1) клітинні та молекулярні технології для медицини та сільськогосподарства; 2) генно-інженерні технології з використанням рекомбінантних білків для діагностики та лікування інфекційних та інших поширених захворювань; 3) методи молекулярної діагностики

спадкових та злоякісних захворювань; 4) нове покоління лікарських препаратів для профілактики та лікування серцево-судинних, неврологічних й інфекційних захворювань; 5) створення системи виявлення та моніторингу генетично модифікованих організмів на ринку України; 6) створення ефективної системи протидії біоагрозам різноманітного походження, а саме: біобезпека, пов'язана з ліками, епідеміями, проявами біотероризму [8].

Слід відзначити, що значна частина проектів здійснюється у взаємодії з іншими науковими організаціями НАН України. Так, науковий проект НАН України “Створення типового пілотного модуля виявлення та ідентифікації, контролю та попередження несанкціонованого розповсюдження ядерно-радіаційних матеріалів на об'єктах ядерної енергетики, магістральних шляхах, державному кордоні” відповідає державним пріоритетам раціонального використання природно-ресурсного потенціалу та створення новітніх біотехнологій для охорони здоров'я, фармакології, ВПК та АПК. Розробка системи технічних засобів з високою чутливістю є також актуальною задачею ядерно-радіаційної безпеки. Розроблений експериментальний зразок модуля, який не має аналогів в Україні, дозволяє у режимі реального часу визначити надслабкі рівні радіаційного випромінювання для попередження розповсюдження радіаційного забруднення в оточуючому середовищі.

Важливою передумовою ефективного розвитку креативного потенціалу вітчизняної медицини є наявність високоосвічених людських ресурсів, який забезпечується в Україні відповідними напрямками у 14 державних та 5 приватних медичних університетах, а також 3 закладах післядипломної освіти, де навчається більше 150 тис. громадян України (рис. 1) та понад 23 тис. іноземних студентів. Науково-навчальний процес у закладах освіти забезпечують 112 тис. викладачів, з яких 1,8 тис. – доктори наук, 7,1 тис. – кандидати наук.

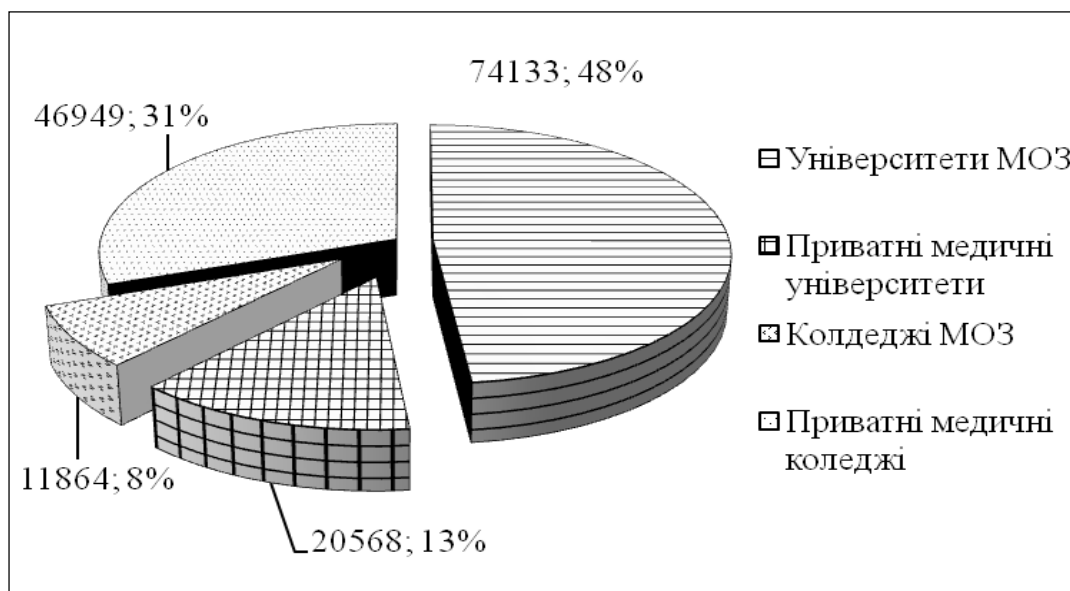


Рис. 1. Розподіл студентів медичного профілю за закладами освіти у 2018-2019 н.р. [11]

Щороку із закладів медичної та фармацевтичної освіти МОЗ випускається більше 10 тис. осіб освітнього рівня спеціаліст (магістр). Водночас досі залишається нерозробленою система прогнозування потреби в медичних кадрах, а використувані в галузі реєстри медичних працівників побудовані за давно застарілими принципами радянської медицини. Так, в Україні на 1 млн населення у 2018 р. припадало 230 випускників медичних факультетів, тоді як у США цей показник сягав лише 58 осіб, а у Німеччині – 76, в Японії – 61 особу. Попри це якість надання медичних послуг в Україні все ще значно відстає від якості в промислово високорозвинених державах. Отож, нагально постає проблема переходу до європейських (світових) стандартів в медичній освіті і науці [13].

У першу чергу це стосується критеріїв відбору майбутніх спеціалістів. Так, проведений МОЗ України кореляційний аналіз результатів ЗНО та успішності у подальшому складанні ліцензійного іспиту КРОК засвідчив пряму залежність цих навчальних результатів. Серед студентів-медиків з результатами ЗНО вище 150 балів з кожного предмета кількість таких, що не склали КРОК 1 з першого разу, коливалась у розмірах 7,7-9,7%, тоді як при результатах ЗНО менше 150 балів відповідна кількість неспроможних з першого разу скласти КРОК 1 сягала 20,1-42,3% [11]. Практика

встановлення більш жорстких вимог при вступі на медицину поширена в різних країнах світу. Так, наприклад, у Великобританії у кандидатів до вступу в медичні заклади за тестом UKCAT виявляють відповідні ментальні здібності, враховують академічні результати, мотиваційні листи, рецензії вчителів. У Нідерландах на медичні спеціальності можуть вступати випускники лише шкіл системи HAVO і VWO, які спеціалізуються на вивченні в старших класах біології, хімії та математики.

Інтелектуальний потенціал вітчизняної медичної науки найповнішим чином відображається через динаміку кількості наукових праць і захищених дисертацій. Водночас усталеність вітчизняної медичної практики призводить до необхідності мати науковий ступінь для претендування на адміністративні посади в галузі. Викривлене сприйняття наукової діяльності як суто формальної вимоги для кар'єрного просування часто призводить до профанації та імітації наукового пошуку. Разом з тим, у загальній кількості медичних працівників частка виконавців наукових досліджень у 2018 р. становила менше 1%. Зважаючи на необхідність термінового здійснення наукового прориву для успішного конкурентного розвитку вітчизняної медицини, важливо порівняти ці дані з відповідними показниками країн – креативних лідерів і таких, що тільки починають розкривати власний науковий потенціал (рис. 2).

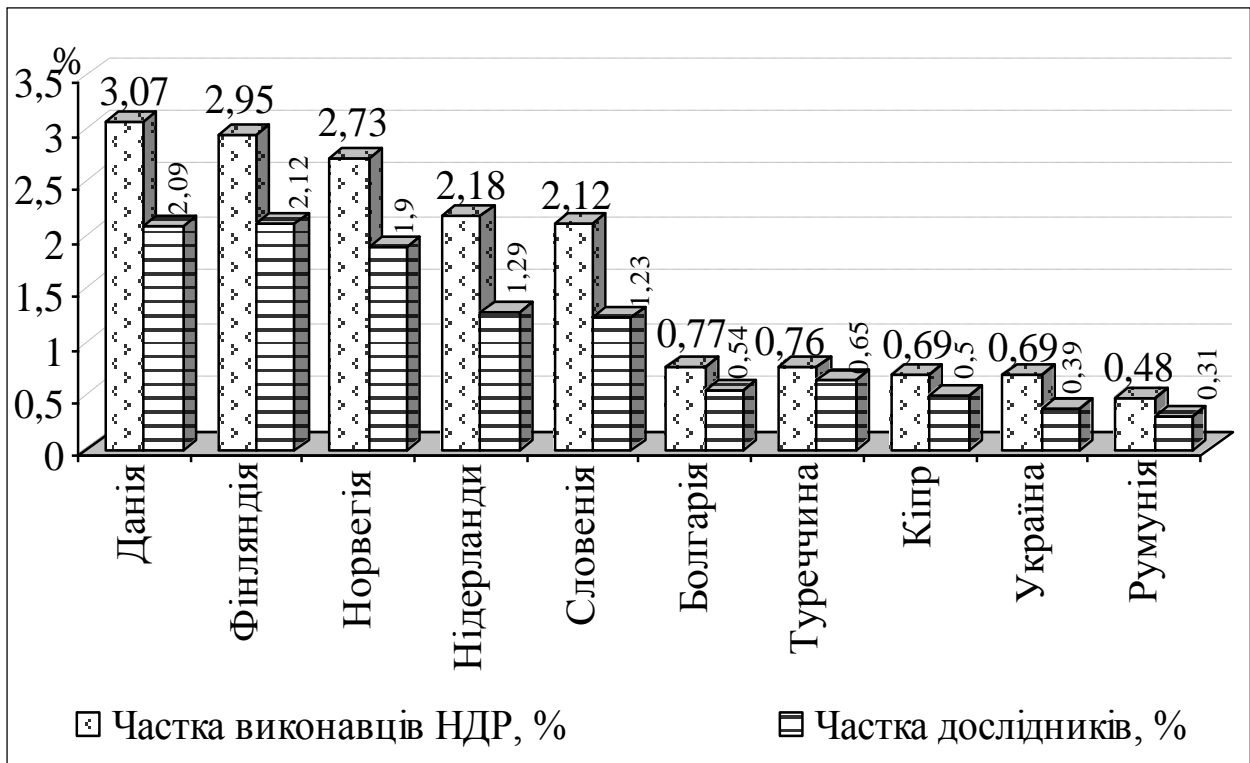


Рис. 2. Частки наукового персоналу в медичній галузі України та деяких інших країн у 2018 р. (за даними [13])

Орієнтація вітчизняних медичних досліджень у бік глобалізаційного науково-економічного простору відкриває перспективи інтеграції з Європейським дослідницьким простором, але також вимагає наближення вітчизняного інституційного забезпечення науки до політики ЄС у відповідній сфері. У той же час дуже малою є частка вітчизняних наукових публікацій з медицини у виданнях, що індексуються наукометричними базами даних Scopus та Web of Science. Так, в журналах, що індексуються Scopus, станом на кінець 2019 р. зафіксовано лише 171571 вітчизняну публікацію, з яких на медичну проблематику припадає лише 9942 публікації (5,8%), на фармацевтичну – ще 2048 (1,2%). Отож, нескладні підрахунки доводять, що більшість науковців за останні 5 років у виданнях, індексованих наукометричними базами, не публікувалися жодного разу, а отже, їх внесок у розвиток світової науки є мізерним.

Зазначимо, що науково-дослідницька діяльність вітчизняних медичних установ залежить у першу чергу від дій НАН України як головного розпорядника бюджетних коштів, виділених для наукових цілей. На жаль, доводиться констатувати не лише про наявність проблем диспропорційності, але і про загальну недостатність фінансування вітчизняної наукової галузі. Так, частка загального обсягу витрат на наукові дослідження і креативні розробки у ВВП у 2018 р. становила лише 0,45%, у

т. ч. за рахунок коштів державного бюджету 0,16% [3], що жодним чином не співвідноситься з аналогічними витратами в країнах-учасниках Європейського співтовариства (рис. 3).

На ефективність бюджетного фінансування наукових розробок вітчизняної медицини негативно впливає недосконалість (а подекуди і відсутність) практики цільових призначень фінансових потоків, в яких не враховується пріоритетність та якість науково-медичних розробок. Крім того, значною проблемою для інвестування наукової діяльності є неможливість повноцінної грантової підтримки наукових проєктів [10].

Отож, сьогодні активно вивчаються інституційні питання доцільності переходу від базового до грантового фінансування наукової активності медиків, потреби у змінах в системі управління наукою, її наближення до власне системи надання медичних послуг (в т. ч. використання спонсорської підтримки приватного сектору у виконанні наукових досліджень на замовлення), комерціалізації з оптимізацією менеджменту діяльності наукових установ. На шляху до євроінтеграції української медичної науки є позитивний досвід активного розвитку медицини передових країн світу, ключову роль в якому відіграє зростання наукоємності і креативної активності, фінансове, ресурсне та кадрове забезпечення галузі.

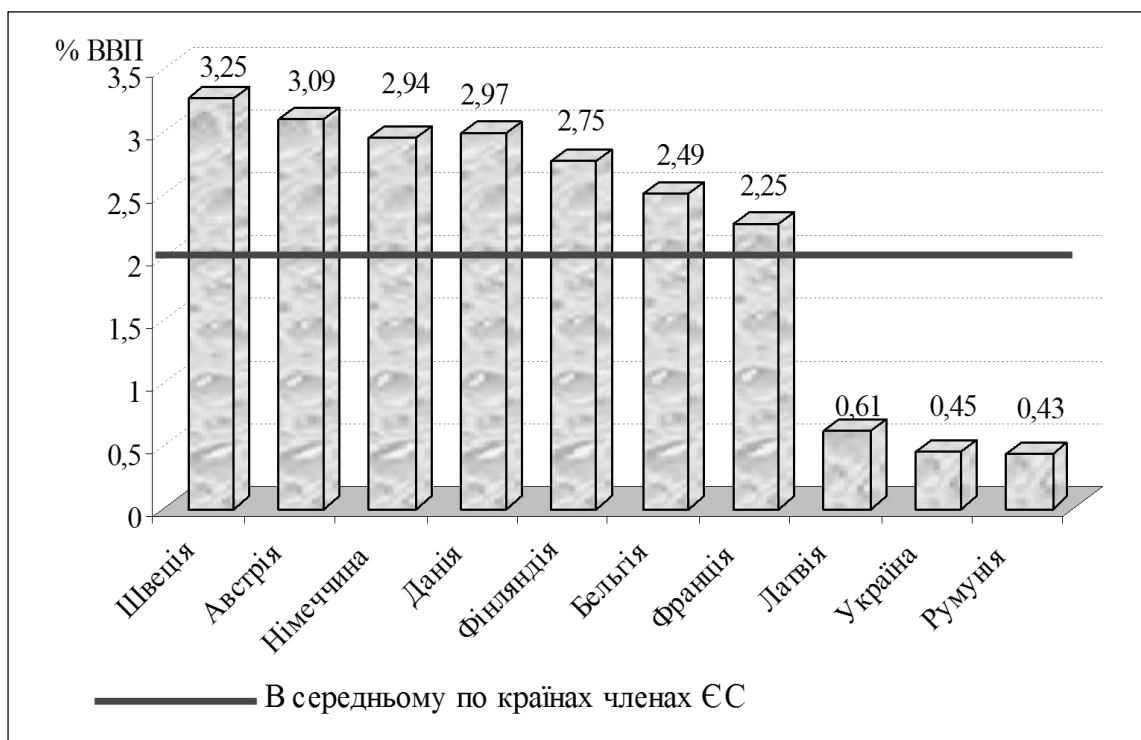


Рис. 3. Порівняння частки обсягу витрат на науково-дослідницьку діяльність у ВВП України та деяких інших країн у 2018 р. [3, 13]

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Перспективний дизайн розвитку медичної науки передбачає кардинальні трансформації, вектори яких знаходяться на перетині низки соціально-економічних протиріч. З одного боку, креативна трансформація української медицини є запорукою перспектив національної безпеки і поступального соціально-економічного розвитку. З іншого, реальний стан наукових досліджень у галузі свідчить про критичне зменшення якісних та кількісних показників наукового потенціалу медичної науки, а стійка тенденція до зменшення частки ВВП на витрати вітчизняної науки призвела як до зменшення кількості наукових працівників, так і до втрати престижності наукової діяльності. На нашу думку, існує доцільність збереження і підтримання позитивних ініціатив, які при впровадженні виявили свою ефективність (медичну, соціальну, економічну), зберегти інтелектуальні ресурси й оновити їх молодими науковцями, зацікавленими в роботі на сучасних наукових базах з привабливою оплатою праці. За таких умов припиниться “відтік” наукових кадрів за кордон, стане можливим зростання престижу української медичної науки, а її креативні досягнення будуть конкурентоздатними та визнаними світовою медичною науковою спільнотою. Подальші дослідження можливостей науково-технологічного прориву у медичній галузі варто зосередити на питаннях розвитку людських ресурсів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білинська М. Розвиток інтелектуального та кадрового менеджменту в державному управлінні охороною здоров'я / М. Білинська, Т. Попченко // Головний лікар. – 2007. – № 11 (79). – С. 69-73.
2. Бобришева О. В. Ефективний розвиток та функціонування ринку медичних послуг в умовах глобалізації економіки та інтеграційних процесів в охороні здоров'я / О. В. Бобришева // Вісник Дніпропетровського університету. Серія “Економіка”. – 2014. – Вип. 8-2. – С. 12-18.
3. Державна служба статистики. Наука, технології та інновації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Короленко В. В. Кадрова політика у сфері охорони здоров'я України в контексті європейської інтеграції : монографія / В. В. Короленко, Т. П. Юрочко. – К. : КІМ, 2018. – 96 с.
5. Методика оцінювання ефективності діяльності наукових установ Національної академії наук України : постанова Президії НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nas.gov.ua/legaltexts/DocPublic/P-180711-241-1.pdf>.
6. Міхальчук В. М. Підготовка управлінських кадрів для галузі охорони здоров'я [Електронний ресурс] / В. М. Міхальчук. – Режим доступу: http://www.hcm.in.ua/wpcontent/uploads/pidgotovka_upravlin_skih_kadriv_dlya_galuzi_ohoroni_zdorovya_mihalchuk_v.m.pdf.
7. Наукова діяльність НАМН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://amnu.gov.ua/category/naukova-diyalnist/>.

8. Науково-технічні (інноваційні) проекти НАН України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www1.nas.gov.ua/innovations/Guidelines/2/Pages/2_1.aspx.

9. Основи законодавства про охорону здоров'я : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>.

10. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2018 році. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України. – К. : НІСД, 2018. – 688 с.

11. Про схвалення Стратегії розвитку медичної освіти в Україні : Розпорядження КМУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/95-2019-%D1%80>.

12. Ровенська В. В. Управління персоналом закладів охорони здоров'я в нових умовах господарювання та перспективи розвитку в Україні / В. В. Ровенська, Є. О. Саржевська // Економічний вісник Донбасу. – 2019. – № 3(57). – С. 162-168.

13. European Commission. Statistical reports Product Labour Force Survey in the EU, candidate and EFTA countries – Main characteristics of national surveys 2018 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-reports/-/KS-TF-18-002?inheritRedirect=true&redirect=%2Feurostat%2Fpublications%2Fstatistical-reports>.

REFERENCES

1. Bilyns'ka M. and Popchenko T. (2007), Rozvytok intelektual'nogo ta kadrovoho menedzhmentu v derzhavnomu upravlinni okhoronoiu zdorov'ia, *Holovnyj likar*, № 11 (79), s. 69-73.

2. Bobrysheva, O. V. (2014), Efektyvnyj rozvytok ta funktsionuvannia rynku medychnykh posluh v umovakh hlobalizatsii ekonomiky ta intehratsiinykh protsesiv v okhoroni zdorov'ia, *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu*. Seriiia "Ekonomika". Vyp. 8-2, s. 12-18.

3. Derzhavna sluzhba statystyky. Nauka, tehnolohii ta innovatsii, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

4. Korolenko, V. V. and Yurochko, T. P. (2018), Kadrova polityka u sferi okhorony zdorov'ia Ukrainy v

konteksti ievropejs'koi intehratsii : monohrafiia, KIM, K., 96 s.

5. Metodyka otsiniuvannia efektyvnosti diial'nosti naukovykh ustanov Natsional'noi akademii nauk Ukrainy : postanova Prezydii NAN Ukrainy, available at: <http://www.nas.gov.ua/legaltexts/DocPublic/P-180711-241-1.pdf>.

6. Mikhal'chuk, V. M. Pidhotovka upravlins'kykh kadriv dlia haluzi okhorony zdorov'ia, available at: http://www.hcm.in.ua/wpcontent/uploads/pidgotovka_upravlin_skih_kadriv_dlya_galuzi_ohoroni_zdorovya_mihalchuk_v.m.pdf.

7. Naukova diial'nist' NAMN Ukrainy, available at: <http://amnu.gov.ua/category/naukova-diyalnist/>.

8. Naukovo-tekhnicni (innovatsijni) proekty NAN Ukrainy, available at: http://www1.nas.gov.ua/innovations/Guidelines/2/Pages/2_1.aspx.

9. Osnovy zakonodavstva pro okhorony zdorov'ia : Zakon Ukrainy, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>.

10. Pro vnutrishnie ta zovnishnie stanovyshe Ukrainy v 2018 rotsi. Analitychna dopovid' do Schorichnoho Poslannia Prezydenta Ukrainy do Verkhovnoi Rady Ukrainy (2018), NISD, K., 688 s.

11. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku medychnoi osvity v Ukraini : Rozporiadzhennia KМУ, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/95-2019-%D1%80>.

12. Rovens'ka, V. V. and Sarzhevs'ka, Ye. O. (2019), Upravlinnia personalom zakladiv okhorony zdorov'ia v novykh umovakh hospodariuvannia ta perspektyvy rozvytku v Ukraini, *Ekonomichnyj visnyk Donbasu*, № 3(57), s. 162-168.

13. European Commission. Statistical reports Product Labour Force Survey in the EU, candidate and EFTA countries – Main characteristics of national surveys 2018, available at: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-reports/-/KS-TF-18-002?inheritRedirect=true&redirect=%2Feurostat%2Fpublications%2Fstatistical-reports>.

Стаття надійшла до редакції 9 вересня 2019 р.

УДК 339.727.2 (477) : 339.924

Заярна Н. М.,

zayarnaya1501@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8989-9715,

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

Процак І. І.,

ilonai Gorevna88@gmail.com,

магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Мармулевич В.-І. З.,

vikatar97@gmail.com,

магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТА ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

***Анотація.** У статті доведено, що сучасні міжнародні економічні відносини формуються та розвиваються під впливом глобалізаційних процесів, що є наслідком економічної інтеграції, яка відбувається на двосторонньому, регіональному та світовому рівнях, а їх основним генератором є прямі іноземні інвестиції, які через інтернаціоналізацію інвестиційних потоків та формування міжнародного фінансового ринку сприяють подальшому пришвидшенню лібералізації, інтеграції та глобалізації світової економіки. Проведено комплексний аналіз сучасного стану іноземного інвестування в Україні за умов глобалізації. Виявлено основні тенденції руху інвестиційних потоків, а також співвідношення обсягів надходження прямих іноземних інвестицій в економіку України та вкладення прямих інвестицій з України за 2010-2018 рр. Визначено інвестиційно привабливі фактори, які сприяють розширенню інвестиційних зв'язків України з зарубіжними партнерами. За результатами проведеної оцінки інвестиційної діяльності України можна дійти висновку, що серед першочергових завдань інтеграційної політики слід виділити покращення її інвестиційного клімату. Доведено, що рух іноземного капіталу та розвиток інвестиційного ринку на рівні вітчизняної економіки потребує: 1) уніфікації законодавчої бази; 2) розвитку інвестиційних інституцій; 3) інтернаціоналізації та інтеграції інфраструктури; 4) транснаціоналізації комерційних зв'язків, товарних та фінансових ринків тощо.*

Ключові слова: інтеграція, економічна глобалізація, прямі іноземні інвестиції, міжнародний капітал.

Zaiarna N. M.,

zayarnaya1501@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8989-9715,

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

Protsak I. I.,

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

Marmulevych V. Z.,

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

FOREIGN INVESTMENT IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION AND INTEGRATION PROCESSES

***Abstract.** The article proves that modern international economic relations are formed and developed under the influence of globalization processes, which is a consequent of economic integration taking place at bilateral, regional and global levels, and their main generator is foreign direct investment, which through the internationalization of investment flows and the formation of the international financial market contributes to further acceleration of liberalization, integration and globalization of the world economy. A comprehensive analysis of the current state of foreign investment in Ukraine in the context of globalization is conducted. The main trends of investment flows, as well as the ratio of foreign direct investment inflows into the Ukrainian economy and foreign direct investment from Ukraine for 2010-2018 are revealed. Investment attractive factors that contribute to the expansion of investment ties with foreign partners in Ukraine have been identified. According to the results of the investment activity evaluation in Ukraine, it can be concluded that the improvement of investment climate should be among the priority tasks of the*

integration policy. It is proved that the movement of foreign capital and development of the investment market at the level of the domestic economy requires: 1) the unification of the legal framework; 2) development of investment institutions; 3) internationalization and integration of infrastructure; 4) transnationalization of commercial communications, commodity and financial markets, etc.

Keywords: integration, economic globalization, foreign direct investment, international capital.

JEL Classification: F15, F21

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-03>

Актуальність теми. Сучасний етап економічного розвитку характеризується якісними глобальними трансформаціями внаслідок зростання відкритості національних економік, усунення технологічних і політичних бар'єрів на шляху переміщення товарів, послуг та капіталів. Визначальними особливостями економічної глобалізації є безпрецедентна мобільність капіталу і динамічні процеси інтеграції національних фінансово-інвестиційних ринків. Збільшується кількість та урізноманітнюються суб'єкти та об'єкти, диверсифікуються та ускладнюються види і форми міжнародного інвестування. Багатоаспектними стають міжкраїновий перелив капіталу, його транснаціональна консолідація, що формує мотивацію і логіку глобального інвестиційного процесу. Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) за умов інтеграції країн до світового фінансового ринку стають одним із основних чинників поглиблення глобалізації світової економіки, що передбачає встановлення між національними економіками таких тісних та глибинних зв'язків, які не можуть повною мірою забезпечуватись іншими формами міжнародних економічних відносин.

Глобальні процеси здійснюють вплив на рух ресурсів, в тому числі інвестиційних, у різних країнах світу, у тому числі в Україні. Тому актуальним є дослідження інвестиційних процесів в Україні як одного з основних важелів інтеграції країни у світове господарство.

Постановка проблеми. Глобалізація відкрила можливості до акумуляції та концентрації надвеликих обсягів інвестиційного капіталу, який здатний діяти у світових масштабах. Не викликає сумніву, що зв'язок між ПІІ та глобалізацією економіки має дуалістичний та змінний характер і повинен розглядатися комплексно. ПІІ стимулюють глобалізм окремих економічних процесів (міжнародну торгівлю, рух факторів виробництва, міжнародну міграцію тощо) за умов загострення міжнародної конкуренції, ресурсних обмежень та кризових явищ. Відтак, з одного боку, відбуваються процеси, пов'язані з об'єднанням ресурсів і боротьбою за лідерство, а з іншого, – з добровільним самообмеженням свободи дій суб'єкта відносин (держави, міста тощо) за допомогою зв'язків преференціальної співпраці для досягнення спільних цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним і практичним питанням розвитку міжнародної інвестиційної діяльності присвячені

праці зарубіжних і вітчизняних дослідників: Х. Антоні, В. Білошапки, І. Бланка, Ф. Блека, Р. Вернона, Р. Гранта, Р. Граффіна, М. Грехема, Дж. Даннінга, Д. Девіса, Д. Кейнса, Ч. Кіндлбергер, К. Кодзіми, П. Кругмана, Дж. Лінтнера, В. Македона, Г. Марковіца, Р. Мертона, Г. Мінцберга, О. Мозгового, Я. Моссіна, М. Обстфельда, Т. Орехової, Є. Панченка, С. Пивоварова, М. Портера, О. Рогача, Л. Руденко-Сударевої, Ф. Рута, П. Самуельсона, Дж. Стрікланда, М. Тейлора, Д. Тобіна, А. Томпсона, А. Торбена, Т. Фролової, С. Хаймера, У. Шарпа, М. Шоулза, С. Якубовського та інших.

Суперечливі й складні проблеми економічного та інвестиційного глобалізму знайшли відображення в дослідженнях зарубіжних і вітчизняних учених, зокрема: З. Адаманової, Л. Антонюк, У. Бека, О. Білоруса, І. Валлерстайна, А. Гальчинського, Дж. Гелбрейта, Б. Губського, В. Іноземцева, Т. Кальченка, М. Кастельса, Ю. Козака, Д. Лук'яненка, З. Луцишин, Ю. Макогона, Ю. Пахомова, О. Плотнікова, А. Поручника, Р. Робертсона, С. Савельєва, С. Сіденко, Дж. Сороса, О. Сохаської, Дж. Стігліца, Н. Стукало, А. Філіпенка, С. Хантінгтона, Т. Циганкової, В. Чужикова, О. Швиданенка, Ю. Шишкова, І. Школи, Ю. Яковця та багатьох інших.

У працях цих авторів досліджено передумови і фактори формування та розвитку світового ринку капіталу, виявлено закономірності й тенденції розвитку національних та міжнародних інвестиційних процесів, особливості інвестиційної діяльності ТНК тощо. Разом з тим, виникає потреба приділити більшу увагу ролі іноземного інвестування в Україні у контексті інтеграційних та глобалізаційних процесів.

Постановка завдання. Метою статті є проведення комплексного аналізу поточного стану процесів інвестування в економіці України та визначення ролі ПІІ в реалізації інтеграційної стратегії та участі в глобалізаційних процесах.

Викладення основного матеріалу дослідження. Основними рисами розвитку міжнародних економічних відносин другої половини ХХ – початку ХХІ століття є посилення ролі глобалізації світової економіки, що проявляється в уніфікації економічних, регулятивних, торговельних стандартів, посилення ролі міжнародного капіталу та нівелювання економічних і політичних бар'єрів між країнами. Збільшення обсягів та розширення географічних масштабів спрямування прямих

іноземних інвестицій набувають все більшої ваги у міжнародних економічних відносинах, прискорюючи та стимулюючи глобалізаційні, інтеграційні та лібералізаційні процеси у світі. Отже, на сучасному етапі розвитку світове господарство є більш цілісним, інтегрованим та динамічним, знаходить своє втілення в якісно новій системі світового порядку, що ґрунтується на поширенні та поглибленні інтеграційних процесів, які розвиваються на глобальному та регіональному рівнях, свідченням чого є збільшення обсягів торгівлі та інвестицій між країнами (глобальна інтеграція), зростання обсягів саме внутрішньорегіональних потоків товарів, послуг та інвестицій (регіональна інтеграція).

На шляху до глобалізації варто оцінювати включеність країни в єдиний світогосподарський простір. Одним із ключових процесів, який характеризує ступінь відкритості економіки, є процес інтернаціоналізації капіталу, який варто характеризувати з точки зору мобільності капіталу, а також інтенсивності інвестиційної діяльності. Для оцінки сучасного стану іноземного інвестування України проведемо комплексний порівняльний аналіз руху прямих іноземних інвестицій в Україну та прямих інвестицій з України. Даний аналіз даватиме змогу оцінити позицію країни в процесах транскордонного руху капіталу.

Стан залучення ПІІ в Україні значно ускладнює інвестиційну діяльність, оскільки наявний обсяг вкладень не забезпечує передумов економічного зростання і навіть повноцінного відтворення їх наявного стану. На інвестиційну привабливість значно впливають не лише загальний стан економіки країни, а й умови ведення бізнесу,

зокрема ступінь втручання держави. За останні 10 років обсяг інвестицій із країн ЄС значно збільшився, щодо країн СНД, спостерігається значне скорочення обсягу прямих іноземних інвестицій. При цьому перспективи іноземної інвестиційної діяльності в Україні здебільшого визначаються обсягами та структурою вже накопиченого в країні іноземного капіталу [1, с. 1082].

Зміну інвестиційного клімату найбільш наочно демонструє динаміка інвестицій, особливо ПІІ, яка вважається індикатором зміни рівня довіри та рейтингу країни. Економічна активність іноземних інвесторів в Україні незначна.

Обсяг залучених у 2018 році ПІІ в економіку України становить 2863,9 млн дол. США (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичних операцій). Проаналізувавши динаміку обсягів іноземних інвестицій в економіку України з 2010 р. по 2018 р., слід відмітити, що обсяг надходження ПІІ у 2018 р. порівняно з 2010 р. зменшився на 51,0%, що становитиме 2981,3 млн дол. США (табл. 1). Найбільший обсяг надходжень прямих інвестицій в економіку України був у 2011 р. (6033,7 млн дол. США).

Аналіз ланцюгових темпів зростання свідчить про досить нестабільні зміни обсягів надходжень інвестицій в Україну (рис. 1). Відтак протягом аналізованого періоду не сформувалося певної тенденції з боку іноземних інвесторів щодо вкладання капіталу в економіку України, адже спостерігаються нестабільні коливання досліджуваного показника.

Таблиця 1

Надходження ПІІ в економіку України у 2010-2018 рр.
(складено за матеріалами [2])

Роки	Обсяг надходження, млн дол. США	Динаміка зміни, %	Відхилення (+, -)
2010	5851,2	-	-
2011	6033,7	103,1	182,5
2012	5290,7	87,7	-743
2013	5462,1	103,2	171,4
2014	2451,7	44,9	-3010,4
2015	4321,8	176,3	1870,1
2016	4405,9	101,9	84,1
2017	2511,1	57,0	-1894,8
2018	2869,9	114,3	358,80

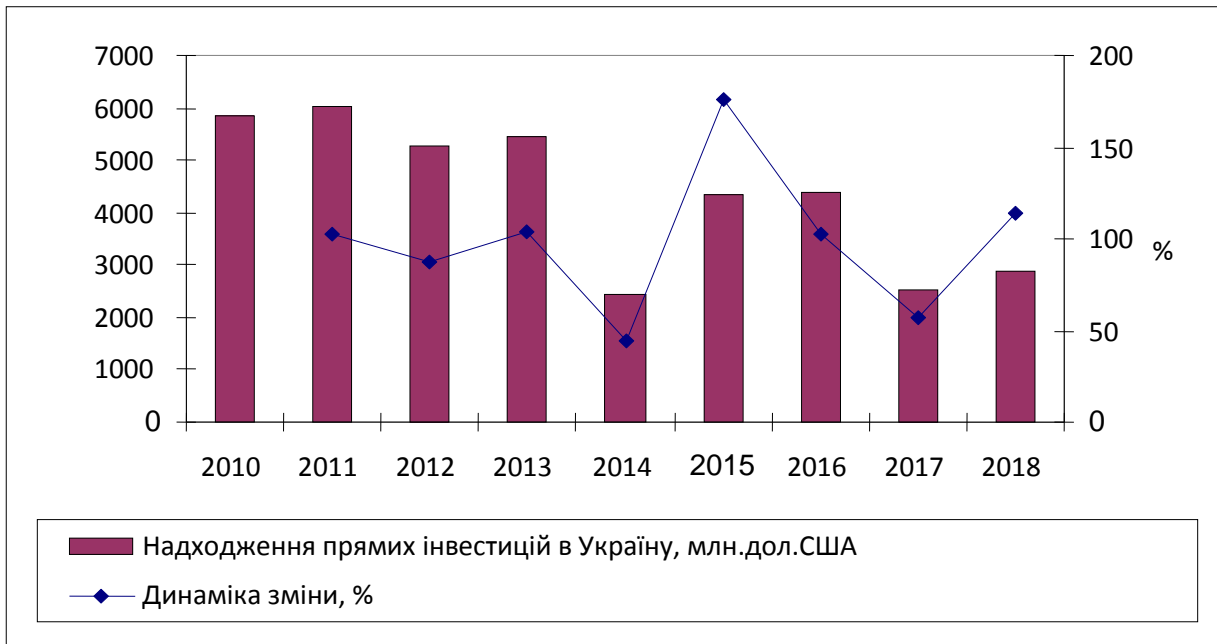


Рис. 1. Надходження ПІІ в економіку України за 2010-2018 рр.
(складено за матеріалами [2])

Для комплексної оцінки стану інвестиційного клімату країни необхідно провести аналіз динамічних змін вкладення прямих інвестицій з України за 2010-2018 рр. (табл. 2).

За даними Держкомстату, у 2018 році інвестиційна діяльність в Україні наразі припинилася, адже українські інвестори розмістили найменший обсяг своїх активів за кордоном у розмірі 1,0 млн дол. США, що на 678,9 млн дол. США менше, ніж у 2011 році.

Аналіз ланцюгових темпів зростання свідчить про досить неоднозначну тенденцію темпів зниження досліджуваного показника (рис. 2).

Якщо у 2010 р. обсяг прямих інвестицій з України становив 679,5 9 млн дол. США, то на наступний рік він різко скоротився на 588,6 9 млн дол. США, тобто на 86,6%, тоді як у 2012 р. Україна інвестувала за кордон суму в 7,3 рази більше від попереднього року (662,3 9 млн дол. США), хоча вона все ж таки не досягла рівня 2010 р. В

наступному 2013 р. відбувся знову різкий спад вкладень на 80,7%, а розмір становив 127,5 9 млн дол. США, і з цього періоду проявилася чітко виражена тенденція до скорочення інвестицій з України.

Світова фінансово-економічна криза у 2008-2009 рр. та військова агресія Російської Федерації проти України кількома роками потому суттєво погіршили очікування інвесторів стосовно подальших перспектив інвестування та фізичної безпеки активів у країні і внесли свої корективи, спричинивши скорочення надходжень коштів та навіть вибуття капіталів у певні періоди. Тому постало завдання, що полягає не лише в активному залученні нових, а також у втриманні на території України наявних іноземних інвесторів.

Порівняльний аналіз двох показників свідчить про переважання ПІІ в економіку України над прямими інвестиціями з України (рис. 3).

Таблиця 2

Вкладення прямих інвестицій з України у 2010-2018 рр.
(складено за матеріалами [2])

Роки	Обсяг інвестицій, млн дол. США	Динаміка зміни, %	Відхилення (+, -)
2010	679,5	-	-
2011	90,9	13,4	-588,6
2012	662,3	в 7,3 р.	571,4
2013	127,5	19,3	-534,8
2014	68,0	53,3	-59,5
2015	27,9	41,0	-40,1
2016	20,7	74,2	-7,2
2017	10,4	50,2	-10,3
2018	1,0	9,6	-9,40

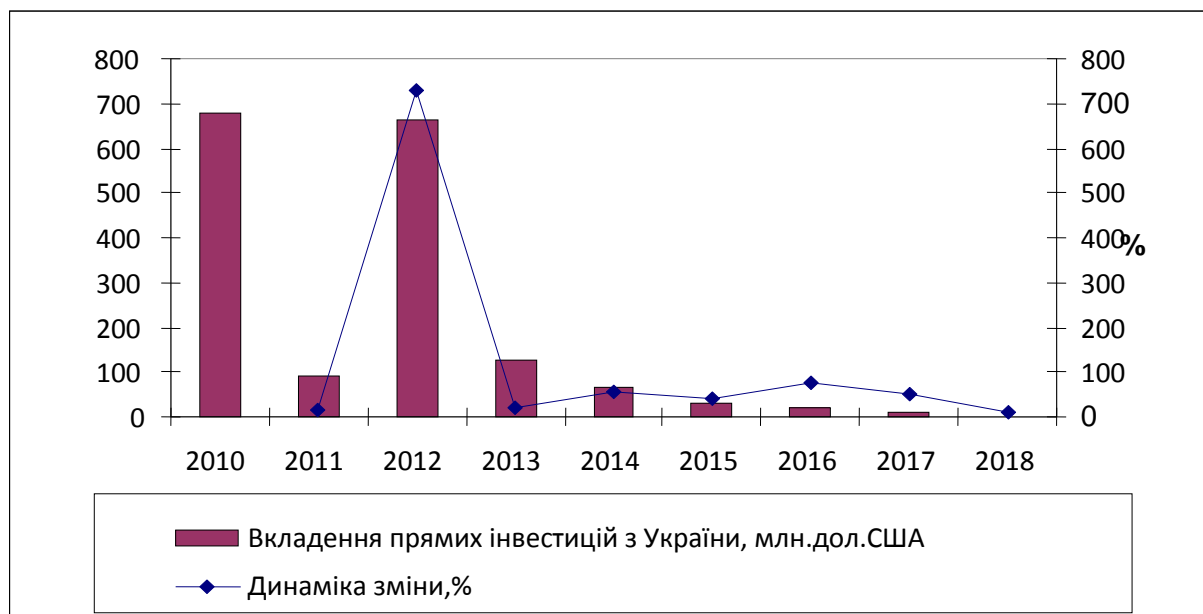


Рис. 2. Вкладення прямих інвестицій з України у 2010-2018 рр.
(складено за матеріалами [2])

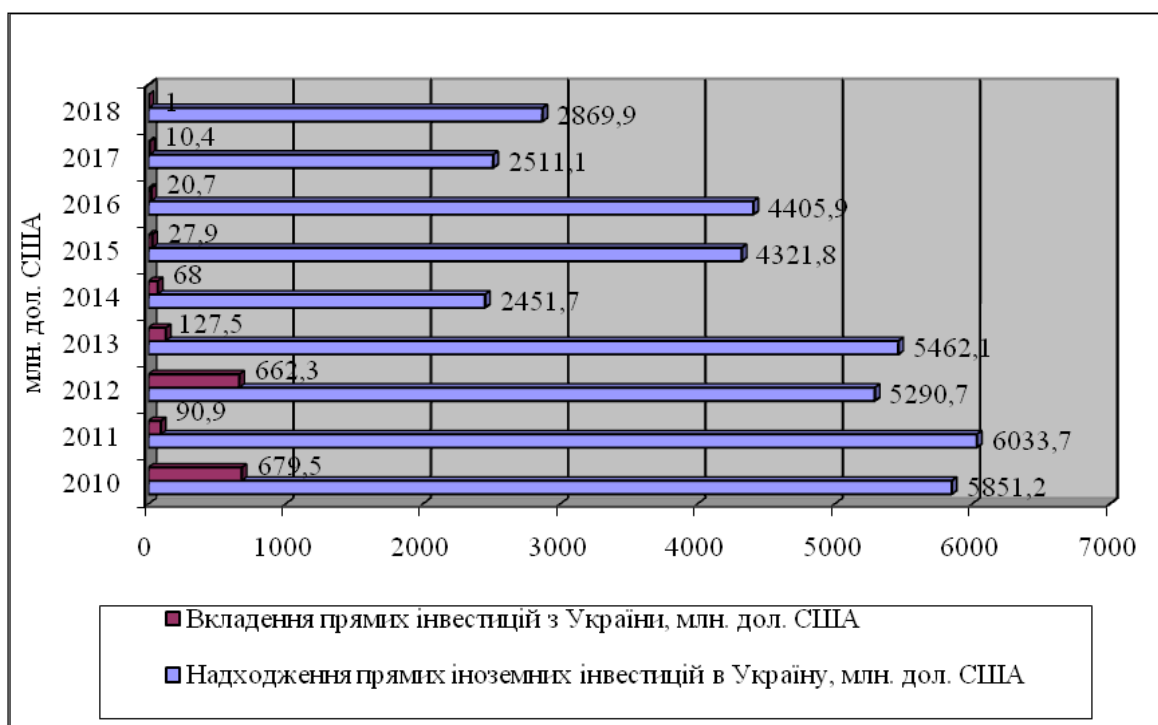


Рис. 3. Співвідношення обсягів надходження ПІІ в економіку України та вкладення прямих інвестицій з України у 2010-2018 рр.
(складено за матеріалами [2])

Тобто чистий приплив капіталу має позитивне значення: у 2018 році чисте інвестування склало 2868,9 млн дол. США. Проте значна різниця між прямими іноземними інвестиціями в Україну та прямими інвестиціями з України свідчить про недостатній інвестиційний потенціал і низький рівень інвестиційної активності, а також це слугує причиною відсутності активної міжнародної інвестиційної позиції України на світовій арені. Натомість тенденції скорочення прямих іноземних

інвестицій в економіку України дають підстави стверджувати наразі про низьку інвестиційну привабливість та відсутність перспектив України та виявляють низку перешкод та проблем зміцнення інвестиційного простору держави. Разом з тим, беззаперечним є той факт, що в Україні існує низка інвестиційно привабливих факторів, які сприяють розширенню її інвестиційних зв'язків:

- великий ємний та фактично конкурентно необмежений внутрішній ринок з більшості товарних позицій;

- географічне розташування на перетині основних транспортних шляхів між Європою та Азією;

- порівняно дешева та водночас кваліфікована робоча сила;

- науковий потенціал;

- розвинена інфраструктура (наявність портів, мостів, летовищ, складів, систем зв'язку, водопостачання) та ін.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Економічна глобалізація створила умови для переростання міжнародної інвестиційної діяльності в глобальний інвестиційний процес, у межах якого відбувається безперервний цикл формування, обміну, розподілу і практичного використання глобальних інвестиційних ресурсів, що забезпечує відтворення, формується мотиваційна динаміка нагромадження та використання інвестиційного капіталу, визначаючи його міжкраїновий рух. За результатами проведеної оцінки інвестиційної діяльності України можна дійти висновку, що серед першочергових завдань інтеграційної політики слід виділити покращення її інвестиційного клімату. З огляду на вищезазначене є очевидним, що рух іноземного капіталу та розвиток інвестиційного ринку на рівні національної економіки потребує: 1) уніфікації законодавчої бази; 2) розвитку інвестиційних інституцій; 3) інтернаціоналізації та інтеграції інфраструктури; 4) транснаціоналізації комерційних зв'язків, товарних та фінансових ринків тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Колеватова А. В. Сучасний стан залучення іноземних інвестицій в економіку України / А. В. Колеватова // Глобальні та національні проблеми економіки : електронне наукове фахове видання / Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського, 2018. – Вип. 22. – С. 1080-1084.

2. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

3. Топ-5 іноземних компаній, які згорнули бізнес в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ukr.segodnya.ua/economics/enews/top-5-inostrannyh-kompaniy-kotorye-svernuli-biznes-v-ukraine-639230.html> – Загол. з екрану.

REFERENCES

1. Kolevatova, A. V. (2018), Suchasnyj stan zaluchennia inozemnykh investytsij v ekonomiku Ukrainy, Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky : elektronne naukove fakhove vydannia / Mykolaivs'kyj natsional'nyj universytet imeni V. O. Sukhomlyns'koho, vyp. 22, s. 1080-1084.

2. Sajt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at : www.ukrstat.gov.ua.

3. Top-5 inozemnykh kompanij, iaki zghornuly biznes v Ukraini, available at : <https://ukr.segodnya.ua/economics/enews/top-5-inostrannyh-kompaniy-kotorye-svernuli-biznes-v-ukraine-639230.html> – Zahol. z ekranu.

Стаття надійшла до редакції 23 жовтня 2019 р.

УДК: 005.35

*Батьковець Г. А.,
lidabat@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-9268-7580,
к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу та менеджменту,
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут,
м. Хмельницький*

*Ляшук К. П.,
xktei.nauka1@ukr.net,
викладач кафедри маркетингу та менеджменту, Хмельницький кооперативний торговельно-
економічний інститут, м. Хмельницький*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

***Анотація.** В статті обґрунтовано теоретичні аспекти необхідності формування сучасної моделі соціальної відповідальності. Визначено та систематизовано складові таких видів соціальної відповідальності: соціальна відповідальність держави, соціальна відповідальність бізнесу, соціальна відповідальність людини. Структуровано складові кожного виду соціальної відповідальності. Розглянуто особливості внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності, приведені показники соціального розвитку України. Наведено чинники та показники, які впливають на рівень соціальної відповідальності через інтегральний регіональний індекс людського розвитку. Систематизовано основні проблеми та бар'єри щодо формування ефективної системи соціальної відповідальності, основними з них є недовіра населення країни до влади, корупційні схеми, розвиток сектора тіньової економіки, відсутність інформації про необхідність для соціуму такого явища, як соціальна відповідальність, перевага власних, приватних інтересів представників бізнес-структур в загальній економічній та політичній системі, відсутність стандартів та нормативно-законодавчого регулювання соціальних взаємовідносин, проблеми щодо визначення участі суб'єктів підприємницької діяльності для збалансованого розвитку території, неусвідомлене ставлення до проблем екосистеми, відсутність екокультури виробництва, доведено необхідність формування дієвого механізму соціального контролю та визначення мотиваційних факторів дотримання соціальних норм.*

Ключові слова: соціальна відповідальність, етика бізнесу, суспільство, соціальна взаємодія, соціальний розвиток, соціальний діалог.

*Batkovets H. A.,
lidabat@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-9268-7580,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing and Management,
Khmelnyskyi Cooperative Trade and Economic Institute, Khmelnytskyi*

*Liashuk K. P.,
xktei.nauka1@ukr.net,
Lecturer of the Department of Marketing and Management, Khmelnytskyi Cooperative Trade and Economic
Institute, Khmelnytskyi*

ACTUAL PROBLEMS OF FORMATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY SYSTEM IN UKRAINE

***Abstract.** The article substantiates theoretical aspects of the necessity of forming a modern model of social responsibility. The components of the following types of social responsibility are defined and systematized: social responsibility of state, social responsibility of business, social responsibility of person. The components of each type of social responsibility are structured. Features of internal and external social responsibility are considered, indicators of social development of Ukraine are given. Factors and indicators that influence the level of social responsibility through the integrated regional index of human development are presented. The main problems and barriers to the formation of an effective system of social responsibility are systematized, the main ones are the distrust of the population of the country to the government, corruption schemes, the development of the shadow economy, the lack of information about the need for the society of such a phenomenon as social responsibility, the advantage of own, private interests of business representatives. - structures in the general economic and political system, lack of standards and legal regulation of social relationships, problems in determining the share of business entities for balanced development of*

territories, unconscious attitude to ecosystem problems, lack of production eco-culture, the need to create an effective mechanism of social control and determination of motivational factors for adherence to social norms.

Key words: social responsibility, business ethics, society, social interaction, social development, social dialogue.

JEL Classification: L20, M14

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-04>

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність як явище, що отримало статус важливості, визнане у нашому суспільстві порівняно не так давно. Адекватність та гнучкість взаємодії підприємств, організацій та зовнішнього середовища регулюється як з боку держави нормативно-законодавчими актами, так і зі сторони самих суб'єктів підприємницької діяльності через визначені регулятори і принципи. Однак чітко сформульованої концепції впровадження та застосування принципів соціальної відповідальності не існує, хоч деякі намагання мали місце. На жаль, багато суб'єктів, які мали би використовувати модель соціальної відповідальності, в реаліях цього не роблять, більше того, не задумуються над важливістю їх участі для суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам управління соціальною відповідальністю присвячена велика кількість статей та публікацій як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Однак у більшості авторів дослідження даної проблематики (А. М. Гриненко, А. М. Колот, Г. В. Назарова, В. А. Скуратівський, О. Ф. Новікова, П. І. Шевчук) соціальна відповідальність розглядається через призму корпоративної соціальної відповідальності, поняття соціального партнерства та соціальної гендерної рівності. Такі вчені, як О. А. Грішнова, О. О. Герасименко, П. Д. Порєбортнюк, Г. А. Конищенко, переважно розглядають питання соціального партнерства та соціального планування. Однак існує велике коло питань, які потребують вирішення, а саме: відсутня чітка модель взаємодії чинників зовнішнього та внутрішнього середовища та їх впливу на рівень соціальної відповідальності, не досліджено питання мотиваційних факторів щодо дотримання соціальних норм, а також показників ефективності соціальної відповідальності.

Постановка завдання. У зв'язку з цим метою даної статті є систематизація теоретичних доробок щодо видів та складових соціальної відповідальності, окреслення основних бар'єрів та перешкод для формування адекватної системи соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальна відповідальність як явище соціальне не може існувати без норм, правил та принципів, які регулюють відносини всіх суб'єктів господарювання. Відтак необхідно розмежовувати поняття соціальної відповідальності держави, соціальної відповідальності бізнесу та соціальної відповідальності громадянина, людини. Зрозуміло, що соціальна відповідальність бізнесу не є засобом

примусу та регламентується соціальними нормами. За що відповідає бізнес перед суспільством, декларує Мамонова В. Соціальна відповідальність бізнесу – це принцип роботи, при якому підприємство вважає важливим і необхідним брати участь у розвитку українського суспільства й держави в цілому. Це визначений рівень добровільної безкорисної підтримки вирішення соціальних проблем з боку підприємця, що має місце поза вимогами державних органів і над ними [6, с. 120].

Необхідно розмежовувати поняття внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності бізнесу.

Відповідно, до внутрішньої соціальної відповідальності можна віднести наступне:

- гарантія працевлаштування;
- забезпечення ергономічних та інших вимог до робочого місця працівника відповідно до потреб посади та виконуваних обов'язків;
- забезпечення фінансової стабільності працівників та гарантії всіх виплат, як одноразових, так і постійних;
- формування програм соціального захисту з урахуванням потреб різних категорій працівників (перепрофілізація, підвищення кваліфікації, надання допомоги в самореалізації через залучення до участі у різного роду проектах, забезпечення умов отримання додаткових медичних послуг та виконання додаткових зобов'язань, задекларованих у трудовому договорі).

Зовнішня соціальна відповідальність є поняттям більш ширшим і включає наступні складові:

- добросовісне виконання функцій та обов'язків;
- відповідальність за товари та послуги, які виробляє чи реалізує підприємство;
- добросовісна співпраця з органами влади, конкурентами, партнерами, громадськими організаціями, яка націлена на двобічні комунікації з метою досягнення місії підприємства;
- посилення участі у заходах соціального сприяння розвитку громади та екологізації й охорони довкілля.

Соціальна відповідальність держави – це складний механізм формування соціально-орієнтованої ринкової економіки, що в багатьох аспектах підтверджує значення показника рівня соціальної відповідальності. Основними складовими можна визначити наступні:

- виконання соціально-економічних гарантій перед суспільством;

Структура показників соціального розвитку [1]

Країна	Індекс	Показник
Україна	Індекс людського розвитку (ІЛР)	0,751
	ІЛР з урахуванням соціально-економічної нерівності	0,701
	Індекс гендерного розвитку	0,993
	Індекс гендерної нерівності	0,285

- дотримання норм та прав людини, задекларованих у конституції та інших нормативно-правових актах;

- підтримка благодійних проектів у контексті реалізації соціальної політики держави;

- чітка взаємодія державних інституціональних органів, бізнес-структур, недержавних організацій й суспільства у вирішенні проблемних питань соціальної сфери;

- реалізація моделі децентралізації на всіх рівнях управління;

- оптимізація політики витрат на соціальний захист населення з метою вирішення проблеми зубожіння населення та процесу соціальної кластеризації;

- формування програми, яка передбачає вкладання грошей у розвиток якості людського капіталу, що пропорційно впливає на рівень життя суспільства.

Соціальна відповідальність людини переплітається з суб'єктивними факторами, які визначають місце і роль індивідуума в суспільстві. Досить часто популяризується думка про те, що соціальна відповідальність людини закладена в семантику слова "ментальність". Безумовно, що система цінностей, традицій формує певний вид відповідальності, однак такі чинники, як суспільне буття, поглиблений поділ праці, взаємовідносини в суспільстві між його членами, також визначають рівень готовності до соціальної відповідальності.

У вересні 2018 року було озвучено показники рівня людського розвитку, у списки увійшло 189 країн. Україна серед інших країн посіла 88 місце,

однак аналіз цих показників за минулі роки показує позитивну динаміку. Дослідження традиційно проводиться за групою показників-індексів (табл.1).

Втішним є факт, що індекси характеризуються позитивною динамікою і Україна змогла увійти до середнього рангу країн. Якщо керуватися статистичним збірником "Регіональний людський розвиток" Державної служби статистики України, можна прослідкувати цю динаміку за декілька років. Дані розраховано фахівцями Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Пуги НАН України. Розрахунки здійснено в розрізі 6 блоків та загального інтегрального регіонального індексу людського розвитку, а саме (табл. 2):

Блок 1 "Відтворення населення" (5 показників);

Блок 2 "Соціальне середовище" (6 показників);

Блок 3 "Комфортне життя" (6 показників);

Блок 4 "Добробут" (5 показників);

Блок 5 "Гідна праця" (6 показників);

Блок 6 "Освіта" (5 показників).

Ранжування здійснювалося відповідно до систематизації показників у блоках та їх ваги (впливу) на регіональний людський розвиток. Максимальний показник рангу – 22 (загальна кількість досліджуваних областей України). Інтегральний показник розраховується в діапазоні від 0 до 1,0, відповідно, чим вище значення, тим кращий показник.

Як видно з таблиці, загальний індекс людського розвитку Львівської області видозмінився за три роки в діапазоні до 1. Однак негативною динамікою характеризуються показники таких блоків як: "Відтворення населення", "Добробут", "Освіта".

Таблиця 2

Інтегральний регіональний індекс людського розвитку Львівської області [7]

Показник (max ранг 22)	2015 рік		2016 рік		2017 рік	
	значення показника	ранг	значення показника	ранг	значення показника	ранг
Інтегральний регіональний індекс людського розвитку	4,0810	3	4,1922	4	4,1307	3
Блок 1 "Відтворення населення"	0,7144	6	0,7347	2	0,6906	9
Блок 2 "Соціальне середовище"	0,7395	1	0,7325	3	0,7732	1
Блок 3 "Комфортне життя"	0,6504	4	0,6801	4	0,6724	2
Блок 4 "Добробут"	0,5544	15	0,6227	12	0,6454	14
Блок 5 "Гідна праця"	0,5858	8	0,5865	9	0,5137	7
Блок 6 "Освіта"	0,8366	11	0,8358	7	0,8355	8

Для формування високого рівня соціальної відповідальності в розрізі трьох видів, показники цих груп є в зоні ризику та впливають на процес усвідомлення вибору пріоритетів у соціальних взаємозв'язках.

У межах формування адаптивної системи соціальної відповідальності в Україні необхідно подолати ряд бар'єрів та перешкод, які, на жаль, спотворюють думку та уяву громадян щодо актуальності цього явища в сучасному суспільстві. Процеси глобалізації та інтеграції у вітчизняних секторах економіки дають змогу перенести (дублювати) позитивний досвід зарубіжних країн щодо вирішення цієї проблеми. В процесі дослідження даної проблематики, на нашу думку, можна сформуувати ряд негативних факторів (перешкод), які впливають на ефективну систему соціальної відповідальності, а саме:

- недовіра населення країни до влади, зміни політичних амбіцій;
- ретельно сформовані корупційні схеми, розвиток сектора тіньової економіки;
- відсутність інформаційного поля та інформаційного продукту з популяризації соціальної відповідальності в суспільстві;
- домінування особистих інтересів і лобювання інтересів бізнес-структур у системі державного та регіонального управління;
- відсутність стандартів системи соціальної відповідальності;
- не залучення до участі суб'єктів підприємницької діяльності у соціально-економічному розвитку територій та регіонів;
- неусвідомлене ставлення до проблем екосистеми, відсутність моделі збалансованого розвитку регіонів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Для вирішення першочергових проблем у системі формування соціальної відповідальності Т. В. Кузнєцова пропонує “впровадити організацію навчачь із залученням провідних фахівців та відомих філантропів, які б дали поштовх, мотиви та інструменти для впровадження соціальної відповідальності у національний бізнес” [2, с. 207].

У стратегії розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні особливу увагу приділено визначенню мети та переліку цілей, які, на думку розробників Стратегії, є первинною ланкою в її реалізації. Метою Стратегії є створення підґрунтя (як комплексу норм, правил, окремих організаційних механізмів) та сприятливих умов для інтеграції СВБ у діяльність компаній задля сталого розвитку України, зростання суспільного добробуту та вирішення питань, визначених у національних програмних документах [3, с. 3].

Однак, незважаючи на терміни реалізації Стратегії (2015 рік), Форум донорів для фінансування та координації програм не створений, так само, як і не створена платформа соціального діалогу між різними суб'єктами суспільного процесу для спроби вирішення проблем наявності соціальної

відповідальності в Україні. На думку авторів, усуненню перешкод для формування результативної системи соціальної відповідальності повинні передувати:

- роз'яснення та інформування про сучасні напрацювання у цьому напрямку (вітчизняні та закордонні) та їх вплив на загальний добробут населення;
- визначення норм соціальної відповідальності та їх безперечне виконання (особливо бізнес-структурами);
- робота по знищенню стереотипів у ментальності працівників та застосування мотиваторів для демонстрації переваг системи соціальної відповідальності;
- викоренення байдужості до тих, хто нас оточує, та до того, що нас оточує.

ЛІТЕРАТУРА

1. Індекс людського розвитку: Україна посіла 88 позицію серед 189 країн: веб-сайт <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/> (дата звернення 04.10.2019).
2. Кузнєцова Т. В. Стратегічні аспекти формування соціальної відповідальності бізнесу / Т. В. Кузнєцова, Л. А. Шергіна // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. – 2010. – № 3. – С. 207-210.
3. Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні: веб-сайт: <http://svb.ua/sites/default/files/201108> (дата звернення 12.11.2019).
4. Левицька Є. Г. Теоретико-методологічні засади розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств сфери послуг / Є. Г. Левицька // Ефективна економіка. – 2012. – №5. – С. 54-59.
5. Македон В. В. Дослідження процесів забезпечення соціальної відповідальності у провідних моделях корпоративного управління / Македон В. В. // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Х. : ХНТУСГ, 2012. – Вип. 126. – С. 37-39.
6. Мамонова В. Механізми вдосконалення соціальної відповідальності бізнесу в Україні / В. Мамонова, К. Озерова. // Публічне управління: теорія та практика. – 2010. – № 2. – С. 120-124.
7. Статистичний бюлетень “Регіональний людський розвиток”: веб-сайт: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 02.11.2019).
8. Стратегія сталого розвитку “Україна – 2020” (схвалена Указом Президента України від 12.01.2015 р. № 5) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
9. Цілі сталого розвитку: Україна [Національна доповідь 2017] / Міністерство економічного розвитку і торгівлі. – К., 2017. – 174 с.
10. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова ;

Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Ніжин : Лисенко, 2011. – 175 с.

11. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : моногр. / [за ред. А. М. Колота]. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.

REFERENCES

1. Indeks liuds'koho rozvytku: Ukraina posila 88 pozytsiiu sered 189 krain, available at: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/> (data zvernennia 04.10.2019).

2. Kuznietsova, T. V. and Sherhina, L. A. (2010), Stratehichni aspekty formuvannia sotsial'noi vidpovidal'nosti biznesu, Problemy ratsional'noho vykorystannia sotsial'no-ekonomichnoho ta pryrodno-resursnoho potentsialu rehionu: finansova polityka ta investytsii, № 3, s. 207–210.

3. Kontsepsiia Natsional'noi stratehii sotsial'noi vidpovidal'nosti biznesu v Ukraini, available at: <http://svb.ua/sites/default/files/201108> (data zvernennia 12.11.2019).

4. Levyts'ka, Ye. H. (2012), Teoretyko-metodolohichni zasady rozvytku sotsial'noi vidpovidal'nosti vitchyznianskykh pidpriemstv sfery posluh, *Efektivna ekonomika*, №5, s. 54-59.

5. Makedon, V. V. (2012), Doslidzhennia protsesiv zabezpechennia sotsial'noi vidpovidal'nosti u providnykh modeliakh korporatyvnoho upravlinnia, *Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu*

sil's'koho hospodarstva: Ekonomichni nauky, KhNTUSH, Kh., vyp. 126, s. 37-39.

6. Mamonova V. and Ozerova K. (2010), Mekhanizmy vdoskonalennia sotsial'noi vidpovidal'nosti biznesu v Ukraini, *Publichne upravlinnia: teoriia ta praktyka*, № 2, s. 120–124.

7. Statystychnyj biuletyn' "Rehional'nyj liuds'kyj rozvytok", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (data zvernennia 02.11.2019).

8. Stratehiia staloho rozvytku "Ukraina – 2020" (skhvalena Ukazom Prezydenta Ukrainy vid 12.01.2015 r. № 5), available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

9. Tsili staloho rozvytku: Ukraina [Natsional'na dopovid' 2017] (2017), Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli, K., 174 s.

10. Hohulia, O. P. and Kudinova, I. P. (2011), Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu : monohrafiia, Nats. un-t bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy, Lysenko, Nizhyn, 175 s.

11. Sotsial'na vidpovidal'nist': teoriia i praktyka rozvytku : monohr., za red. A. M. Kolota (2012), KNEU, K., 501 s.

Стаття надійшла до редакції 26 листопада 2019 р.

УДК 332.14

Беля А. Р.,

ana1000@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-0706-8492,

аспірант, Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України, м. Львів

АДМІНІСТРАТИВНО-ФІНАНСОВА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК ЧИННИК РЕФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

***Анотація.** У ході дослідження автором виявлено основні чинники, що стали передумовою реформи децентралізації. Виокремлено головні напрями реформи децентралізації: перерозподіл доходів на місцевому рівні, створення об'єднаних територіальних громад (ОТГ), перерозподіл функціональних навантажень на місцях. Виявлено головні відмінності у процесі наповнення та витрачання місцевих бюджетів новостворених ОТГ після реформи. Ідентифіковано розподіл контролюючих функцій за бюджетним процесом ОТГ. Наведено позитивні сторони реформи: забезпечення макроекономічної стабільності на місцевому рівні; забезпечення фінансової самостійності місцевих органів влади щодо фінансування покладених на них функцій і завдань; посилення відповідальності ОТГ перед населенням; створення конкуруючих умов між адміністративними рівнями тощо. Доведено, що децентралізація сприяє ефективнішому задоволенню суспільних потреб населення, зростанню його добробуту, підвищує відповідальність розпорядників коштів ОТГ щодо раціонального і обґрунтованого фінансування економічних програм на місцевому рівні, сприяє посиленню громадського контролю над цільовим використанням бюджетних ресурсів.*

Ключові слова: реформа децентралізації, об'єднані територіальні громади, місцевий бюджет.

Belya A. R.,

ana1000@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-0706-8492,

Postgraduate, Institute of Regional Research named after M. I. Dolishniy of the NAS of Ukraine, Lviv

ADMINISTRATIVE AND FINANCIAL DECENTRALIZATION AS A FACTOR OF REFORMING FINANCIAL CONTROL AT LOCAL LEVEL

***Abstract.** During the study, the author identified the main factors that became a prerequisite for decentralization reform. The main directions of the decentralization reform are outlined: redistribution of revenues at the local level, creation of united territorial communities (UTCs), on-site redistribution of functional responsibilities. The main differences in the process of filling and spending of local budgets of newly created UTCs after the reform were identified. The distribution of controlling functions over the budgetary process of the UTCs has been identified. The positive aspects of the reform are outlined: ensuring macroeconomic stability at the local level; ensuring the financial autonomy of local authorities regarding the financing of their functions and tasks; strengthening the responsibility of the UTCs to the public; creating competitive conditions among administrative levels etc. It has been proved that decentralization contributes to a more efficient satisfaction of the public needs as well as the growth of welfare, increases the responsibility of the UTCs spendings on rational and reasonable financing of economic programs at the local level, promotes greater public control over the targeted use of budgetary resources.*

Keywords: decentralization reform, united territorial communities, local budget.

JEL Classification: R51

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-05>

Постановка проблеми. Україна активно здійснювала реформаторські кроки у напрямку децентралізації місцевих органів влади, починаючи з 1997 року, коли була ратифікована Європейська хартія місцевого самоврядування. Протягом останніх 10 років приймалися численні нормативні акти, які регулювали питання перерозподілу повноважень між органами влади на місцях, в тому числі і питання фінансування місцевих громад.

Однак складна політична ситуація в країні, а також впровадження з 2015 року нової адміністративно-фінансової реформи сформували проблеми та колізії, що виникають під час проведення фінансового контролю на місцях. Потреба виявлення основних тенденцій змін функцій контролю і визначає актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням фінансового контролю місцевих

бюджетів присвячені праці таких вчених, як Біла Л. М., Васильєва М. В., Гройсман В. Б., Луніна В. І., Опарін В. М., Шульц С. Л. та інші.

Постановка завдання. Головною метою статті є виявлення закономірностей фінансового контролю на місцевому рівні, що виникли під час реформи децентралізації. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- дослідити головні засади реформи децентралізації;
- проаналізувати основні зміни, що принесла реформа у галузі фінансового контролю на місцях;
- виявити позитивні та негативні сторони реформи децентралізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Після Революції гідності було зроблено суттєві кроки в напрямку децентралізації, що розпочалися з ухвалення Концепції реформування місцевого самоврядування і територіальної організації влади в Україні [1]. Головним чинником, що спонукав до здійснення реальних кроків у напрямі фінансової децентралізації, на думку автора, стала централізованість повноважень та фінансів (до початку реформи), оскільки, незважаючи на ряд заходів, які були здійснені до 2014 року, централізованість провокувала економію на кадровому потенціалі на місцях.

Відсутність якісного персоналу призводить до зосередження повноважень в руках однієї чи кількох осіб, що породжує ризик корупційних дій. А вже корупція підриває довіру інвесторів, жителів

громад до органів влади. Крім того, корупційні схеми значно ускладнюють впровадження інфраструктурних проектів та збільшують витрати на їхнє проведення.

Однак, незважаючи на якісно підготовлену Концепцію та здійснення численних уточнень в законодавстві, виникли ряд факторів, які уповільнюють проведення реформи. До об'єктивних факторів варто віднести військові дії на сході України, нестабільну політичну ситуацію в країні, проблеми в економічному зростанні. В той же час до суб'єктивних обставин віднесемо: небажання обласних рад погоджувати плани реформування, відсутність бажання у міст, що мають значний фінансовий потік, "ділитися" з іншими громадами, наприклад Моршин чи Трускавець.

В той же час уповільнення реформи децентралізації суттєво не вплинуло на фінансову децентралізацію вже створених об'єднаних територіальних громад (далі – ОТГ) [2]. По суті своїй, реформа спрямована на створення ОТГ та перерозподіл функцій, що виконуються місцевими органами влади на користь новостворених ОТГ. Для виконання покладених функцій перерозподіляються також і вхідні фінансові потоки.

Після об'єднання громад в ОТГ створюється новий адміністративний центр (як правило — найбільший населений пункт з об'єднаних), а у ньому — нова загальна для всіх об'єднаних населених пунктів рада та інші органи самоврядування (рис. 1).



Рис. 1. Структура органів ОТГ та елементи фінансового контролю [3]

Безпосереднє керівництво ОТГ (зокрема, й управління фінансами) здійснює створений радою виконавчий комітет. До його складу входять голова ради, його заступник з питань діяльності виконавчих органів ради, секретар виконкому, керівники відділів та управлінь, секретар ради, старости, інші особи (підприємці, громадські активісти та ін., крім депутатів місцевої ради). Рада та виконком перебувають на одному ієрархічному шаблі, але, до того ж, виконком підзвітний і підконтрольний раді. Тобто в разі прийняття виконкомом рішення, яке суперечить законодавству, рада має право його скасувати.

Створення інституту ОТГ є одним із кроків для досягнення цілі фінансової децентралізації – забезпечення необхідних фінансових потоків для підвищення доступності та якості освітніх, медичних, культурних, адміністративних, комунальних і соціальних послуг, які отримують мешканці громад.

В умовах бюджетної децентралізації органам місцевої влади надані повноваження щодо встановлення бази оподаткування, визначення ставок по окремих місцевих податках і зборах, запровадження податкових пільг з метою стимулювання окремих галузей економіки на місцевому рівні, визначення структури витрат.

Ці повноваження чітко виокремлені в Податковому та Бюджетному кодексах, а з 1 січня 2015 року місцевим самоврядуванням отримано більше фінансових надходжень для підвищення економічної спроможності. Так, в ОТГ повністю залишаються надходження від податків: єдиного податку, податку на прибуток підприємств і

фінансових установ комунальної власності та податку на майно (нерухомість, земля, транспорт). Розглянемо більш детально зміни у податковому навантаженні (табл. 1).

Крім зазначених у таблиці доходів і зборів, ОТГ мають доступ і до ряду інших податкових надходжень, однак їхня частка у структурі надходжень є незначною. Відмітимо, що податкова реформа, яка здійснювалася симетрично з реформою децентралізації, значно посилила позиції ОТГ в частині наповнення бюджету не лише за рахунок збільшення частки відрахувань загальнодержавних податків та зборів, а й за рахунок скорочення платних ліцензій та штучних обмежень розвитку бізнесу.

Перерозподіл податкових надходжень коштів дав змогу ОТГ виконувати повноваження, що були покладені на ОТГ державою, а саме: забезпечення соціально-економічного та культурного розвитку території; управління комунальним майном, утримання об'єктів житлово-комунального господарства, розвитку місцевої інфраструктури, місцевого пасажирського транспорту, медицини, освіти тощо [4, с. 33].

До того ж, ОТГ мають прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом (до реформи прямі відносини мали лише обласні та районні бюджети, бюджети міст обласного значення), для виконання делегованих державою повноважень їм надаються відповідні трансферти (дотації, освітня та медична субвенції, субвенція на розвиток інфраструктури громад тощо).

Таблиця 1

Податки та збори, що спрямовуються до місцевих бюджетів [11]

Назва податку/збору	%, що отримував бюджет населеного пункту до реформи децентралізації	%, що отримує бюджет ОТГ
Загальнодержавні податки та збори		
Податок та збір на доходи фізичних осіб	25%	60%
Податок на прибуток підприємств та фінансових установ комунальної власності	0%	100%
Рентна плата за спеціальне використання лісових ресурсів	50%	100%
Рентна плата за спеціальне використання води водних об'єктів місцевого значення	50%	100%
Рентна плата за користування надрами для видобування корисних копалин місцевого значення	50%	100%
Рентна плата за користування надрами для видобування нафти, природного газу та газового конденсату	3%	5%
Акцизний податок з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю підакцизних товарів	0%	100%
Частина акцизного податку з виробленого в Україні та ввезеного на митну територію України пального	-	13,4%
Місцеві податки та збори		
Податок на майно	100%	100%
Єдиний податок	100%	100%
Збір за місця для паркування транспортних засобів	100%	100%
Туристичний збір	100%	100%

ОТГ після реформи можуть здійснювати зовнішні запозичення, самостійно обирати установи з обслуговування коштів місцевих бюджетів у частині бюджету розвитку та власних надходжень бюджетних установ. З прийняттям закону щодо децентралізації повноважень у сфері архітектурно-будівельного контролю та удосконалення містобудівного законодавства органам місцевого самоврядування надано право самостійно визначати містобудівну політику.

Крім того, бюджети ОТГ беруть участь у горизонтальному вирівнюванні [5, с. 19]. Вирівнювання здійснюється за одним податком – ПДФО. Для підвищення їх фінансової спроможності бюджетам ОТГ, які мають рівень надходжень нижче 0,9 середнього показника по Україні, надається базова дотація. Із бюджетів ОТГ, які мають рівень надходжень вище 1,1 середнього показника по Україні, передається реверсна дотація.

Виконання даних обов'язків здійснюється в тому числі за рахунок коштів Державного бюджету, а враховуючи, що ці повноваження в більшості своїй передані з функціоналу місцевих органів виконавчої влади, всі ці нові повноваження потребують ретельного та уважного контролю зі сторони органів державної влади, що здійснюють нагляд за фінансами в країні, оскільки будь-які зловживання приведуть до проблем з наповненням місцевих бюджетів та виконанням бюджетного процесу в цілому.

Таким чином, ключовим документом, що регулює питання функціонування фінансів ОТГ та здійснення контролю за цим процесом, є Бюджетний та Податковий кодекс України; крім цих кодексів, існує ще ряд нормативних документів, що регулюють питання фінансів та фінансового контролю на місцях [6; 7; 8].

Законами та іншими нормативними документами формалізовано максимально можливі обсяги міжсуб'єктних відносин, однак у зв'язку з тим, що законодавчі документи формувалися у різних історичний та фінансові періоди, існує ймовірність виникнення юридичних колізій та суперечностей, що можуть стати стимулом для шахрайства та вимагають ретельної уваги при здійсненні фінансового контролю ОТГ.

Серед колізій варто відмітити, що староста помилково вважається підлеглим (підпорядкованим) голові ОТГ. Однією з причин виникнення цього стереотипу, на нашу думку, є буквально тлумачення одного з повноважень сільського, селищного, міського голови, відповідно до якого він “організує в межах, визначених законом, роботу відповідної ради та її виконавчого комітету. Здійснює керівництво апаратом ради та її виконавчого комітету” [9]. Однак повноваження щодо здійснення керівництва виконавчим комітетом деякі голови можуть тлумачити на свою користь [10]. Їхня логіка виявляється досить простою: якщо голова здійснює керівництво виконавчим комітетом, то голова є керівником, а усі, хто входять до складу виконкому, є його

підлеглими, а оскільки староста за посадою є членом виконкому, то і він теж є підлеглим голові.

Враховуючи вищенаведене, розкриємо основні складності фінансових відносин, що виникають при функціонуванні ОТГ у фінансовій сфері:

- достатньо великий обсяг нормативних документів, що формалізують процедури місцевих фінансів;

- численні зміни до нормативних актів, які можуть доповнювати, повторювати чи суперечити іншим нормам законодавчих актів, що виникли в ході реформи фінансово-адміністративної децентралізації;

- для функціонування ОТГ з максимальною віддачею необхідна наявність фахівців високого рівня у галузі фінансового законодавства, а оскільки місцеві фінанси є вкрай обмеженими, особливо в ОТГ, що об'єднали кілька сіл, достатніх обсягів на оплату праці таких фахівців може не бути.

Крім того, при аналізі розподілу статей доходів бюджетів існує незначна відмінність у доходах, що виникла після фінансової децентралізації, а саме: розширення переліку потенційних доходів, в тому числі розширена база оподаткування. Щодо видатків, то вони розподіляються за двома напрямками: функціональним та економічним [11]. Така розмежованість дозволяє вчасно та в повному обсязі ідентифікувати напрями використання коштів.

Відмітимо, що історично більшість бюджетів формуються на основі даних попередніх років з визначеним коефіцієнтом, який повинен враховувати інфляційні процеси, розширення ОТГ та інвестиційні проекти, і головне завдання бюджетної політики – забезпечити врахування конструктивних побажань громади до проекту бюджету, що був заздалегідь виставлений на веб-сайті громади. Реформа децентралізації способу визначення обсягів бюджету не змінила, таким чином він визначається на дореформених засадах. Після формування та погодження місцевого бюджету ОТГ затверджується у встановленому законом порядку, після чого він згідно з принципом відкритості оприлюднюється на веб-сайті, що дозволить посилити громадський контроль.

Накопичення та адміністрування доходів ОТГ здійснюється у тісній співпраці з Казначейською службою України та фіскальними органами. Накопичені ресурси ОТГ розподіляє по власним та делегованим державою повноваженням згідно із затвердженим планом розвитку. Відмітимо, що функціонування системи Prozorro дозволяє в онлайн-режимі контролювати закупівлі громади. Використання ж власних активів здійснюється знову ж із застосуванням аукціонного підходу та відкритості інформації з орієнтиром на фінансову ефективність.

Також слід відмітити чинники, які реалізуються в процесі реформи децентралізації і позитивно впливають на формування фінансового контролю в ОТГ, а саме:

1) створення центрів надання адміністративних послуг (ЦНАП), що перебрали на себе левову частину оформлення адміністративних послуг в регіонах, а отже і можливостей з неправомірного розподілу коштів стало менше;

2) наповнення Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР) до 1,5% від Державного бюджету України та спрямування накопичених коштів на реалізацію загальнодержавних пріоритетів, що дозволить додатково посилити контроль за реалізацією інфраструктурних та соціальних проектів, де хабарництво та відмивання коштів є чи не найвищим;

3) значне обмеження влади адміністрації області та району над функціонуванням та прийняттям рішень в ОТГ, що підвищить самостійність та дозволить розвивати проекти в інтересах ОТГ, а не області чи району;

4) розширення повноважень у земельному

питанні, в тому числі і надання контрольних функцій за використанням земельних ресурсів відповідно до затвердженої містобудівної документації, а не відповідно до рішень районних адміністрацій.

Найбільш важливим, на думку автора, є розподіл контролюючих функцій державних органів за бюджетом та контроль учасників процесу за бюджетуванням (

Рис. 2). Існує деяке дублювання функцій і повноважень, що стосуються контролю за бюджетним процесом ОТГ, наприклад повноваження місцевих рад та державних адміністрацій, Державної аудиторської служби та Державної казначейської служби України (наприклад, контроль за цільовим/програмним використанням бюджетних коштів тощо).

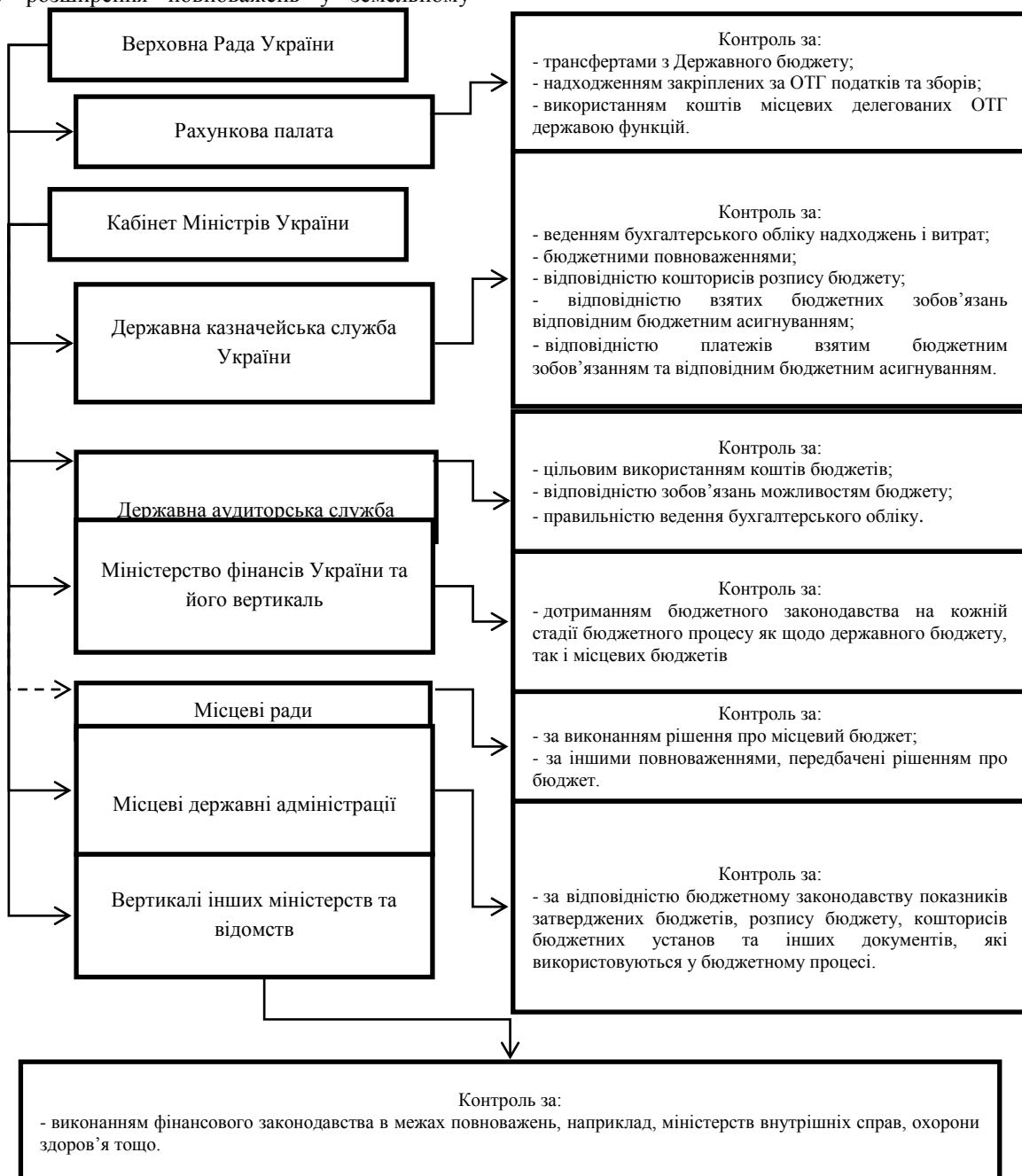


Рис. 2. Розподіл контролюючих функцій за бюджетним процесом ОТГ

Однак перш за все контроль за дотриманням місцевих фінансів спрямований на забезпечення ефективного і результативного управління бюджетними коштами та здійснюється на всіх стадіях бюджетного процесу його учасниками відповідно до Бюджетного кодексу та інших нормативно-правових актів, а також забезпечує:

- правильність ведення бухгалтерського обліку та достовірність фінансової і бюджетної звітності;
- оцінку управління бюджетними коштами (включаючи проведення державного фінансового аудиту);
- досягнення економії бюджетних коштів, їх цільового використання, ефективності і результативності в діяльності розпорядників бюджетних коштів шляхом прийняття обґрунтованих управлінських рішень тощо.

Наголосимо, що децентралізація сприяє ефективнішому задоволенню суспільних потреб населення, зростанню його добробуту, підвищує відповідальність розпорядників коштів ОТГ щодо раціонального і обґрунтованого фінансування економічних програм на місцевому рівні, сприяє посиленню громадського контролю над цільовим використанням бюджетних ресурсів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Підсумовуючи, відмітимо позитивні прояви забезпечення фінансового контролю на місцевому рівні: забезпечення макроекономічної стабільності на місцевому рівні; забезпечення фінансової самостійності місцевих органів влади щодо фінансування покладених на них функцій і завдань; створення умов щодо якісного та ефективного надання громадських послуг населенню; посилення відповідальності місцевих органів влади перед населенням певних адміністративно-територіальних утворень; створення конкуруючих умов між рівнями місцевої влади за фактори виробництва, робочу силу тощо.

Однак реформа децентралізації принесла не лише позитивні зміни, а й ряд негативних, що потребують додаткового дослідження: зниження рівня централізованого бюджетного контролю над формуванням та ефективністю розподілу бюджетних коштів місцевими громадами, що уповільнює розвиток ОТГ, які є невеликими та мають низьку ефективність фінансового управління; зниження пріоритетів державних органів влади у наданні інфраструктурних інвестицій, зниження ефективності реалізації фінансової політики на місцевому рівні; обмеження центральних органів влади у вирівнюванні дохідних і видаткових частин бюджетів ОТГ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>.

2. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні" [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.

3. Експертний аналіз бюджетів 665 ОТГ за I півріччя 2018 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/news/9680>.

4. Дерун Т. М. Навчальний посібник для депутатів місцевих рад об'єднаних територіальних громад. – [2-е вид.] / Дерун Т. М. / Асоціація міст України. – К. : ТОВ «Підприємство "ВІ ЕН ЕЙ"», 2017. – 164 с.

5. Возняк Г. Особливості міжбюджетних відносин в контексті досягнення фінансової спроможності територіальних громад / Г. Возняк // Світ фінансів. Державні і місцеві фінанси. – 2017. – №2 (51). – С. 17–28.

6. Закон України "Про добровільне об'єднання місцевих громад" [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-viii>.

7. Закон України "Про засади державної регіональної політики" [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19>.

8. Закон України "Про співробітництво територіальних громад" [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>.

9. Закон України "Про добровільне об'єднання місцевих громад" [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-viii>.

10. Децентралізація: коротко про головне [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://cost.ua/news/698-detsentralizatsiya-korotko-pro-holovne>

11. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.

REFERENCES

1. Kontseptsiiia reformuvannia mistsevoho samovriaduvannia ta terytorial'noi orhanizatsii vlady v Ukraini, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80>.

2. Zakon Ukrainy Pro mistseve samovriaduvannia v Ukraini, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80>.

3. Ekspertnyj analiz biudzhetiv 665 OTH za I pivrichchia 2018 roku, available at: <https://decentralization.gov.ua/news/9680>.

4. Derun, T. M. (2017), Navchal'nyj posibnyk dlia deputativ mistsevykh rad ob'iednanykh terytorial'nykh hromad. Vydannia druhe, Asotsiatsiia mist Ukrainy, TOV "Pidpriemstvo "VI EN EJ", K., 164 s.

5. Vozniak H. (2017), Osoblyvosti mizhbiudzhetnykh vidnosyn v konteksti dosiahnennia

finansovoi spromozhnosti terytorial'nyi hromad, *Svit finansiv. Derzhavni i mistsevi finansy*, №2 (51), s. 17–28.

6. Zakon Ukrainy Pro dobrovil'ne ob'iednannia mistsevykh hromad, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-viii>.

7. Zakon Ukrainy Pro zasady derzhavnoi rehional'noi polityky, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19>.

8. Zakon Ukrainy Pro spivrobitnytstvo terytorial'nykh hromad, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>.

9. Zakon Ukrainy Pro dobrovil'ne ob'iednannia mistsevykh hromad, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-viii>.

10. Detsentralizatsiia: korotko pro holovne, available at: <http://cost.ua/news/698-detsentralizatsiya-korotko-pro-holovne>.

11. Biudzhetnyj kodeks Ukrainy, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.

Стаття надійшла до редакції 9 серпня 2019 р.

УДК 640.43

Гірняк Л. І.,

lilyapost@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-9024-5495,

Researcher ID: F-7317-2019,

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

Глагола В. А.,

victoriaanastasia1976@gmail.com,

викладач циклової комісії фахових дисциплін, Мукачівський кооперативний торговельно-економічний коледж, м. Мукачеве

РОЗВИТОК КЕЙТЕРИНГУ ЯК ПЕРСПЕКТИВНОГО ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. У статті проаналізовано ситуацію на ринку кейтерингових послуг України. Зокрема, висвітлено сучасні особливості та актуальні проблеми розвитку кейтерингу як перспективної форми ресторанного бізнесу. Узагальнено основні тенденції розвитку кейтерингової діяльності, зазначено особливості результатів функціонування вітчизняних підприємств у різних сферах (видах) кейтерингу. Охарактеризовано основних гравців кейтерингового ринку з різних сфер (видів) діяльності. У ході дослідження встановлено, що розвиток індустрії кейтерингових послуг не завжди підпорядковується загальним тенденціям розвитку ресторанного господарства, демонструючи зростання обсягу реалізованої продукції підприємствами, що здійснюють постачання готових страв навіть у кризовий період (2015-2018 р.р.) попри зниження їх чисельності на ринку. Встановлено, що, незважаючи на вищу популярність підприємств, що надають послуги подієвого кейтерингу, кількість та позитивні фінансові результати діяльності вищі у компаній, що функціонують у сфері корпоративного кейтерингу. Аналізуючи основні тенденції розвитку сфери кейтерингового обслуговування, було виявлено важливі проблеми галузі: перевищення кількості закладів, які йдуть з ринку, порівняно з тими, які на нього виходять через їх неконкурентоспроможність; значна сконцентрованість кейтерингового ринку у великих містах; використання цінових інструментів впливу, намагання працювати у кількох сферах (видах) кейтерингового бізнесу, що в результаті позначається на якості надання послуг; неправильна структурна організація, недостатня мотивація персоналу, відсутність формалізації і стандартизації бізнес-процесів. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на встановлення шляхів запобігання та вирішення існуючих проблем для підвищення ефективності функціонування кейтерингового бізнесу в Україні.

Ключові слова: кейтеринг, ринок, розвиток, кейтерингові компанії, послуги, тенденції.

Hirnyak L. I.,

lilyapost@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-9024-5495,

Researcher ID: F-7317-2019,

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

Glagola V. A.,

victoriaanastasia1976@gmail.com,

Lecturer of the Cyclic Commission of Professional Disciplines, Mukachevo Cooperative College of Trade and Economics, Mukachevo

DEVELOPMENT OF CATERING AS A PERSPECTIVE TYPE OF ACTIVITY

Abstract. The article analyzes the situation on the catering services market in Ukraine. In particular, modern features and actual problems of catering development as a perspective form of restaurant business are highlighted. The basic tendencies of catering activity development are summarized, peculiarities of results of domestic enterprises functioning in different spheres (types) of catering are specified. The main players of the catering market in different fields (activities) are characterized. The study found that the development of the catering services is not always subordinate to the general trends of the restaurant industry, showing an increase in the volume of products sold by

enterprises supplying ready meals even during the crisis period (2015-2018), despite reducing their quantity in the market. It is determined, that despite the increasing popularity of event catering companies, the number and positive financial results of operations are higher, for companies operating in the field of corporate catering. When analyzing the main trends in the catering industry development the important problems of the industry were identified: exceeding of the number of establishments leaving the market, compared with those entering it because of non-competitiveness; significant concentration of the catering market in large cities; the use of price instruments of influence, the attempt to work in several areas (types) of the catering business, which as a result affects the quality of service rendering; wrong structural organization, insufficient motivation of staff, lack of formalization and standardization of business processes. Further research should focus on identifying ways aimed at prevention and resolution of existing problems to improve the efficiency of the catering business in Ukraine.

Key words: catering, market, development, catering companies, services, trends.

JEL Classification: L19, M13

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-06>

Постановка проблеми. Формування та розвиток ринку кейтерингових послуг можна розглядати як одне із стратегічних рішень численних підприємств/компаній ресторанного господарства, що в умовах загострення конкуренції шукають нові шляхи для реалізації стратегії диференціації, основною метою якої є підвищення конкурентоспроможності на ринку послуг. Однак ефективно втілення цього рішення пов'язане з численними особливостями функціонування цієї сфери ресторанних послуг. Зокрема, важливо враховувати видові особливості кейтерингу (подієвий, контрактний, соціальний та ін.), що зумовлюють принципи відмінності організації конкурентоспроможної бізнес-стратегії діючого підприємства. Відповідно, вивчення та аналіз тенденцій розвитку кейтерингу, розуміння його особливостей важливі для ефективного функціонування підприємств цієї сфери на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні аспекти розвитку кейтерингової діяльності висвітлені в працях зарубіжних та вітчизняних учених, серед яких особливої уваги заслуговують наукові праці: Г. П'ятницької, О. Григоренко [1], Л. Івашиної [8], Н. Прилепи, О. Миколук [10], А. Пінчук, А. Бойко [9] та ін. Поряд із накопиченими науковими напрацюваннями із цієї проблематики питання дослідження сучасних тенденцій розвитку підприємств, що надають послуги кейтерингового обслуговування, потребують подальшого аналізу та наукового доопрацювання.

Постановка завдання. Основні завдання дослідження полягають в аналізі стану розвитку кейтерингу як перспективного виду діяльності на ринку України, визначенні особливостей та перспектив, основних сучасних тенденцій розвитку, а також виявленні проблем, що негативно позначаються на ефективності ведення бізнесу в цій сфері. Для вирішення поставлених завдань необхідно: провести аналіз розвитку кейтерингової діяльності в Україні; визначити чинники, що зумовлюють зміни в розвитку ринку на різних етапах, а також узагальнити перспективні тенденції розвитку сфери в подальшому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кейтеринг як вид економічної діяльності є одним із

форматів індустрії харчування України, що найбільш динамічно розвиваються. На сьогодні запровадження кейтерингового обслуговування або ж організація на базі стаціонарного закладу ресторанного господарства кейтерингового відділу є одним із найпоширеніших способів диверсифікації, розширення переліку послуг з метою підвищення конкурентоспроможності закладу на ринку.

Однак слід зазначити, що якщо ще років 15-20 тому такі підприємства більш-менш задовольняли існуючий попит на організацію харчування поза закладом, то на сьогодні ситуація змінилась. Організація виїзних заходів на сучасному рівні потребує наявності спеціального обладнання, меблів, постійного кваліфікованого персоналу, тобто вимагає залучення додаткового капіталу і копійки роботи над кожним окремим замовленням. На такі витрати спроможні не всі заклади, а тому ринок відчував гострий дефіцит в спеціалізованих компаніях, що працюватимуть у сфері значно компетентніше. В результаті розвиток кейтерингу як окремого бізнесу відбувся в 2000-х і започаткували його підприємства, що надавали послуги з подієвого обслуговування [2]. Нові гравці, що вийшли на ринок, сконцентрувалися на організації виїзних банкетів (як корпоративних, так і приватних), організації харчування на конференціях та інших масових заходах.

Відповідно до даних Державної служби статистики на сьогодні в Україні функціонує більше п'яти тисяч закладів, що надають кейтерингові послуги, тобто займаються постачанням готових страв. Ця група за видом діяльності включає надання послуг із кейтерингу, пов'язане з постачанням готових страв для подій або протягом визначеного періоду часу, а також діяльність із доставки продуктів харчування спортивним або іншим установам на основі концесії [3].

Слід зазначити, що кількість таких підприємств у 2018 р. (5094) була меншою від їх кількості у докризовий період (5607 у 2014 р.), однак уперше за попередні чотири роки намітилася тенденція до зростання (на 2,35% у 2018 р. порівняно з 2017 р.) (рис. 1).

За інформацією порталу Delo.UA, в Україні послуги кейтерингу надають більше 300 спеціалізованих компаній [2]. За офіційними даними, загалом послуги виїзного харчування у 2015 р. надавали 5366 підприємств, більшість з яких розвиває кейтерингову діяльність на базі стаціонарних закладів (готелю чи ресторану). На 2018 р. кількість таких підприємств зменшилася до 5094, що узгоджується із загальною тенденцією згортання бізнесу у ресторанній сфері у кризовий та післякризовий періоди [3]. Кількість спеціалізованих кейтерингових компаній залишилася майже такою ж.

У сфері подієвого кейтерингу функціонує близько 260 спеціалізованих компаній. Їх сумарний

оборот, за даними Всеукраїнської рекламної коаліції, в 2014 році становив 85 млн грн. У 2015-му ринок просів на 15,3% і вийшов на показник в 72 млн грн [4]. В цілому ж обсяг усього ринку, включаючи постачальників їжі для армії, бортове обслуговування, держустанови і т.д., у докризовому 2014 р. сягав майже 3,3 млрд грн і в подальшому до 2018 р. постійно зростає, не підпадаючи під загальну тенденцію розвитку ресторанного бізнесу до спадання. Відповідно, у 2018 р. обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами, що працюють у сфері кейтерингу, тобто займаються постачанням готових страв, становив уже більше 7 млрд грн (рис. 2).

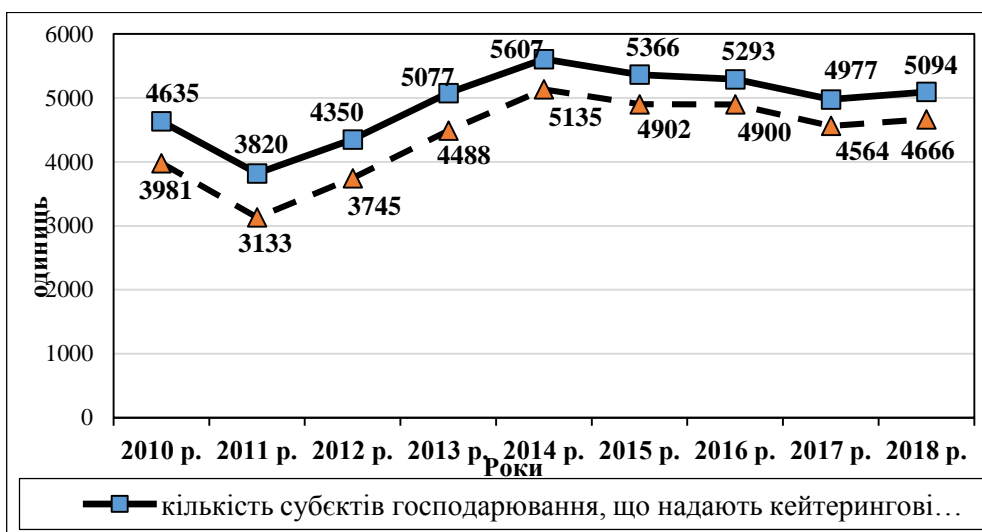


Рис. 1. Динаміка зміни кількості суб'єктів господарювання, що надають кейтерингові послуги за 2010-2018 р.р. [3]

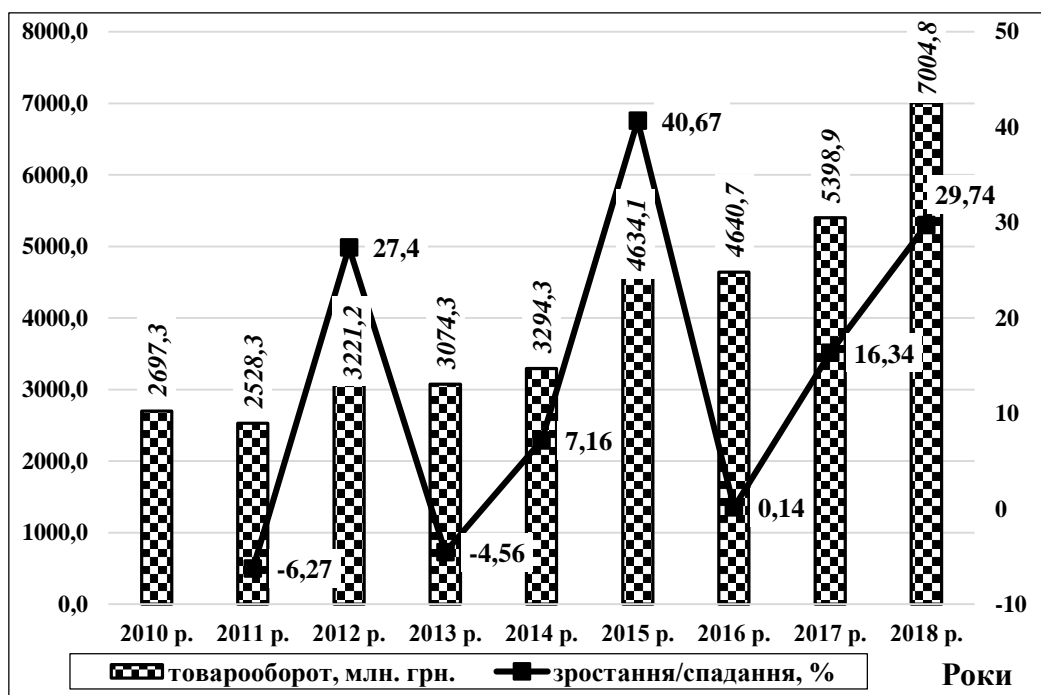


Рис. 2. Динаміка змін обсягу реалізованої продукції підприємствами, що здійснюють постачання готових страв у 2010-2018 р.р. [3]

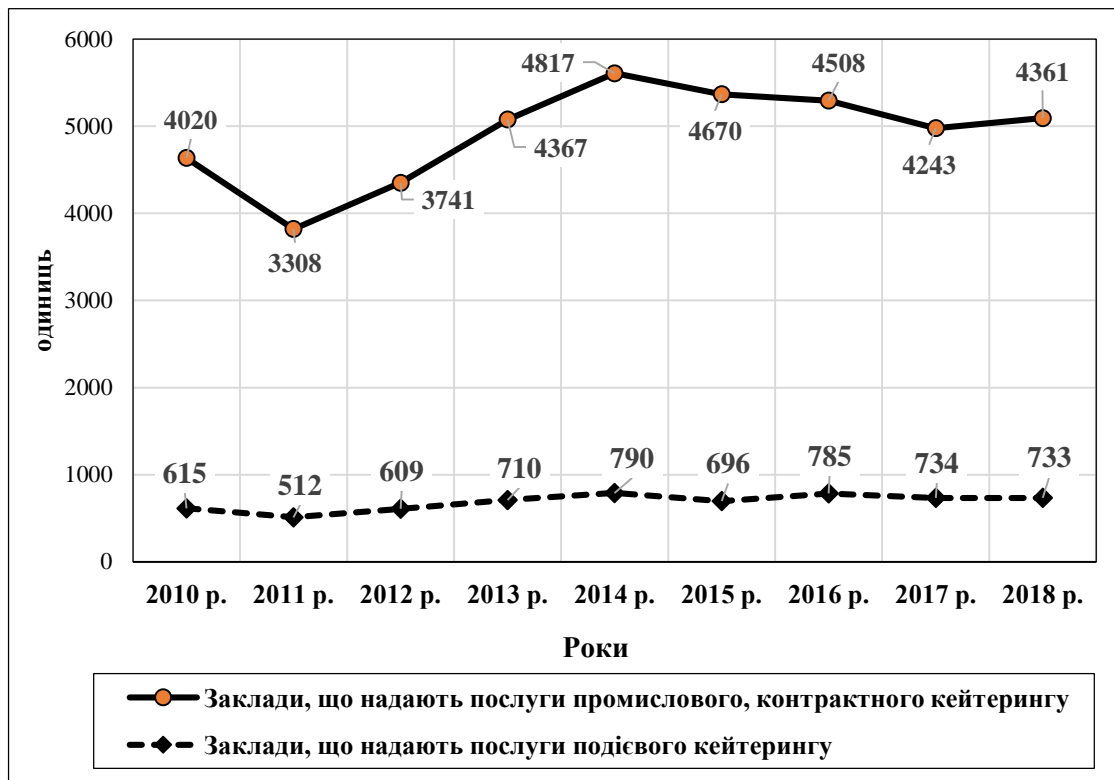


Рис. 3. Динаміка зміни чисельності закладів, що працюють у сфері подієвого та корпоративного кейтерингу у 2010-2018 р.р. [3]

Попри позитивну динаміку зростання обсягів реалізації кейтерингових послуг ринок кейтерингу України сьогодні можна охарактеризувати як незначно освоєний. Основними споживачами кейтерингових послуг в Україні є корпоративні клієнти: їх частка становить близько 70% [1, с. 63].

Слід зазначити, що, враховуючи спеціалізацію надання кейтерингових послуг з орієнтацією на споживача, пріоритетними напрямками розвитку для українського бізнесу є подієвий (івентивний від англ. event – подія) та контрактний (або корпоративний) чи роз’їзний види кейтерингу.

Хоча подієвий кейтеринг є більш розрекламованим, відомим для пересічного споживача ресторанних послуг, чисельність підприємств, що функціонує у даній сфері кейтерингового бізнесу, значно поступається чисельності закладів, що працюють у сфері промислового та контрактного кейтерингу, – у 2018 р. таких закладів було майже у шість разів менше, порівняно із закладами, що надають послуги контрактного кейтерингу [3]. Загалом кількість закладів в обидвох сферах на початок 2019 р. була нижчою, ніж у докризовий період. Крім того, достатньо важким з економічної точки зору видався 2017 р., що також супроводжувалося закриттям закладів, які забезпечують постачання готових страв. Загальна тенденція заощадливості, економічності споживання та ситуація фінансової нестабільності не сприяла зростанню чисельності закладів, що працюють у сфері подієвого кейтерингу; відповідно, їх кількість на початок 2019 р. залишилася майже такою ж (734 од. у 2017 р., 733 - у 2018 р. (рис. 3).

Більшість кейтерингових компаній працюють у Києві, Харкові, Дніпрі, Одесі та Львові, адже саме в цих містах розташовуються штаб-квартири великих холдингів і корпорацій, із якими співпрацюють кейтерингові фірми.

Основними гравцями на ринку подієвого кейтерингу сьогодні є компанії “Фігаро”, VIP catering, “Сіль і Перець” та інші. При цьому, крім внутрішньої конкуренції, між кейтеринговими компаніями ведеться більш жорстка конкурентна боротьба за клієнта зі стаціонарними закладами (ресторанами та готелями), що розглядають кейтерингову послугу як додаткову для свого бізнесу. За даними інформаційного порталу Checkpoint Business Media, лідируючі позиції у сфері кейтерингу зайняли наступні компанії: “Живіт-кейтеринг” (м. Київ), серед постійних клієнтів “Київський ювелірний завод”, L’oreal, Multiplex Cinema, Samsung і канал “Україна”; студія кейтерингу Chef (м. Львів) – 6 років на ринку, втілила більше 1500 проектів. Серед постійних приватних і корпоративних клієнтів студії - SoftServe, Bader Ukraine, Кредобанк, TicketsUA, й ЕРАМ; “Фігаро-кейтеринг” (м. Одеса) – 15 років на ринку, понад 10 000 заходів для мільйона гостей, послугами скористалися більше 3000 компаній, постійними клієнтами стали Danone, Unicef, “Космо”, Mary Kay, “Київстар” й “Одеський міжнародний кінофестиваль”; “Ессен” (м. Харків) – на ринку 15 років, має власну виробничу базу площею понад 450 кв. м, оснащена необхідним технологічним та холодильним обладнанням,

автопарком; Rich catering (м. Дніпро) – на ринку 8 років [5].

Паралельно з компаніями, які обслуговують виїзні заходи, на ринку України успішно функціонують ті, що спеціалізуються на контрактному “корпоративному” кейтерингу, бізнес-модель якого докорінно відрізняється від подієвого. Компаній, що поставляють їжу в “особливо великих розмірах”, на ринку всього близько 40, однак їх прибутки значно вищі від тих, що працюють у подієвому кейтерингу. До послуг останніх вдаються великі промислові підприємства, в’язниці, дитячі садки, лікарні та аеропорти і, звичайно, військові.

Характеризуючи основних гравців цього ринку, варто відзначити його жорстку сегментацію. Зокрема, компанії “Авіка”, “Адмет-груп”, “Укрпродкорд ОР” і “Артек-Союз” протягом багатьох років займалися фактично виключно поставками харчування військовослужбовцям. Для розуміння масштабів ринку слід врахувати, що один день харчування для солдата, службовця на базі у 2015 р. коштував 57,24 грн, на кораблі - 59 грн. Всього в Україні на службі у 2015 р. перебували понад 189 тис. осіб. Відповідно, загальний дохід компаній у 2015 році склав 902 млн грн [2]. У 2016 році з армійського ринку четвірку потіснила міжнародна компанія METRO Cash & Carry Ukraine, яка виграла тендер на поставку харчування в армію через систему електронних державних закупівель ProZorro. Міжнародний ритейлер зміг знизити ціну вартості з 3,2 млн грн до 2,15 млн грн, що заощадило державі 34% бюджету і знизило вартість одного дня харчування до 43 грн [6]. На 2018 р. чисельність збройних сил України перевищила 255 тис. осіб, а компанія METRO Cash & Carry Ukraine закінчила фінансовий рік з прибутком 467 млн грн [7].

У сфері корпоративного кейтерингу із забезпечення харчуванням працівників великих промислових підприємств домінують компанії “Управління громадського харчування і торгівлі”, клієнтами якої є такі промислові гіганти, як “Запоріжсталь”, “Азовсталь” та інші та компанія “Корпус Груп Комтек”, у промисловому портфелі якої ПАТ “АрселорМіттал”.

Вагомою частиною цієї сфери кейтерингового ринку є забезпечення харчування на транспорті. У цьому сегменті однією з найкрупніших є міжнародна компанія Do&Co, яка у 2012 році викупила українську “Київ Кейтеринг”. Її частка на ринку в 2014 році склала 70%, а основний клієнт – авіакомпанія МАУ. Дохід компанії досяг 208 млн грн [2].

Серед основних тенденцій функціонування вітчизняного ринку кейтерингових послуг слід виділити наступні.

Починаючи з 2014 р., кількість компаній, які щорічно виходили на вітчизняний ринок кейтерингу, була меншою, ніж тих, які щорічно припиняли свою діяльність, і лише у 2018-2019 р.р. ситуація дещо стабілізувалася. Це пов’язано не лише з економічною кризою, але й з високою конкуренцією в галузі, зі зниженням рентабельності

кейтерингового бізнесу (рівень операційної рентабельності у 2015 р. 1,9%, у 2016 р. – 1,1%, у 2017 р. – 0,2%, лише у 2018 р. зростання до 2,1%) [3], з невідповідністю якості послуг потребам ринку і т.д.

Значна сконцентрованість ринку у великих містах Києві, Одесі, Львові, Харкові, Дніпрі зумовлює регіональні обмеження його розвитку. Нестолічні регіони в сукупності складають близько 17% від обсягу вітчизняного ринку кейтерингових послуг.

Існують певні труднощі, пов’язані із залученням і утриманням клієнтів. У багатьох вітчизняних кейтерингових компаній відсутня індивідуальність, і, відповідно, клієнтові не важливо, яка з компаній буде його обслуговувати [9]. Висока конкуренція на ринку призводить до того, що в конкурентній боротьбі починають використовувати цінові інструменти: наприклад, працюють за демпінговими цінами. Це часто призводить до падіння якості обслуговування і розорення. В умовах високої конкуренції вітчизняним компаніям необхідно розробляти і реалізовувати систему власних конкурентних переваг, індивідуалізувати свою діяльність, а не знижувати ціни.

Для збереження обсягів продажів і доходів кейтерингові компанії намагаються працювати в різних сегментах ринку, які суттєво різняться організаційною структурою, матеріально-технологічним забезпеченням, особливістю надання послуг. Відповідно, це позначається на якості кейтерингових послуг підприємства і негативно впливає на його доходи. Ця тенденція характерна не тільки для компаній середнього класу, але також і для преміум-класу.

Незважаючи на те, що вартість послуг вітчизняних компаній не є низькою, значна їх кількість просто не в змозі запропонувати послуги належної якості. Основними причинами є: неправильна структурна організація, недостатня мотивація персоналу, відсутність формалізації і стандартизації бізнес-процесів, низький рівень професіоналізму персоналу, особливо тимчасового, який мало мотивований на підтримку іміджу компанії. Крім того, навіть штатний персонал не завжди має професійну освіту, необхідну для роботи в індустрії харчування.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, можна узагальнити, що найбільш гостро на ринку вітчизняних кейтерингових послуг виражені проблеми пов’язані з: недостатньо високими темпами зростання бізнесу; якістю послуг, що надаються; недобросовісною конкуренцією; відсутністю кваліфікованого персоналу; неправильною структурною організацією компаній.

Проте ринок кейтерингових послуг України продовжує розвиватися, з певних позицій він може бути розглянутий як ефективний. Кейтеринг є однією з перспективних і зростаючих галузей вітчизняного ресторанного бізнесу [8, 9, 10]. Серед основних тенденцій його подальшого розвитку виділяють: зростання кількості спеціалізованих

закладів; розвиток нових кейтерингових форматів організації харчування, як, наприклад, екокейтерингу; підвищення мобільності кейтерингових компаній у результаті вдосконалення їх матеріально-технічної бази та забезпечення кваліфікованими кадрами; впровадження ефективних логістичних прийомів та вдосконалення маркетингової політики кейтерингових підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. П'ятницька Г. Глобальні тренди розвитку кейтерингу / Г. П'ятницька, О. Григоренко // *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право.* – 2019. – №3. – С. 51-68.
2. Тише едешь, больше будешь: Как рынок кейтеринга вырос до 3 млрд. гривень. Дело UA. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/tishe-edesh-bolshe-budesh-kak-rynok-kejteringavyros-do-3-mlrd-315498>.
3. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Рынок «праздничного» кейтеринга оценивают в 72 млн грн – основатель компании «Фигаро». Дело UA. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/rynok-prazdnichnogokejteringa-ocenivajut-v-72-mln-grn-osnovat-313304>.
5. Top-5 кейтеринговых компаний Украины. Checkpoint Business Media [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ckp.in.ua/lifestyle/19603>.
6. Рудомський Р. Реформа харчування у ЗСУ / Р. Рудомський [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.depo.ua/ukr/war/reforma-sistemi-harchuvannya-armiyi---plani-sabotazh-novi-22092016090000_
7. Віннічук Ю. 200 найбільших компаній України 2018 року / Ю. Віннічук, С. Головнєв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://biz.censor.net.ua/resonance/3147570/200_nayiblshih_kompanyi_ukrani_2018_roku_
8. Івашина Л. Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні / Л. Л. Івашина // *Глобальні та національні проблеми економіки.* – 2017. – Вип. 17. – С. 314-317.
9. Пінчук А. С. Реклама як основний засіб просування кейтерингових послуг / А. С. Пінчук, А. В. Бойко // *Інфраструктура ринку.* – 2018. – Вип. 25. – С. 397-401 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://marketinfr.od.ua/journals/2018/25_2018_ukr/68.pdf.

10. Прилепа Н. В. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу / Н. В. Прилепа, О. А. Миколок // *Вісник Хмельницького національного університету.* – 2014. – № 5. – Т. 2. – С. 91-94.

REFERENCES

1. P'iatnyts'ka H. and Hryhorenko O. (2019), *Hlobal'ni trendy rozvytku kejteryahu, Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, №3, s. 51-68.
2. Tishe edesh', bol'she budesh': Kak rynok kejteringa vyros do 3 mlrd. griven'. Delo UA., available at : <https://delo.ua/business/tishe-edesh-bolshe-budesh-kak-rynok-kejteringavyros-do-3-mlrd-315498>.
3. Ofitsijnyj sayt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy, available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Rynok «prazdnichnogo» kejteringa ocenivajut v 72 mln grn – osnovatel' kompanii «Figaro». Delo UA., available at: <https://delo.ua/business/rynok-prazdnichnogokejteringa-ocenivajut-v-72-mln-grn-osnovat-313304>.
5. Top-5 kejteryahovykh kompanij Ukrainy. Checkpoint Business Media, available at : <https://ckp.in.ua/lifestyle/19603>.
6. Rudoms'kyj R. Reforma kharchuvannia u ZSU, available at: <https://www.depo.ua/ukr/war/reforma-sistemi-harchuvannya-armiyi---plani-sabotazh-novi-22092016090000>.
7. Vinnichuk Yu. and Holovn'ov S. 200 najbil'shykh kompanij Ukrainy 2018 roku, available at : https://biz.censor.net.ua/resonance/3147570/200_nayiblshih_kompanyi_ukrani_2018_roku_
8. Ivashyna, L. L. (2017), *Perspektyvy ta problemy kejteryahu v Ukraini, Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vyp. 17, s. 314–317.
9. Pinchuk, A. S. and Bojko, A. V. (2018), *Reklama iak osnovnyj zasib prosuvannia kejteryahovykh posluh, Infrastruktura rynku*, vyp. 25, s. 397-401, available at: http://marketinfr.od.ua/journals/2018/25_2018_ukr/68.pdf.
10. Prylepa, N. V. and Mykoliuk, O. A. (2014), *Osoblyvosti rozvytku kejteryahu iak innovatsijnoi formy restorannoho biznesu, Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, № 5, T. 2, s. 91-94.

Стаття надійшла до редакції 15 липня 2019 р.

UDC 338.46 (477.51)

Holyk M. M.,

maryholyk@gmail.com, ORCHID ID: 0000-0002-3320-2392,

ResearcherID: P-2999-2016,

Ph.D., Lecturer, Chernivtsi Cooperative College of Economics and Law, Chernivtsi

TOURISM INDUSTRY OF UKRAINE: CURRENT STATE, PROBLEMS OF DEVELOPMENT AND WAYS OF IMPROVEMENT

***Abstract.** The article investigates current state, the problems of development and ways of improvement of the tourism industry of Ukraine. The purpose of the article is to analyze the current state of the Ukrainian tourism industry, highlight the key problems of development and determine the ways of improvement of its functioning. The study found that the tourism industry in Ukraine is one of the perspective directions of socio-economic development of the country. It is established that there are all objective prerequisites as favorable geopolitical location, favorable climate, diverse terrain, transport network, historical identity and cultural values of the nation for the development of the tourism industry in Ukraine. Key problems of development of the tourist industry of Ukraine are highlighted and ways of improvement of its functioning are offered, in particular improvement of the state policy of support and regulation in terms of search of potential sources of financial support, optimization of tourist and recreational potential's use of Ukraine's regions, activation of informational and analytical support at the regional, national and international level. All of this will help to increase the national and local budget revenues, number of potential jobs and investments in the domestic economy. Further research should be directed towards a more complete study of the organizational and economic aspects of the functioning of the tourism industry in Ukraine.*

Keywords: tourism, tourist industry, tourist flows, current state, problems of development, ways of improvement.

Голик М. М.,

maryholyk@gmail.com, ORCHID ID: 0000-0002-3320-2392,

Researcher ID: P-2999-2016,

к.е.н., викладач, Чернівецький кооперативний економіко-правовий коледж, м. Чернівці

ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

***Анотація.** У статті досліджуються проблеми розвитку та шляхи вдосконалення туристичної галузі України. Метою статті є аналіз сучасного стану туристичної галузі України, виділення ключових проблем розвитку та визначення шляхів вдосконалення її функціонування. У ході дослідження встановлено, що туристична галузь в Україні є одним із перспективних напрямків соціально-економічного розвитку держави. Встановлено, що для розвитку туристичної галузі в Україні існують усі об'єктивні передумови: вигідне геополітичне розташування, сприятливий клімат, різноманітний рельєф, мережа транспортних сполучень, історична самобутність та культурні цінності нації. Виокремлені ключові проблеми розвитку туристичної галузі України та запропоновані шляхи вдосконалення її функціонування, зокрема удосконалення державної політики підтримки та регулювання у частині пошуку потенційних джерел фінансового забезпечення, оптимізації використання туристично-рекреаційного потенціалу регіонів України, активізації інформаційно-аналітичного забезпечення на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Все це сприятиме зростанню грошових надходжень до загальнодержавного та місцевих бюджетів, збільшенню кількості потенційних робочих місць, активізації інвестицій у вітчизняну економіку. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на більш повне вивчення організаційно-економічних аспектів функціонування туристичної галузі України.*

Ключові слова: туризм, туристична галузь, туристичні потоки, сучасний стан, проблеми розвитку, шляхи вдосконалення.

JEL Classification: L83, M21

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-07>

Target setting. For today, the tourism industry is at least third among the sectors of the world economy

in terms of income and it is one of the perspective directions of socio-economic development of the

country. In many European countries, tourism is the main source of income and revenue. So, worldwide tourism business revenues are totally more than \$ 500 billion annually [8].

Since the Declaration of Ukraine's independence was proclaimed, the domestic tourism industry began to develop actively. Now, tourism is one of the most perspective sectors of the national economy, where approximately 10% of our country's population involved. However, according to investigations of analysts, the share of tourism in the GNP of Ukraine is still less than 2%, despite the fact that in developed countries this indicator ranges from 5 to 8% [1, p. 84].

In such circumstances, it is up to date the need to study more deeply the current state of the Ukrainian tourism industry in the national economy, its development in the conditions of globalization and internationalization (because of the problems related to the scale of tourist companies activity and expansion of territorial borders) and management (in the context of improving the efficiency and profitability of tourism organizations).

Actual scientific researches and issues analysis.

The issues of the development of the tourism industry as one of the most perspective directions of the country's economy were investigated by such domestic scientists as O. Bartoshchuk [1], O. Bospala [2], Z. Gerasymchuk [3], V. Kifyak [4; 5], T. Ryabova [8], I. Shamara [10], etc. At the same time, in the context of intensifying the population interests in obtaining cultural and historical tourism services, the complex theoretical questions which are devoted to the scientific rethinking of the features of formation the modern tourist industry of Ukraine require the further deeper development.

Research objective. The purpose of the article is to analyze the current state of the Ukrainian tourism industry, highlight the key problems of development and determine the ways of improvement of its functioning.

Statement of basic materials. Although the tourism industry is a key priority direction for the

growth of the domestic economy, the unstable political and economic situation in Ukraine has a very negative impact on the further advance development of the tourism business. The current situation in the country discourages potential foreign investors who would like to invest in the development of tourist and recreation complex. That is why, in order to improve the situation, first of all it is necessary to conduct well-considered economic, informational and state policies which aimed at creating a positive image of Ukraine as competitive country in the field of travel and tourism.

It is necessary to note that there are all objective prerequisites for the development of the tourism industry in Ukraine. First of all, it is worth to mention about the favorable geopolitical location, considerable recreational potential, in particular favorable climate, diverse relief, the network of transport connections, historical identity and cultural values of the nation. In addition, for today the hotel and restaurant infrastructure is being actively developed, the quality of tourist services is being improved because of increasing the level of theoretical and practical training of the service staff, the attendance of tourist sites is increasing, and fundamentally new tourist routes are emerging.

As a result, these prerequisites contribute to the dynamic development of the tourism industry in our country, which is confirmed by the analysis of tourist flows, graphically presented in Fig. 1.

According to Fig. 1 for the period from 2013 to 2014 years in Ukraine there was the decrease in the value of both indicators as the number of Ukrainian citizens who went abroad (in 2014 by 1323616 persons or by 5.57% compared to 2013) and the number of foreign citizens, who visited Ukraine (by 11959720 people, or by 48.48% during the same period). It is primarily due to the impact of political events in the eastern Ukraine, which negatively affect the overall situation in the country, both inbound tourism and outbound tourism.



Fig. 1. Dynamics of tourist flows in Ukraine for 2013-2017 years [9]*

* without taking into account the temporarily occupied territories of the Autonomous Republic of Crimea, the city of Sevastopol, and part of the temporarily occupied territories in Donetsk and Luhansk regions.

Since 2014, the value of the number of Ukrainian citizens who travelled abroad has shown an increasing trend (in 2017 by 3999742 persons, or 17.83% compared to 2014), which certainly has a positive effect on the overall situation of the tourist industry in Ukraine.

On the other hand, since 2015 the number of foreign citizens who visited Ukraine is gradually increasing, but even in the last 2017 year this indicator was less by 10249986 persons, or by 41.55% compared to 2013 and only more by 1709734 persons, or by 13.45% compared to 2014. We believe that the main reason for the decrease in the value of the number of foreign citizens who visited Ukraine is, first of all, the unwillingness of foreign tourists to visit a politically unstable country, which, therefore, significantly complicates the conduct of tourist activity in Ukraine and hinders the further development of the tourism industry in Ukraine.

In 2013-2017, the distribution of tourists served by tourist operators in Ukraine indicates the decrease in the number of foreign citizens who visited Ukraine (by 5.32% in 2017 compared to 2013) (Table 1). At the same time, it was reflected in the number of Ukrainian citizens who traveled on the Ukraine's territory (this indicator decreased from 20.34% to 17.00 in 2017 compared to 2013). Instead, during 2013-2017 the share of tourists and citizens of Ukraine who went abroad increased from 72.93% in 2013 to 81.59% in the last 2017. We believe that during this period the increase in outbound flows of Ukrainian tourists is due to the fact that Ukrainian citizens have stepped up trips to the neighboring countries (Russia, Poland, Moldova, Hungary, Belarus, Slovakia) because of labor migration.

In general, the analysis of tourist flows of Ukraine for 2013-2017 years shows the importance of the development of inbound and outbound tourism, which is an important factor of the development of the national economy by creating additional jobs, replenishing the country's foreign currency reserves and enhancing its positive image in the international arena.

With the aim of intensifying the development of the tourism industry and increasing the efficiency of tourism organizations, today it is important to solve the problems that require balanced state support and regulation.

The main problems which hindering the further development of the tourism industry in the country are [8]:

- instability of the political situation in the country and the presence of military conflict in the East of Ukraine;
- disadvantages of regional regulation of the tourism industry;
- insufficiency of advertising information about tourist attractiveness of Ukraine abroad;
- high tax burden, which is an obstacle for potential investors to invest in the tourism industry;
- insufficient level of staff qualification of the tourism industry;

- a small number of hotels that meet the world standards.

We believe that this list of obstacles is inexhaustible and requires some additions. Thus, we see a significant gap in the imperfect state policy of support and regulation of the tourism industry in terms of establishing partnerships with the private sector of the national economy.

Apart from the above mentioned problems of tourism development in Ukraine, the weak tourism infrastructure remains especially acute. In particular, the modernization of railways and motorways throughout Ukraine, the expansion of existing flights and, accordingly, the construction of new innovatively equipped airports in regional centers are required.

So, despite the considerable resource potential, the tourism industry of Ukraine has a number of significant gaps, which requires the identification of effective ways of improvement. Analyzing the prospects for the development of the tourism industry in Ukraine, it is worth to note that the modern tourism industry is a factor in the growth of the national economy and the well-being of its population, which integrates almost all industries. We believe that this should become decisive in the formation of a new state policy of support and regulation in the field of tourism, the priority of development of which should positively affect the socio-economic position of the country, contribute to strengthening its positive image in the world.

For the advance development of the tourism industry of Ukraine let us to identify the following ways of improvement of its functioning:

- to direct the development of the tourism industry of Ukraine in the way of rational use of resources and preventing their long-term depletion;
- to take into account the requirements for environmental protection through cost-effective environmental regulation and active cooperation of countries at the global, national, regional and local levels [3, pp. 68-69];
- to improve the legal support, in particular to input the structural amendments to the Law of Ukraine "On Tourism" and "Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the Tourism and Resort Development Strategy for the period up to 2026" on issues of the public relations regulation in the field of tourism and ensuring the safety of foreign and domestic tourists, as well as domestic tourists, who travel abroad;
- to expand the financing sources for the development of the tourism industry, including through the activation of state financing, foreign direct investment, stock market instruments and bank lending;
- to develop the national information and analytical system in the field of tourism and its integration into the world information tourist network;
- to improve the business climate in the tourism industry and to promote the fair competition;
- to develop the new tourist territories in Ukraine, etc.

Distribution of tourists served by tourist operators of Ukraine for 2013-2017 years [9]

Years	The number of tourists served by tourist operators of Ukraine, persons	as a percentage of the total	Including					
			Foreign tourists, persons	as a percentage of the total	Tourists and citizens of Ukraine who went abroad, persons	as a percentage of the total	Domestic tourists, persons	as a percentage of the total
2013	3454316	100	232311	6,73	2519390	72,93	702615	20,34
2014	2425089	100	17070	0,70	2085273	85,99	322746	13,31
2015	2019576	100	15159	0,75	1647390	81,57	357027	17,68
2016	2549606	100	35071	1,38	2060974	80,83	453561	17,79
2017	2806426	100	39605	1,41	2289854	81,59	476967	17,00

Conclusions and prospects of further research in this direction. So, nowadays the tourism industry of Ukraine is one of the priority factors for the growth of the national economy. It should be emphasized that the tourism industry contributes to the growth of national and local budget revenues, the increase of the number of potential jobs, the activation of investments in the domestic economy.

As a result of the analysis of the current state of the tourism industry in Ukraine and the identification of its key development problems, it can be concluded that for today it is expedient to improve the state policy of support and regulation in terms of finding potential sources of financial support, optimizing the use of tourist and recreational tourism potential of Ukraine's regions, activation of informational and analytical support at regional, national and international levels. The prospect of further exploration in this direction is a deeper study of the organizational and economic aspects of the tourism industry functioning in Ukraine.

REFERENCES

1. Bartoschuk, O. V. (2012), Assessment of tourism development in Ukraine, *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 7, pp. 82–86.
2. Bepala, O. A. (2017), Current state, problems and prospects of development of the tourist market in Ukraine, *Ekonomika: realiyi chasu*, vol. 6 (34), pp. 9-17, URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No6/9.pdf> (Accessed 21 October 2019).
3. Herasymchuk, Z. V. (2008), *Rehional'na polityka staloho rozvytku : teoriya, metodolohiya, praktyka* [Regional policy of sustainable development: theory, methodology, practice], Nadstyr'ya, Luts'k.
4. Kyfyak, V. F. (2003), *Orhanizatsiya turystychnoyi diyal'nosti v Ukrayini* [Organization of tourist activity in Ukraine], Knyhy-XXI, Chernivtsi.
5. Kyfyak, V. F. (2015), Development of tourism as one of the scenarios for improvement of socio-economic status of Chernivtsi region, *Turyzm*, vol. II (58), pp. 67-81.
6. Cabinet of Ministers of Ukraine (2017), Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On

approval of the Tourism and Resort Development Strategy for the period up to 2026» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (Accessed 21 October 2019).

7. The Verkhovna Rada of Ukraine (1995), The Law of Ukraine “On tourism”, URL: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (Accessed 21 October 2019).

8. Ryabova, T. A. (2018), State and prospects of tourism industry development in Ukraine, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 4, URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/51.pdf (Accessed 21 October 2019).

9. The official site of State Statistics Service of Ukraine (2017), Tourist streams, URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm (Accessed 21 October 2019).

10. Shamara, I. M. and Azarova, K. I. (2018), The current state, problems and prospects of development of the tourist services market of Ukraine, *Visnyk KHNU imeni V. N. Karazina. Seriya «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krayinoznavstvo. Turyzm»*, vol. 3, pp. 196-203.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бартошук О. В. Оцінка розвитку туризму в Україні / О. В. Бартошук // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 7. – С. 82–86.
2. Беспала О. А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні / О. А. Беспала // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2017. – № 6 (34). – С. 9-17. URL: <https://economics.opu.ua/files/archive/2017/No6/9.pdf> (дата звернення: 21.10.2019).
3. Герасимчук З. В. Регіональна політика сталого розвитку: теорія, методологія, практика : монографія / З. В. Герасимчук. – Луцьк : Надстир'я, 2008. – 528 с.
4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с.
5. Кифяк В. Ф. Розвиток туризму, як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного

стану Чернівецької області / В. Ф. Кифяк // Туризм. – Випуск II (58). – 2015. – С. 67-81.

6. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження від 16 бер. 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення: 21.10.2019).

7. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР URL: <https://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 21.10.2019).

8. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / Т. А. Рябова // Ефективна економіка. - 2018. - № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/51.pdf (дата звернення: 21.10.2019).

9. Туристичні потоки. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm (дата звернення: 21.10.2019).

10. Шамара І. М. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України / І. М. Шамара, К. І. Азарова // Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – 2018. – Вип. 3. – С. 196-203.

Стаття надійшла до редакції 6 листопада 2019 р.

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ: ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 658.81

Миценко Н. Г.,

talami1412@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0337-8346,

Researcher ID F-7270-2019,

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

Іванова Б. В.,

dapaivanova41@gmail.com,

магістрантка, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Шапвалова Є. В.,

liz.v.shapovalova@gmail.com,

магістрантка, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ФОРМУВАННЯ ЗБУТОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ

***Анотація.** В статті розглянуто актуальні проблеми формування збутового потенціалу вітчизняних підприємств, які в умовах дії поглибленої і всеосяжної зони вільної торгівлі з ЄС отримали можливість вийти за рамки внутрішнього ринку і стати частиною європейської бізнес-спільноти. Метою статті є висвітлення проблем формування збутового потенціалу вітчизняних підприємств на європейському ринку на основі визначення тенденцій розвитку експорту товарів в Україні, виявлення факторів, що гальмують вихід підприємств на зовнішні ринки, обґрунтування напрямів розширення європейського ринку збуту. Визначено сутність поняття “збутовий потенціал підприємства на зовнішньому ринку”. Враховуючи складність процесу виходу підприємства на зовнішній ринок, висвітлено роль інформаційних ресурсів у формуванні його збутового потенціалу. На основі вивчення статистичної інформації досліджено показник експорту продукції та послуг вітчизняних підприємств як результативний показник їх виходу на зовнішні ринки та реалізації їх збутового потенціалу, виявлено тенденції зміни товарної та географічної структури експорту, обґрунтовано необхідність їх врахування під час розробки експортної стратегії підприємства. У ході дослідження узагальнено основні стримуючі чинники та загрози виходу українських підприємств на європейські ринки в розрізі зовнішніх (політичних, економічних та соціальних) та внутрішніх чинників. Обґрунтовано необхідність інноваційно-активної моделі господарювання експортоорієнтованих українських підприємств з виробництва конкурентоспроможної продукції для європейського ринку та мобілізації з цією метою їх інноваційно-інвестиційного потенціалу. Запропоновано використання послуг експортного консалтингу для удосконалення компетенцій підприємств щодо маркетингових досліджень нових ринків, ціноутворення та формування системи просування продукції на них, планування обсягів збуту продукції, побудови товаропровідної мережі. Виявлено товарні пріоритети експорту до 8 найбільш перспективних для розвитку українського експорту країн Євросоюзу. Подальші дослідження спрямовуються на розробку експортної стратегії вітчизняного підприємства на європейському ринку та організаційно-економічних механізмів її реалізації.*

Ключові слова: європейський ринок, вітчизняне підприємство, збутовий потенціал, експорт товарів, тенденції розвитку експорту, чинники впливу, експортний консалтинг.

Mitsenko N. G.,

talami1412@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0337-8346, Researcher ID F-7270-2019,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics,

Lviv University of Trade and Economics, Lviv

*Ivanova B. V.,
danaivanova41@gmail.com,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Shapovalova Y. V.,
liz.v.shapovalova@gmail.com,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

FORMATION OF SALES POTENTIAL OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE EUROPEAN MARKET

Abstract. *The article deals with the actual problems of formation of sales potential of domestic enterprises, which in the conditions of the deep and comprehensive free trade area with the EU were given the opportunity to go beyond the internal market and become part of the European business community. The purpose of the article is to highlight the problems of formation of sales potential of domestic enterprises in the European market on the basis of determining trends in the development of goods export from Ukraine, to identify factors that hinder the entry of enterprises into foreign markets, to justify the directions of European market expansion. The essence of the concept of "sales potential of the enterprise in the foreign market" is defined. Given the complexity of the process of enterprise entry to the foreign market, the role of information resources in shaping its sales potential is highlighted. Based on the study of statistical information, the domestic enterprises products and services exports index as a resultant indicator of their entry into foreign markets and implementation of their sales potential, the tendencies of exports commodity and geographical structure change are identified, the necessity of their consideration during the development of enterprise export strategy is substantiated. The study summarized the main constraints and threats to Ukrainian enterprises entering European markets in terms of external (political, economic and social) and internal factors. The necessity of an innovative-active economic model of export-oriented Ukrainian enterprises for the production of competitive products for the European market and mobilization for this purpose of their innovation and investment potential is substantiated. The use of export consulting services to improve the competencies of enterprises in marketing research of new markets, pricing and formation of a product promotion system on them, planning of sales volumes, construction of the distribution network is proposed. The export commodity priorities of the 8 most promising for the development of Ukrainian exports to EU countries have been identified. Further studies should be directed at the development of domestic enterprises export strategy in the European market and organizational and economic mechanisms for its implementation.*

Key words: European market, domestic enterprise, sales potential, export of goods, trends of export development, factors of influence, export consulting.

JEL Classification: F41; L10; O29

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-08>

Постановка проблеми. Лібералізація зовнішньоекономічної діяльності в Україні, скорочення тарифних і нетарифних обмежень, спрощення митних, експортно-імпорتنих процедур призвели до зниження економічних бар'єрів, появи нових напрямів розвитку економічної свободи та ініціативи господарюючих суб'єктів. В умовах посилення в Україні євроінтеграційних процесів і створення поглибленої та всеохопної зони вільної торгівлі з ЄС вітчизняні підприємства прагнуть до виходу на європейські ринки задля розширення своєї ринкової ніші, залучення технологічних інновацій та передової техніки, пошуку нових джерел ресурсів (сировинних, техніко-технологічних, інформаційно-інноваційних) та нових ринків збуту своєї продукції. При цьому перед ними виникає проблема економічного обґрунтування збутової політики (в т. ч. асортиментної, цінової, рекламної тощо) та визначення свого збутового потенціалу. Під збутовим потенціалом підприємства в цьому контексті розуміємо сукупність його ресурсів (інформаційних, маркетингових, трудових,

управлінських та ін.) та можливостей збуту, що забезпечують спроможність підприємства здійснювати вихід продукції на зовнішній ринок, його закріплення та розвиток діяльності у міжнародному конкурентному середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості виходу українських підприємств на європейський ринок розглядалися такими вченими, як: О. Амоша, С. Васильєва [1], Т. Васильців, В. Геєць, Н. Горбаль [2], В. Гресько [2], Р. Гудима [2], С. Кваша, Т. Ковтун [3], Л. Кримчак [4], Т. Мельник [5], Н. Міценко [6], А. Мокій, Ю. Полякова [7], К. Пугачевська [5], Є. Рудніченко [4], Н. Ситник [8], Г. Соколюк [9], І. Федоренко [10], О. Шайда [7], Л. Яремко [7] та ін. Разом з тим, недостатньо дослідженими залишаються аспекти формування збутового потенціалу вітчизняних підприємств, що прагнуть виготовляти конкурентоспроможну продукцію та експортувати її на ринок Євросоюзу, який є одним з найпотужніших та найбільш захищених ринків світу.

**Географічна структура експорту товарів та послуг в Україні
у 2013-2018 роках (розраховано за [11, с. 9-14])**

(млн дол. США)

Показники	Роки						2018 р. до 2013 р.	
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	зміна суми	темп зміни, %
Обсяг експорту товарів	62305,9	53901,7	38127,1	36361,7	43264,7	47335,0	-14970,9	76,0
в т. ч. країни ЄС	16573,5	17002,9	13015,2	13496,3	17533,4	20157,0	3583,5	121,6
країни СНД	21672,1	14882,3	7806,1	6031,5	6916,4	7025,2	-14646,9	32,4
інші країни	24060,3	22016,5	17305,8	16833,9	18814,9	20152,8	-3907,5	83,8
Обсяг експорту послуг	14233,2	11520,8	9736,6	9868,0	10714,3	11537,9	-2695,3	81,1
в т. ч. країни ЄС	4195,7	3991,6	2927,9	3004,9	3452,7	3979,9	-215,8	94,9
країни СНД	5814,9	4034,3	3544,8	3727,9	3763,9	3701,3	-2113,6	63,7
інші країни	4222,6	3494,9	3263,9	3135,2	3497,7	3856,7	-365,9	91,3
Разом обсяг експорту	74832,3	64106,8	46804,2	45112,7	52579,5	57280,9	-17551,4	76,5
в т. ч. країни ЄС	20159,0	20383,0	15339,5	15827,5	20157,6	23100,1	2941,1	114,6
країни СНД	27362,2	18890,8	11335,9	9752,4	10674,2	10720,8	-16641,4	39,2
інші країни	27311,1	24833,0	20128,8	19532,8	21747,7	23460,0	-3851,1	85,9

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення проблем формування збутового потенціалу вітчизняних підприємств на європейському ринку на основі визначення тенденцій розвитку експорту товарів в Україні, виявлення факторів, що гальмують вихід підприємств на зовнішні ринки, обґрунтування напрямів розширення європейського ринку збуту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Збутовий потенціал будь-якого підприємства визначається передусім його ресурсним потенціалом: достатністю та якістю сировинних, техніко-технологічних, фінансових та інших ресурсів. Звернемо увагу на роль інформаційних ресурсів у формуванні збутового потенціалу вітчизняних підприємств, адже орієнтація на довгострокове перебування на європейських ринках вимагає володіння необхідним та достатньо глибоким обсягом інформації, що характеризує тенденції та проблеми розвитку експортної діяльності.

Н. Ситник та Г. Юркевич наголошують: “Аналіз тенденцій та закономірностей розвитку торговельно-економічного співробітництва між Україною та ЄС дає можливість визначити основні перспективи подальшого розвитку українського бізнесу, а саме доступ до найбільшого ринку у світі, у якому мешкають понад 500 млн споживачів” [8, с. 419]. Наголосимо, що обсяги експорту продукції та послуг вітчизняних підприємств є результативним показником їх виходу на зовнішні ринки та реалізації їх збутового потенціалу. Дослідження експортної діяльності українських виробників за

2013-2018 роки (табл. 1) дозволяє виділити такі тенденції:

1) значно скоротився експорт українських товарів та послуг за цей період (з 74,8 млрд до 57,8 млрд дол. США); при цьому експорт товарів скоротився на 15,0 млрд дол. США, або на 24,0%, а експорт послуг – на 2,7 млрд дол. США, або на 18,9%. Разом з тим, у 2017 році ця негативна тенденція була переломлена і обсяги експорту загалом, в т. ч. товарів та послуг, невпинно зростали, хоча й не досягли досі рівня 2013 р.;

2) відбулася переорієнтація географічної структури експорту українських товарів на нові ринки як під впливом євроінтеграційних процесів, так і внаслідок військової агресії та зовнішньоторговельної політики Росії (ембарго на поставку українських продовольчих товарів, призупинення дії Угоди про вільну торгівлю СНД, заборона транзиту через територію РФ українських товарів до інших країн тощо) (рис. 1): частка країн ЄС зросла з 26,6% (16,6 млрд дол. США) до 42,6% (20,2 млрд дол. США); частка країн СНД скоротилася з 34,8% (21,7 млрд дол. США) до 14,8% (7,0 млрд дол. США). У 4 рази (з 14,8 до 3,7 млрд дол. США) скоротився експорт товарів до Росії, хоча Росія залишається досить вагомим ринком збуту вітчизняних товарів (7,8% загального обсягу експорту України); частка Індії в експорті товарів з України склала в 2018 р. 4,7%, що на 1,6% вище рівня 2013 р.; зросла роль ринку Китаю: країна в 2018 р. займала 4,7% в загальному обсязі експорту товарів з України;

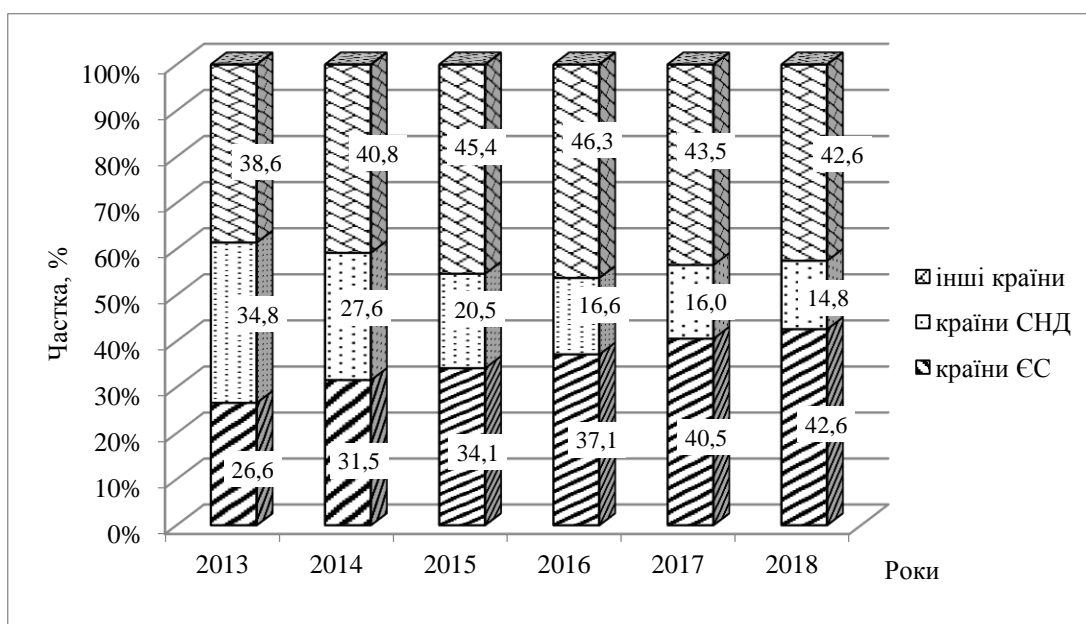


Рис. 1. Географічна структура експорту товарів в Україні у 2013-2018 роках (побудовано за [11])

3) значна волатильність кон'юнктури світових ринків на переважну частину продукції українського експорту формує різноспрямовані тенденції розвитку експорту за галузями економіки України: основну частку експорту складають сировинна продукція та напівфабрикати, внаслідок чого на світових ринках домінує низькотехнологічна вітчизняна продукція. У товарній структурі експорту у 2018 р., як і у 2013 р., переважали чорні метали – 21,0% від загального обсягу експорту (на 2% менше порівняно з 2013 р.), зернові культури – 15,3% (на 4,5% менше порівняно з 2013 р.), жири та олії

тваринного або рослинного походження – 9,5% (на 3,9% більше порівняно з 2013 р.), руди, шлак і зола – 6,4% (на 0,3% більше порівняно з 2013 р.), електричні машини – 6,2% (на 1,2% більше порівняно з 2013 р.), насіння і плоди олійних рослин – 4,1% (на 0,8% більше порівняно з 2013 р.). Продукція металургії, сільського господарства, машинобудівної та хімічної промисловості (рис. 2) найчастіше представлена на ринках із переважно ціновою конкуренцією, тоді як продукція західних виробників утримує своїх покупців завдяки високій якості;

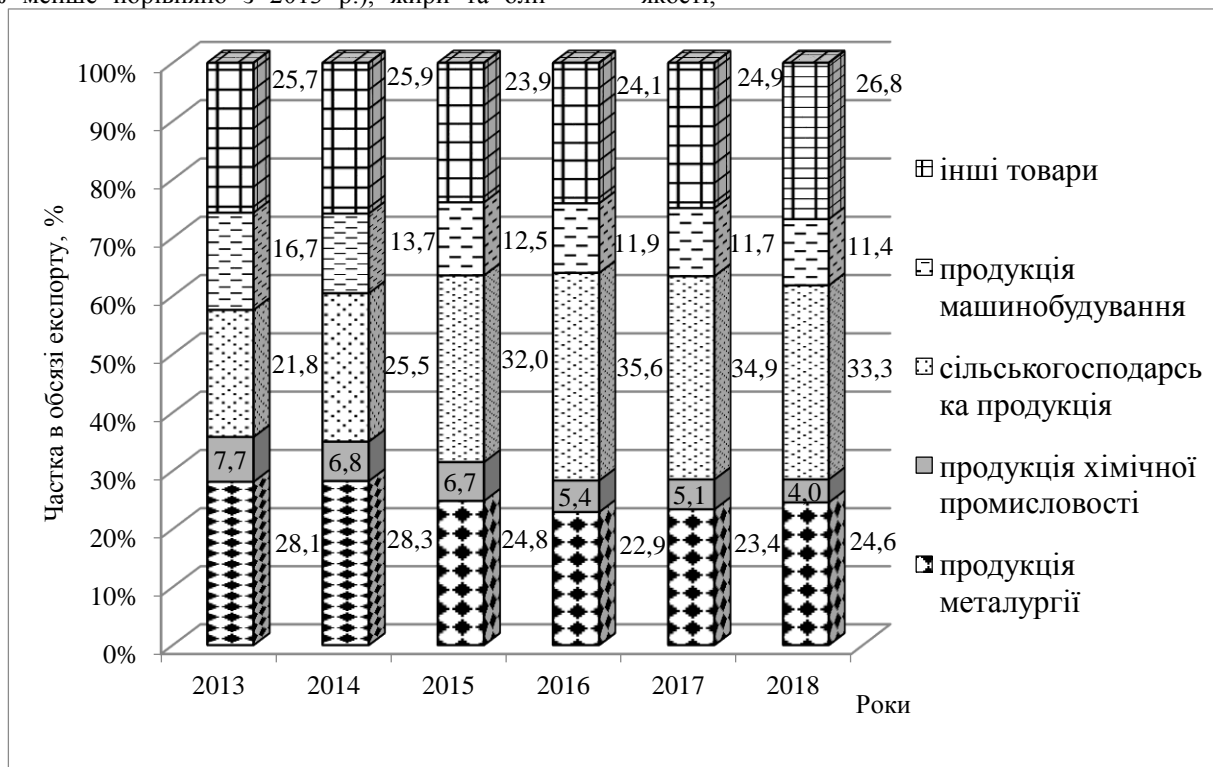


Рис. 2. Товарна структура експорту товарів в Україні у 2013-2018 роках (побудовано за [11])

4) сповільнені темпи переорієнтації з торгівлі сировиною і напівфабрикатами на торгівлю товарами з високою доданою вартістю в той час, як європейські виробники швидко переходять від цінової конкуренції до нецінової: за період дослідження з 27,4% до 39,7% зросла частка в загальному обсязі експорту продукції АПК та харчової промисловості (з 17,1 до 18,8 млрд дол. США); з 16,7% до 11,4% скоротилася частка продукції машинобудування у загальному експорті товарів (з 10,4 до 5,4 млрд дол. США); на 43,2% (0,6 млрд дол. США) у 2018 р. в порівнянні з 2013 р. збільшився експорт послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг (2,1 млрд дол. США). За цей період збільшився експорт таких товарів: чавуну переробного – на 70,2%, м'яса та істівних субпродуктів свійської птиці – на 61,4%, феросплавів – на 51,7%, труб з ливарного чавуну та чорних металів – на 46,6%, руд та концентратів залізних – на 39,7%, лісоматеріалів оброблених – на 31,7%, кукурудзи – на 24,6%, цукру білого – на 18,4%, готового прокату чорних металів – на 16,2%, сигарет, цигарок з вмістом тютюну – на 14,2%, олії соняшникової – на 12,6%;

5) найбільші експортні поставки серед країн ЄС здійснювалися до Польщі – 6,9% від загального обсягу експорту (в ньому переважають чорні метали, електричні машини, руди, шлак і зола), Італії – 5,6% (чорні метали, зернові культури, жири та олії тваринного або рослинного походження, ін.) та Німеччини – 4,7% (електричні машини, насіння і плоди олійних рослин, текстильний одяг та додаткові речі до одягу, ін.); серед інших країн – до Російської Федерації – 7,7% (чорні метали, механічні машини, продукти неорганічної хімії, ін.), Туреччини – 5,0% (чорні метали, насіння і плоди олійних рослин, зернові культури, ін.), Китаю – 4,6% (зернові культури, жири та олії тваринного або рослинного походження, руди, шлаки і зола, ін.) та Індії – 4,6% (жири та олії тваринного або рослинного походження, зернові культури, механічні машини, ін.) [12].

Г. Соколюк звертає увагу на те, що “аналіз структури експорту українських товарів дає підстави стверджувати, що основна його частина припадає на продукти з низьким ступенем переробки, а отже – з низькою доданою вартістю. ...це свідчить про низький рівень конкурентоспроможності національної економіки, що зумовлено рядом проблем – як макро-, так і мікроекономічного характеру” [9, с. 89].

Формування збутового потенціалу підприємства потребує адекватної оцінки макро- та мікросередовища функціонування, особливостей та місткості потенційних для нього зовнішніх ринків, ідентифікації основних стримуючих чинників та загроз. Узагальнюючи дослідження [4; 6; 8; 9], серед зовнішніх чинників впливу зазначимо політичні (політична та соціально-економічна нестабільність, поглиблення фінансової і соціально-економічної кризи; зміна геополітичного та гео економічного векторів держави; агресія Росії,

ведення бойових дій на сході України, окупація важливого промислового регіону), економічні (інфляція, різке коливання курсу гривні; значна конкуренція з боку іноземних виробників; регуляторна політика країн-партнерів, квотування експортних поставок; відсутність дієвої системи державної підтримки експортерів; не вигідні умови кредитування експорту, обмежений доступ до інвестиційних ресурсів фінансово-кредитних структур; падіння промислового виробництва та втрата значної частини зовнішніх ринків збуту; залежність вітчизняного експорту від кон'юнктури світових ринків; висока вартість міжнародної логістики, відмінності в каналах дистрибуції, методах транспортування та зберігання товарів; імпортна залежність від поставок високотехнологічної продукції та енергоносіїв та ін.) та соціальні (недовіра населення до економічних реформ; мовний бар'єр; особливості бізнес-культур країн; ризики через соціально-культурні, економічні, релігійно-політичні відмінності країн). Натомість внутрішніми чинниками-дестимуляторами є: низька товарна та географічна диверсифікованість, моноспеціалізація експорту; низький рівень конкурентоспроможності вітчизняної продукції, невідповідність її європейським стандартам якості, недостатня увага впровадженню систем сертифікації, управління і контролю якості; висока енерго- та матеріаломісткість виробництва; застарілість технологій, фізичний і моральний знос основних засобів; слабка інвестиційна та інноваційна політика вітчизняних підприємств; нестача фінансових коштів для дослідження експортних ринків і просування товарів та послуг, складність пошуку європейського партнера; нестача знань щодо діяльності на зовнішніх ринках, недостатній рівень ділової культури, неготовність працювати прозоро та швидко адаптуватися до нових методів роботи та ін. Серед зазначених, на нашу думку, першочергової уваги заслуговують проблеми пошуку європейського партнера, подальша співпраця з яким сприятиме просуванню товару на європейський ринок, та забезпечення конкурентоспроможності продукції на інноваційних засадах.

Наголосимо, що європейські ринки є найбільш цікавими для вітчизняних підприємств, передусім з огляду їх географічної близькості. Однак вони характеризуються високою насиченістю та значним рівнем конкуренції, тому для успішного виходу на європейські ринки вітчизняні підприємства мають забезпечити конкурентоспроможність своїх товарів принаймні на рівні товарів-аналогів зарубіжних виробників та їх якість відповідно до європейських стандартів.

Дослідники звертають увагу на те, що “відсутність появи нової експортної продукції, практично, за всі роки незалежності держави свідчить про “зацикленість” на традиційних поставках сировини на зовнішні ринки та відсутність інноваційного розвитку вітчизняного виробництва” [4, с. 43]. Разом з тим, С. Бреус та М. Сомов стверджують, що “...інноваційна активність як міра інтенсивності здійснення інновацій на підприємстві є сучасною

стратегічною характеристикою його ефективності, що сприятиме підвищенню рівня економічного розвитку підприємства, закріпленню позицій на наявних ринках та входу на нові ринки збуту продукції” [13, с. 127]. Тому експортоорієнтовані українські підприємства повинні перейти до інноваційно-активної моделі господарювання, вирішити проблему мобілізації інноваційно-інвестиційного потенціалу задля модернізації техніко-технологічної бази, нарощування інтелектуального капіталу, оновлення асортименту за рахунок інноваційної продукції з високою споживою вартістю.

Формування збутового потенціалу вітчизняних підприємств на європейському ринку об’єктивно потребує удосконалення їх компетенцій щодо: маркетингових досліджень нових ринків; ціноутворення та формування системи просування продукції на них; планування обсягів збуту продукції; побудови товаропровідної мережі. Однак практика свідчить, що у багатьох випадках вітчизняні підприємства самостійно не в стані подолати бар’єри входу на зарубіжні ринки та знайти ефективного європейського партнера не стільки з огляду на якість товарів (послуг), а через невміння адаптуватися до вимог цих ринків, насамперед стандартів ЄС. Вважаємо, що вирішення цієї проблеми лежить в царині експортного консалтингу, для чого вітчизняні підприємства можуть скористатися послугами таких інституцій, як:

– Державна установа “Офіс з просування експорту України”, створена у 2018 р. з метою підтримки та просування експорту товарів, робіт та послуг українських виробників, а також участі у реалізації Експортної стратегії України на 2017-2021 рр., надає послуги з інформування вітчизняних виробників та залучення їх до участі у міжнародних виставках, ярмарках, торгових місіях; вдосконалення компетенцій з підготовки бізнесу до експорту та практичних поради щодо виходу на зовнішні ринки; аналітики про потенційні ринки для експорту; сорсингову платформу, де іноземні імпортери шукають українських постачальників товарів та послуг;

– “гаряча” телефонна лінія в Міністерстві розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства оперативно надає роз’яснення стосовно умов доступу товарів на ринки сторін у межах режиму вільної торгівлі Україна–ЄС;

– при кожній регіональній торгово-промисловій палаті існує центр (проект) з підтримки вітчизняних експортерів, що дає змогу отримати інформацію про експортний потенціал країни, систему ціноутворення та конкуренцію на певному товарному ринку; експортний план просування товару (послуги); допомогу в організації зустрічей з потенційними партнерами; консультування з митного оформлення товарів (послуг);

– Центр підтримки експортерів при Представництві України при ЄС безоплатно надає як консультативну (питання митних тарифів та порядку їх застосування, вимог до якості продукції,

процедури її сертифікації тощо), так і практичну підтримку підприємствам;

– за ініціативи Європейської палати (EUROCHAMBERS) реалізується проект East Invest II, метою якого є розвиток сприятливого бізнес-середовища, збільшення товарообігу та інвестицій між ЄС та країнами Східного партнерства; підтримка здійснюється у вигляді навчання, організації візитів до країн ЄС з метою інтернаціоналізації бізнесу;

– за підтримки швейцарського Міністерства економіки діє програма SIPRO (Swiss Import Promotion Programme), що спрямована на підтримку українських товаровиробників у секторах металообробки, електроніки, деревообробки, народного промислу, текстилю та програмного забезпечення на ринку ЄС. Напрямок підтримки – розміщення інформації про вітчизняних товаровиробників на стенді SIPRO на міжнародних профільних виставках у Берліні (Fruitlogistica), Ганновері (Hannovermesse, CeBIT), Мюнхені (BAU) з метою забезпечення необхідного інформування європейських партнерів, тощо;

– міжнародна електронна бізнес-платформа Ukrainian Industry Marketplace – майданчик для українських виробників, створений на Львівщині, дозволяє представити продукцію вітчизняним та іноземним партнерам; знайти необхідні ресурси для виробництва; отримати юридичні, консалтингові послуги, результати аналітичних і маркетингових досліджень, актуальну інформацію про виставки, форуми, торгові місії; скористатися кадровою біржею; комунікувати з бізнес-партнерами.

За оцінками Центру аналітики зовнішньої торгівлі Trade+ [14], найбільш перспективними для розвитку українського експорту до них є 8 країн Євросоюзу. Вивчення сучасного стану експорту до цих країн [12] дозволило виявити пріоритети його товарної структури в них: Великобританія (чорні метали, зернові культури, жири та олії тваринного або рослинного походження); Данія (зернові культури, трикотажний одяг та додаткові речі до одягу, інші готові текстильні вироби, меблі, реактори ядерні, котли, машини); Ірландія (зернові культури, палива мінеральні, нафта і продукти її перегонки); Німеччина (зернові культури, насіння і плоди олійних рослин, деревина і вироби з деревини, електричні машини, чорні метали та вироби з них, реактори ядерні, котли, машини); Словенія (істівні плоди та горіхи, продукти неорганічної хімії, деревина і вироби з деревини, свинець і вироби з нього, залізничні локомотиви, меблі); Фінляндія (зернові культури, чорні метали та вироби з них, реактори ядерні, котли, машини, меблі); Франція (насіння і плоди олійних рослин, жири та олії тваринного або рослинного походження, залишки і відходи харчової промисловості, текстильний одяг та додаткові речі до одягу); Швеція (пластмаси, полімерні матеріали, деревина і вироби з деревини, реактори ядерні, котли, машини, чорні метали, меблі).

Визначення країни (цільового ринку збуту) з урахуванням таких факторів, як потенційна

місткість, динаміка, конкурентне середовище, логістика, наявність торгових бар'єрів, а також готовності вітчизняного підприємства до експорту є початком формування його збутового потенціалу на цьому ринку та розробки експортної стратегії.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Збутовий потенціал вітчизняного підприємства характеризується сукупністю його ресурсів та можливостей збуту, що забезпечують вихід продукції на європейський ринок, його закріплення та розвиток діяльності у міжнародному конкурентному середовищі. Формування збутового потенціалу є основою розробки експортної стратегії підприємства. Незважаючи на привабливість європейського ринку для українських виробників, під час формування їх експортної стратегії слід враховувати зовнішні (економічні, політичні та соціальні) та внутрішні дестимулятори, а також тенденції розвитку, географічну та товарну структуру експорту української продукції до країн Євросоюзу. Вихід на європейські ринки доступний для конкурентоспроможної інноваційної продукції, яка відповідає європейським стандартам якості, тому формування збутового потенціалу експортоорієнтованого підприємства потребує мобілізації його інвестиційно-інноваційного потенціалу та експортного консалтингу. Подальші дослідження спрямовуються на розробку експортної стратегії вітчизняного підприємства на європейському ринку та організаційно-економічних механізмів її реалізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васильєва С. І. Стратегія виходу підприємства на зовнішні ринки / С. І. Васильєва, І. С. Кочевих // Молодий учений. – 2014. – № 5 (1). – С. 73-75.
2. Горбаль Н. І. Тенденції та перспективи розвитку українського експорту / Н. І. Горбаль, В. В. Греско, Р. В. Гудима // Бізнес Інформ. – 2019. – № 1. – С. 73-78.
3. Ковтун Т. Д. Особливості зовнішньої торгівлі товарами та послугами Європейського Союзу в сучасних умовах / Т. Д. Ковтун // Бізнес Інформ. – 2019. – № 6. – С. 26-33.
4. Рудніченко Є. М. Дослідження стану та тенденцій зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах активізації євроінтеграційних процесів / Є. М. Рудніченко, Л. А. Кримчак // Бізнес Інформ. – 2017. – № 9. – С. 39-44.
5. Мельник Т. Потенціал ринку ЄС для українських експортерів / Т. Мельник, К. Пугачевська // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2017. – № 2. – С. 5-18.
6. Mitsenko N. Logistic aspects of business strategy realization of international trade participants / N. Mitsenko // Transformation of international economic relations: modern challenges, risks, opportunities and prospects : collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 vol. – Riga : "Landmark" SIA, 2017. – Vol. 2. – P. 176-184.
7. Полякова Ю. В. Зовнішня торгівля України та пріоритети розвитку експортної діяльності / Ю.

В. Полякова, Л. А. Яремко, О. Є Шайда // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2019. – № 6 (23). – С. 71-78.

8. Ситник Н. С. Сучасний стан розвитку торговельно-економічних відносин України з Європейським союзом / Н. С. Ситник, Г. І. Юркевич // Молодий учений. – 2018. – № 2 (54). – С. 417-420.

9. Соколюк Г. О. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств у контексті євроінтеграційних процесів / Г. О. Соколюк // Проблеми економіки. – 2015. – № 3. – С. 86-92.

10. Федоренко І. А. Концептуальні основи оцінювання привабливості зовнішнього ринку продукції промислового підприємства / І. А. Федоренко, Е. І. Єлісеєва // Бізнес Інформ. – 2018. – № 5. – С. 36-41.

11. Зовнішня торгівля України : стат. збірник / Державна служба статистики України. – К., 2019. – 172 с.

12. Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/zd/krtstr/arh_kr_2018.htm.

13. Бреус С. В. Інноваційна активність як засіб адаптації підприємства до умов ринкової економіки / С. В. Бреус, М. О. Сомов // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – № 6 (17). – С. 124-127.

14. Ринки у фокусі для українського експорту. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2019/10/KSE-Trade-Markets-in-Focus.pdf>.

REFERENCES

1. Vasyli'eva, S. I. and Kochevykh, I. S. (2014), Stratehiia vykhodu pidpriemstva na zovnishni rynky, *Molodyj uchenyj*, № 5 (1), s. 73-75.
2. Horbal', N. I. Hres'ko, V. V. and Hudyma, R. V. (2019), Tendentsii ta perspektyvy rozvytku ukrains'koho eksportu, *Biznes Inform*, № 1, s. 73-78.
3. Kovtun, T. D. (2019), Osoblyvosti zovnishn'oi torhivli tovaramy ta posluhamy Yevropejs'koho Soiuzu v suchasnykh umovakh, *Biznes Inform*, № 6, c. 26-33.
4. Rudnichenko, Ye. M. and Krymchak, L. A. (2017), Doslidzhennia stanu ta tendentsij zovnishn'oekonomichnoi diial'nosti vitchyznians'kykh pidpriemstv v umovakh aktyvizatsii ievrointehratsijnykh protsesiv, *Biznes Inform*, № 9, c. 39-44.
5. Mel'nyk T. and Puhachevs'ka K. (2017), Potentsial rynku YeS dlia ukrains'kykh eksporteriv, *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, № 2, s. 5-18.
6. Mitsenko N. (2017), Logistic aspects of business strategy realization of international trade participants, Transformation of international economic relations: modern challenges, risks, opportunities and prospects : collective monograph, edited by M. Bezpartochnyi, in 3 vol., "Landmark" SIA, Riga, vol. 2, p. 176-184.
7. Poliakova, Yu. V. Yaremko, L. A. and Shajda, O. Ye (2019), Zovnishnia torhivlia Ukrainy ta priorytety rozvytku eksportnoi diial'nosti, *Shhidna*

Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia, № 6 (23), s. 71-78.

8. Sytnyk, N. S. and Yurkevych, H. I. (2018), Suchasnyj stan rozvytku torhovel'no-ekonomichnykh vidnosyn Ukrainy z Yevropejs'kym soiuzom, *Molodyj uchenyj*, № 2 (54), s. 417-420.

9. Sokoliuk, H. O. (2015), Problemy zabezpechennia konkurentospromozhnosti ukrains'kykh pidpriemstv u konteksti ievrointehratsijnykh protsesiv, *Problemy ekonomiky*, № 3, s. 86-92.

10. Fedorenko, I. A. and Yelisiieva, E. I. (2018), Kontseptual'ni osnovy otsiniuvannia pryvablyvosti zovnishn'oho rynku produktsii promyslovoho pidpriemstva, *Biznes Inform*, № 5, c. 36-41.

11. Zovnishnia torhivlia Ukrainy : stat. zbirnyk, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2019), K., 172 s.

12. Krainy za tovarnoiu strukturoiu zovnishn'oi torhivli, available at: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2018/zd/krtstr/arh_kr_2018.htm.

13. Breus, S. V. and Somov, M. O. (2018), Innovatsijna aktyvnist' iak zasib adaptatsii pidpriemstva do umov rynkovoï ekonomiky, *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, № 6 (17), s. 124-127.

14. Rynky u fokusi dlia ukrains'koho eksportu, available at: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2019/10/KSE-Trade-Markets-in-Focus.pdf>.

Стаття надійшла до редакції 16 серпня 2019 р.

УДК 331.101

Куцик В. І.,

valentynakutsyk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8230-9436,

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

Кліпкова О. І.,

zawksana@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3262-0768,

Researcher ID F-1910-2019,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і соціально-гуманітарних дисциплін, Львівський навчально-науковий інститут ДВНЗ “Університет банківської справи”, м. Львів

Амелін М. О.,

amelin_maksim1997@ukr.net,

магістр, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація. У статті досліджуються передумови використання та адаптації світового досвіду управління персоналом на підприємствах України. Метою написання статті є обґрунтування необхідності застосування світового досвіду управління персоналом на вітчизняних підприємствах. Вибір країн для дослідження здійснювався на основі дослідження конкретних значень показника Глобальної конкурентоспроможності країн світового економічного простору. При написанні статті використано методи статистичного аналізу – при ідентифікації країн-еталонів для використання досвіду їх підприємств у стратегічному управлінні персоналом на основі індексу Глобальної конкурентоспроможності, метод порівняння – при виявленні рис, придатних для адаптації в сучасних економічних умовах, експертних оцінок – при виявленні особливостей менеджменту підприємств досліджуваних країн. Зазначено, що доцільно використовувати досвід американських підприємств в аспекті індивідуалізації та персоніфікації підходу до працівників, досвід Швейцарії, Німеччини у формуванні централізованих державних програм навчання персоналу та систем самоосвіти, колективізму та відданості компанії, які характерні для Сінгапуру та Японії. Окреслено, що прогнозування впровадження набутих в результаті дослідження знань та досвіду варто здійснювати у площинах особистісної орієнтації системи управління персоналом, формування мікро- та макроплатформ постійного навчання працівників підприємств та побудови постійного паритету між здобутими знаннями та досвідом і результатами діяльності індивідуума, створенні та реалізації практичних засад формування корпоративної культури зі всіма її явними та неявними проявами з метою забезпечення сприятливого ставлення до бізнесу як основи добробуту громадян держави.

Ключові слова: персонал, управління персоналом, кадри, трудові ресурси, світовий досвід управління персоналом.

Kutsyk V. I.,

valentynakutsyk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-8230-9436,

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

Klipkova O. I.,

zawksana@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3262-0768,

Researcher ID F-1910-2019,

Ph.D., Associate Professor, Department of Management and Social&Humanitarian Subjects, Lviv Educational and Scientific Institute of State Higher Educational Establishment "Banking University", Lviv

Amelin M. O.,

amelin_maksim1997@ukr.net,

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

PECULIARITIES OF USING WORLD EXPERIENCE OF PERSONNEL MANAGEMENT AT DOMESTIC ENTERPRISES

Abstract. The article explores the prerequisites for using and adapting the world experience of personnel management at Ukrainian enterprises. The purpose of the article is substantiation of the need for application the world experience of personnel management in domestic enterprises. Selection of countries for the investigation was based on the study of specific values of the Global Competitiveness Index of the countries in the world economic space. Methods of statistical analysis were used in the process of research - in identifying benchmark countries for using the experience of their enterprises in strategic personnel management on the basis of the Global Competitiveness Index, the method of comparison - in identifying features suitable for adaptation in modern economic conditions, expert assessments - in identifying management features of enterprises in the studied countries. It is noted that it is appropriate to use the experience of American enterprises in the aspect of individualization and personalization of the approach to employees, the experience of Switzerland, Germany in the development of centralized state training programs for personnel as well as self-education systems, collectivism and dedication to the company which are typical for Singapore and Japan. It is emphasized that forecasting the implementation of the knowledge and experience acquired as a result of research should be carried out in the areas of personal orientation of the personnel management system, the formation of micro- and macro-platforms of continuous training of enterprises employees and building constant parity between knowledge, experience and the results of the individual's activity, forming a corporate culture with all its explicit and implicit manifestations in order to ensure a favorable attitude towards business as a basis for the well-being of citizens of the state.

Key words: personnel, personnel management, cadre, labor resources, world experience of personnel management.

JEL Classification: M12, J53, F29

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-09>

Постановка проблеми. Кожен період розвитку господарства розставляє свої важливі акценти, кожен з яких проявляється у своїй сфері. В процесі становлення ринкової економіки особлива увага приділялася розробці товару, процесу виробництва тощо. На сьогодні велике значення надається кадрам підприємства. Їх розвиток, адаптація, продуктивність праці, психологічні та фізичні особливості становлять основу стратегічного управління підприємством. Втрата інтересу до запропонованої роботи, відсутність мотивації, тривожність, робочого режиму – це чинники, які становлять загрозу для розвитку підприємства, підтримання його фінансової та економічної стабільності. Отже, ефективне управління персоналом в середовищі світової глобалізації є завжди актуальною темою для дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемами ефективності процесу управління персоналу займалися М. Амстронг, Е. Лібанова, С. Пирожков, С. Сессен та інші. Питання управління і розвитку персоналу та кадрів підприємства

розглядалися у працях Т. Білорус, І. Вовк, О. Гетьман, Р. Дармиць, Г. Писаревської, І. Саух, Р. Якубів та ін.

Крім того, питанням закордонного досвіду управління персоналом були присвячені праці Т. Ю. Базарова, Дж. Бенсона, П. Діксена, Дж. Гамбії, В. А. Корженевської, Н. М. Кулапова, П. Толберта та ін.

Постановка завдання. Основними завданнями статті є проведення дослідження категорії “персонал підприємства”, вивчення особливостей вітчизняного процесу управління персоналом, виявлення рис передового світового досвіду у цій галузі і можливостей їх адаптації в сучасних умовах розвитку підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для детального вивчення питання варто дати характеристику понять, які у деяких випадках вважаються тотожними при визначенні досліджуваного об’єкта управління: кадри підприємства, людські ресурси, трудовий потенціал, персонал підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика понять “кадри підприємства”, “людські ресурси”, “трудовий потенціал”, “трудові ресурси”, “персонал підприємства”

Кадри підприємства	Людські ресурси	Трудові ресурси	Трудовий потенціал	Персонал підприємств
це основний (штатний, постійний), як правило, кваліфікований склад працівників підприємства, які мають спеціальні знання, певну професійну підготовку та трудові навички, забезпечують виконання покладених на них функцій [1]	це працівники, що мають певні професійні навички і знання і можуть використувувати їх у трудовому процесі	це частина працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає певній сфері діяльності [2]	це економічно активна, працездатна частина населення регіону, яка володіє фізичними і культурно-освітніми можливо-стями для участі в економічній діяльності підприємства [3]	це сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку і забезпечують господарську діяльність [4]



Рис. 1. Зміст та результати управління персоналом підприємства
Джерело: складено автором при використанні [5]

Кожне з цих понять за трактуванням вітчизняних дослідників характеризує свій аспект використання індивідуумів у трудовій діяльності.

Враховуючи дослідження понять, слід зазначити, що за своєю сутністю управління персоналом пропонуємо розуміти як різновид стратегічного управління, особливістю якого є те, що об'єктом управління виступає персонал підприємства, а суб'єктом – орган управління персоналом підприємства. А вплив суб'єкта на об'єкт відбуватиметься шляхом застосування засобів, методів та інструментів управління. Зокрема, зміст управління персоналом підприємства розкривають такі процеси [5] (рис. 1).

Отже, під управлінням персоналом вважаємо за доцільне розуміти наступне: “управління персоналом – це різновид управління, в якому об'єктом управління є персонал підприємства, а суб'єктом – орган управління персоналом підприємства, що здійснює планування, організування, мотивування, контролювання та регулювання діяльності персоналу шляхом застосування засобів, методів та інструментів управління з метою досягнення цілей підприємства, досягнення особистих цілей працівників, розвитку персоналу підприємства та підвищення його кадрового потенціалу” [6].

В свою чергу, основними складовими, що формують кадровий потенціал підприємства, є:

- оплачувана праця найманих працівників по створенню та реалізації товарів (послуг), що реалізуються на ринку;
- створювана оплачуваною працею працівників інтелектуальна власність
- (технології виробництва, патенти, ліцензії тощо);
- створювана працівниками підприємства, але не оплачувана і, відповідно, не відображена в балансі інтелектуальна власність у вигляді бізнес-ідей, а також
- ділові зв'язки та особистий імідж працівників;
- організаційна культура підприємства – унікальна для кожної організації сукупність формальних і неформальних норм або стандартів поведінки, організаційна структура, система винагород і способів їхнього розподілу, цінності, моделі комунікації тощо.

Зважаючи на визначення, слід відзначити особливості управління персоналом на вітчизняних підприємствах на сучасному етапі розвитку економіки України; особливу увагу слід приділити недолікам, які можна виправити шляхом адаптації досвіду зарубіжних підприємств.

Сьогодні для вітчизняних підприємств ознаменовується рисами трансформаційного періоду: відсутністю співпраці на галузевому,

регіональному рівнях, що зумовлене обмеженістю мобільності трудових ресурсів, далекими від ідеалу засадами корпоративної культури на підприємствах, що не стимулюють формування у їх персоналу філософії бізнесу і негативно впливають на мотивацію самих працівників та на фінансову та економічну стійкість компанії, недостатньою реалізацією сучасних мотиваційних систем, що не сприяє зростанню продуктивності праці працівників, а також це освіта персоналу та її взаємозв'язок із його результативністю потребує інтенсифікації та активізації у процесі діяльності тощо.

Зважаючи на вищезазначене, доцільно акцентувати увагу на досвіді управління персоналом американських, японських підприємств та компаній інших країн світового економічного простору.

Вибір таких країн для вивчення їх досвіду зумовлений їх передовими позиціями в організації бізнесу, зокрема діяльність американських та японських підприємств завжди вивчається у теорії менеджменту як "коридор альтернатив" для прийняття управлінських рішень. Як індикатор може слугувати індекс глобальної конкурентоспроможності, у розрахунку якого мають місце такі показники, як етична поведінка фірм, оплата праці та продуктивність праці, практика найму та звільнення працівників, гнучкість визначення заробітної плати, якість освіти та інші показники, що визначають якість та рівень життя у певній країні. Згідно з його значеннями для аналізу світового досвіду менеджменту персоналу слід акцентувати увагу на таких країнах, як Швейцарія, Сполучені Штати Америки, Сінгапур, Нідерланди,

Гонконг, Німеччина, Великобританія та Японія та ін. (рис. 2).

Зважаючи на обраний спектр країн для дослідження за зазначеним показником, варто виявити базові особливості організації бізнесу, у тому числі в управлінні персоналом, що формують їх успішність на світовому ринку. Зокрема, до таких належить лібералізація підприємницької діяльності у США, використання концепції "довічного найму" в Японії тощо (табл. 2). Отже, структурований досвід окремих світових країн дає можливість окреслити рекомендації вітчизняним підприємствам щодо управління персоналом:

1. Використання підходу до організації бізнесу, що орієнтований на працівника як основний ресурс створення додаткової вартості.

2. Розвиток системи навчання персоналу з безпосередньою прив'язкою до результативності роботи, її оцінювання та кар'єрного зростання.

3. Участь працівників у реалізації та створенні стратегічних планів компанії.

4. Створення ефективної корпоративної культури у бізнес-структурах, що забезпечуватиме злиття колективу в одне ціле, розвиток філософії компанії, недопущення промислового шпіонажу та створення додаткового базису для економічної стійкості підприємства [10].

5. Використання гнучких систем оплати праці, нових систем мотивації персоналу через використання систем лояльності, які покликані враховувати індивідуальні потреби працівника на всіх рівнях сприйняття управлінських завдань.

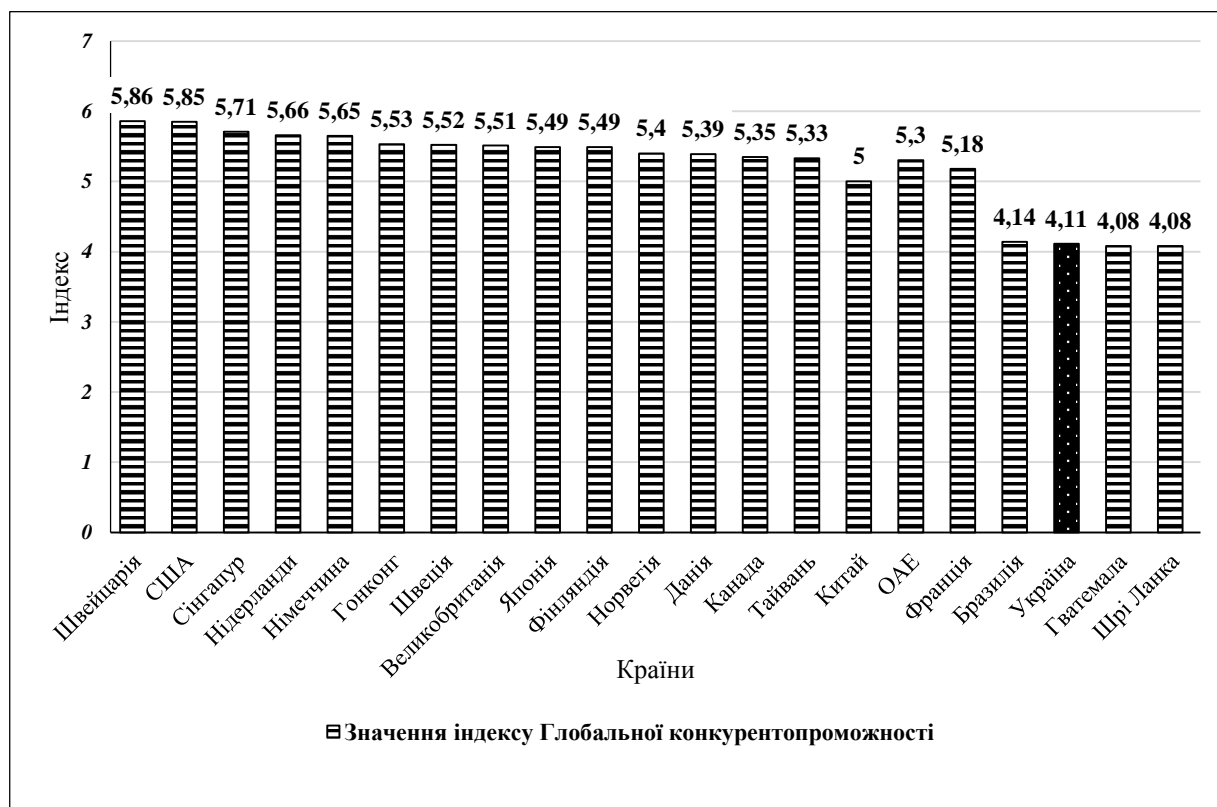


Рис. 2. Значення індексу Глобальної конкурентоспроможності країн за 2019 р.

Джерело: складено автором на основі [7]

Досвід передових за індексом глобальної конкурентоспроможності країн світу в управлінні персоналом

Країна	Особливості досвіду управління персоналом
Швейцарія	<ul style="list-style-type: none"> - формування відносин не на засадах примусу, а на засадах довіри; - поєднання процесу теоретичної підготовки в навчальному закладі з трудовою діяльністю за умов часткової зайнятості; - наявність спеціальних цільових програм, що забезпечують координацію підготовки молоді.
Сполучені Штати Америки	<ul style="list-style-type: none"> - індивідуальний підхід до працівника, персоніфікація заходів управління персоналом на основі набутої кваліфікації та навиків [8]; - використання систем преміювання Скенлона й Ракера. (Перша з них базується на розподілі (у пропорції 1: 3) коштів, одержаних від економії витрат на заробітну плату між компанією та працівниками, а друга - на формуванні преміального фонду залежно від збільшення умовно чистої продукції в розрахунку на один долар заробітної плати); - використання “концепції конкуренції” у визначенні заходів мотивації трудової діяльності; - чітке формування цілей і задач на кожному рівні управління; - високий рівень демократії в суспільстві та стійкі соціальні гарантії у суспільстві [9]; - постійна атестація службовців з метою кар’єрного просування; - оцінка ефективності організації праці та оснащеності робочих місць працівників [10]
Японія	<ul style="list-style-type: none"> - колективізм у прийнятті рішень; - орієнтація на інноваційну спрямованість економіки як в галузі менеджменту, так і економіки підприємства; - високий рівень централізації управління; - гнучка система групової відповідальності за кінцеві результати роботи; - використання концепції відданості компанії, надання важливості заходам корпоративної культури.
Сінгапур	<ul style="list-style-type: none"> - підготовка, навчання та стажування фахівців всіх галузей, значна увага відводиться самоосвіті на кожному рівні управління; - гнучка система заохочень та фінансових стягнень; - участь у “гуртках якості”, що зумовлює колективність у вирішенні поточних та ключових питань діяльності організації на основі підготовки доповідей за основними проблемними питаннями; - постійне прагнення до застосування інновацій для підвищення продуктивності праці [9].
Німеччина	<ul style="list-style-type: none"> - спільна участь у наглядових радах фірм представників капіталу й найманої праці [7]; - перепідготовка та стажування працівників за відповідними профілю роботи працівника програмами; - використання гнучких форм оплати праці в залежності від рівня кваліфікації, досвіду, володіння новими методами роботи, знання іноземних мов та інших навиків.
Великобританія	<ul style="list-style-type: none"> - зобов’язання розвивати усіх співробітників для досягнення стратегічних цілей та завдань [11]; - постійне навчання персоналу та стимулювання набуття додаткових навиків; - дуальність освіти серед здобувачів вищої освіти за умови розвитку бізнес-структур [7].

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Сьогодні постійно потребує змін та адаптації до них. Переважаючим впливом факторів на організацію бізнесу та на досягнення його орієнтирів є ефективне управління персоналом. Досвід вітчизняних підприємств у цьому питанні не є гнучким та

особистоорієнтованим, тому доцільно вивчати досвід інших країн у цьому питанні, оскільки його адаптація з урахуванням ментальних та організаційних особливостей забезпечить високу ефективність бізнес-сектора в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

REFERENCES

1. П'ятницька Г. Т. Трудові ресурси, персонал та кадри підприємства: дефініції та відмітні характеристики / Г. Т. П'ятницька, В. О. Пенюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 2 (1). – С. 73-79.
2. Качан Є. П. Управління трудовими ресурсами : навч. посібник / Є. П. Качан, Д. Г. Шушпанов. – К. : Вид. дім Юридична книга, 2003. – 258 с
3. Масленников О. Ю. Трудовий потенціал підприємства, його формування та оцінювання / О. Ю. Масленников // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21 (8). – С. 241-245.
4. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посібник / Г. Т. Завіновська. – К. : КНЕУ, 2003. – 300 с.
5. Тарнавський М. І. Економічне оцінювання та побудова органів управління персоналом підприємств : дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Михайло Іванович Тарнавський ; Міністерство освіти і науки України, Національний університет “Львівська політехніка”. – Львів, 2018. – 233 с.
6. Бізнес-портал Financial DaiLy eXpress, URL: <https://fdlx.com/politic/mir/100985-rejting-konkurentosposobnosti-ekonomik-stran-mira-2017-2018.html> (дата звернення 3.01.2020).
7. Базалійська Н. П. Світовий досвід управління трудовою діяльністю персоналу в країнах з розвинутою ринковою економікою / Н. П. Базалійська // Інноваційна економіка. – 2015. – № 56. – С. 138-142.
8. Романюк Л. М. Аналіз зарубіжного досвіду щодо формування стратегії розвитку персоналу та його використання на вітчизняних підприємствах / Л. М. Романюк, URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/2424/1/20.pdf> (дата звернення 28.12.2019)
9. Управління персоналом в умовах децентралізації / [за заг. ред. В. М. Олуйка]. – К., 2018. – 504 с.
10. Куцик В. І. Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності креативних індустрій інноваційних систем розвитку : моногр. / В. І. Куцик, О. І. Кліпкова. – Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. – 268 с.
11. Кліпкова О. І. Значення креативності персоналу у формуванні корпоративної культури підприємства / О. І. Кліпкова // Причорноморські економічні студії. – 2018. – № 26. – С. 162-165.

1. Piatnytska, H. T. and Peniuk, V. O. (2015), Trudovi resursy, personal ta kadry pidpriemstva: definitsii ta vidmitni kharakterystyky, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. Ekonomichni nauky, № 2 (1), pp. 73-79.
2. Kachan, Ye. P. and Shushpanov, D. H. (2003), Upravlinnia trudovymy resursamy : navch. posibnyk, Vyd. dim Yurydychna knyha, K., 258 s.
3. Maslennikov, O. Yu. (2011), Trudovyi potentsial pidpriemstva, yoho formuvannia ta otsiniuvannia, *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, № 21 (8), pp. 241-245.
4. Zavinovska, H. T. (2003), Ekonomika pratsi : navch. posibnyk, KNEU, K., 300 s.
5. Tarnavskiy, M. I. (2018), Ekonomichne otsiniuvannia ta pobudova orhaniv upravlinnia personalom pidpriemstv : dysertatsiia na zdobuttia naukovooho stupenia kandydata ekonomichnykh nauk : 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy (za vydamy ekonomichnoi diialnosti) / Mykhailo Ivanovych Tarnavskiy ; Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy, Natsionalnyi universytet “Lvivska politekhnika”, Lviv, 233 s.
6. Biznes-portal Financial DaiLy eXpress, available at: <https://fdlx.com/politic/mir/100985-rejting-konkurentosposobnosti-ekonomik-stran-mira-2017-2018.html> (data zvernennia 3.01.2020).
7. Bazaliiska, N. P. (2015), Svitovyi dosvid upravlinnia trudovoiu diialnistiu personalu v krainakh z rozvynenoiu rynkovoju ekonomikoju, *Innovatsiina ekonomika*, № 56, s. 138-142.
8. Romaniuk, L. M. Analiz zarubizhnoho dosvidu shchodo formuvannia stratehii rozvytku personalu ta yoho vykorystannia na vitchyznianskykh pidpriemstvakh, available at: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/2424/1/20.pdf> (data zvernennia 28.12.2019).
9. Oluik, V. M. (2018), Upravlinnia personalom v umovakh detsentralizatsii, K., 504 s.
10. Kutsyk, V. I. and Klipkova, O. I. (2017), Komertsializatsiia obektiv intelektualnoi vlasnosti kreatyvnykh industrii innovatsiinykh system rozvytku : monohr., Vyd-vo Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu, Lviv, 268 s.
11. Klipkova, O. I. (2018), Znachennia kreatyvnosti personalu u formuvanni korporativnoi kultury pidpriemstva, *Prychornomorski ekonomichni studii*, № 26, s. 162-165.

Стаття надійшла до редакції 1 грудня 2019 р.

УДК 33.711:332.146.2

Ощипок І. М.,

him1960@ukr.net, 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

Лоїк Г. Б.,

knukim_lviv@ukr.net,

к.п.н., доц., заступник директора з навчально-педагогічної роботи

Відокремленого підрозділу "Львівська філія Київського національного університету культури і мистецтв", м. Львів

ІНФОРМАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА РЕГІОНУ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

***Анотація.** В статті узагальнені різноманітні підходи, які виділені в три основні групи факторів, що сприяють формуванню інноваційного середовища регіону: економічні фактори, виробничо-технологічні фактори, адміністративні чинники. Сформульоване визначення поняття інформаційної інфраструктури як інституціональної основи ефективного обігу інформації між підприємствами сфери обслуговування в процесі задоволення інформаційних потреб, що визначає потенціал генерації нового знання і, як наслідок, обумовлює рівень їх інноваційності. Технологічні досягнення останніх інформаційних революцій, поширення мережеских інформаційних технологій значно збільшили продуктивність і ефективність інформаційної інфраструктури, що стало причиною структурних змін в її інфраструктурі, що в кінцевому підсумку дозволило серйозно знизити транзакційні витрати в господарюванні. Ґрунтуючись на наведених у статті визначеннях, за допомогою системного аналізу, розглянуто ключові параметри інформаційної інфраструктури регіону як системи з сукупністю взаємодіючих елементів, що володіють певною інтегральною якістю, не властивою кожному елементу окремо. Вивчено структуру системного аналізу на основі якостей кожної складової системи, а також об'єднанням їх системних властивостей. Виділені атрибутивні характеристики інформаційної інфраструктури регіону. Відзначено, що інформаційний чинник є інтегруючим для різних типів підприємств, а всі фактори виробництва набувають форми маєтності, причому рух певного виду капіталу створює специфічну структуру і відповідну їй інфраструктуру. Суб'єктами інформаційної інфраструктури є особи, які беруть участь в процесах створення, трансферу і використання інформації. Також в число суб'єктів входять організації, державні органи, громадські організації, громадяни. Досить широкий суб'єктний склад інформаційної інфраструктури регіону є перш за все властивістю забезпечення взаємодії та комунікації між всіма учасниками господарських відносин. У зв'язку з цим введена класифікація всіх суб'єктів інформаційної інфраструктури.*

Ключові слова: регіон, інфраструктура, підприємство, обслуговування, розвиток, інновація.

Оschypok I. M.,

him1960@ukr.net, 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

Loik G. B.,

knukim_lviv@ukr.net,

Ph.D., Associate Professor, Deputy Director for Educational and Pedagogical Work of Separate Unit "Lviv Branch of Kyiv National University of Culture and Arts", Lviv

INFORMATION INFRASTRUCTURE OF THE REGION AS A MEAN OF PROVIDING THE DEVELOPMENT OF SERVICE ENTERPRISES

***Abstract.** The article summarizes various approaches, which are divided into three main groups of factors that contribute to the formation of innovative environment of the region: economic factors, production&technological factors, administrative factors. The definition of the information infrastructure as an institutional basis for efficient*

information circulation among service companies in the process of meeting information needs which determines the potential for the generation of new knowledge and, as a consequence, determines the level of their innovativeness. The technological advances of recent information revolutions, the expansion of networked information technologies have greatly increased the productivity and efficiency of the information infrastructure, which has led to changes in its infrastructure, which ultimately made it possible to significantly reduce transaction costs in economy. Based on the definitions given in the article, using system analysis, the key parameters of the information infrastructure of the region are considered as a system with a set of interacting elements that have a certain integral quality that is not peculiar to each element individually. The structure of system analysis is studied based on each component system qualities, as well as the association of their systemic properties. The attribute characteristics of the information infrastructure of the region are highlighted. It is noted that the information factor is integrative for different types of enterprises, and all factors of production take the form of property, whereby the movement of a certain type of capital creates a specific structure as well as infrastructure corresponding to it. The subjects of information infrastructure are the persons involved in the processes of creating, transferring and using the information. Also, the number of subjects includes organizations, state bodies, public organizations and citizens. The rather broad subject composition of the information infrastructure of the region is, first of all, a feature for ensuring interaction and communication among all participants of economic relations. In this regard, the classification of all subjects of information infrastructure is introduced.

Keywords: region, infrastructure, enterprise, service, development, innovation.

JEL Classification: L15, L23, L89, M11, O14.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-10>

Постановка проблеми. Формуючись під дією різних факторів, інноваційне середовище регіону (далі – ІСР) являє собою концентрацію інноваційно-активних суб'єктів, що беруть участь у процесах, які можуть бути об'єднані в дві групи: інтеграційні та дезінтеграційні.

Ефективність і результативність останніх девальвується вітчизняною і зарубіжною практикою господарювання. Інтеграційні процеси, навпаки, володіючи безліччю переваг, являють собою проєкцію ефективною взаємодії та розвиваються у більш досконалих формах, таких як науково-виробничі фірми, когнітивні центри, науково-виробничі кластери, інноваційні комплекси. При цьому характер і зміст інтеграційних процесів відповідають тенденціям, що складаються в інноваційному середовищі та відповідають його особливостям. Дана обставина актуалізує необхідність детермування факторів та умов, що впливають на ІСР, для визначення особливостей інтеграційних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дане дослідження базується на теоретико-методологічних положеннях, які обґрунтовані вітчизняними і зарубіжними авторами та присвячені розвитку інтеграційних процесів за участі інноваційно-активних учасників регіональної економіки, практиці застосування в управлінні регіональними системами інструментів, що спрямовані на формування ІСР.

Теоретико-методологічні положення, що розкривають сутнісні характеристики регіональної економічної системи, знайшли своє відображення в працях О. Амоши, Л. Бадалової [1], С. Білої, З. Варналія, А. Гальчинського, В. Геєця, А. Гончарова, О. Гранберга, Б. Данилишина, Д. Ендовицького [4], Я. Жалила, Р. Качалова [5], Г. Клейнера [8], Д. Лук'яненка, С. Мочерного, В. Орешина [7], Н. Сироткіної [11]

В основу розвитку регіону покладено зв'язки між його суб'єктами, що призводять до

відтворювальних процесів. Основними регіональними відтворювальними циклами є відтворення трудових ресурсів, кредитно-грошових та інвестиційних ресурсів, природних ресурсів, виробничих і соціальних послуг, інформаційних послуг та інноваційної інфраструктури.

Відаючи належне багатоаспектності структурної організації регіональної економіки, слід зауважити, що в сучасних умовах особливе значення для мезоекономіки набуває створення атмосфери, яка стимулює інноваційну діяльність. У ситуації, що характеризується загостренням конкурентної боротьби, інновації стають обов'язковим елементом функціонування господарюючого суб'єкта, наприклад закладів сфери обслуговування, регіону і цілої держави, та є основною рушійною силою і передумовою його розвитку.

Постановка завдання. Розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій вимагає якісних змін господарювання регіону з метою формування єдиного регіонального інформаційного простору для зниження рівня прив'язки підприємств до певної території на основі формування віртуального регіонального інформаційного простору мережевої моделі діяльності господарств. Важливим фактором є дослідження основ ефективного обігу інформації між підприємствами сфери обслуговування в процесі задоволення інформаційних потреб, що визначає потенціал генерації нового знання і, як наслідок, обумовлює рівень їх інноваційності. Ефективність функціонування інформаційної інфраструктури закладів сфери обслуговування багато в чому залежить від того, наскільки узгоджені дії її елементів з іншими типами інфраструктури регіону.

Вклад основного матеріалу дослідження. Інновації відіграють вирішальну роль у стратегічному управлінні на корпоративному, регіональному, державному та міжнародному рівнях. Так, підприємства сфери обслуговування, які

займаються розробленням, упровадженням та розповсюдженням інновацій, формують інноваційне середовище (рис. 1). У загальному вигляді ІСР являє собою сукупність зосереджених на його території агентів – провайдерів інновацій, к-

агентів, агентів – розпорядників інновацій, агентів – провідників інновацій та агентів – споживачів інновацій, тобто підприємств та організацій, що здійснюють інноваційну діяльність.

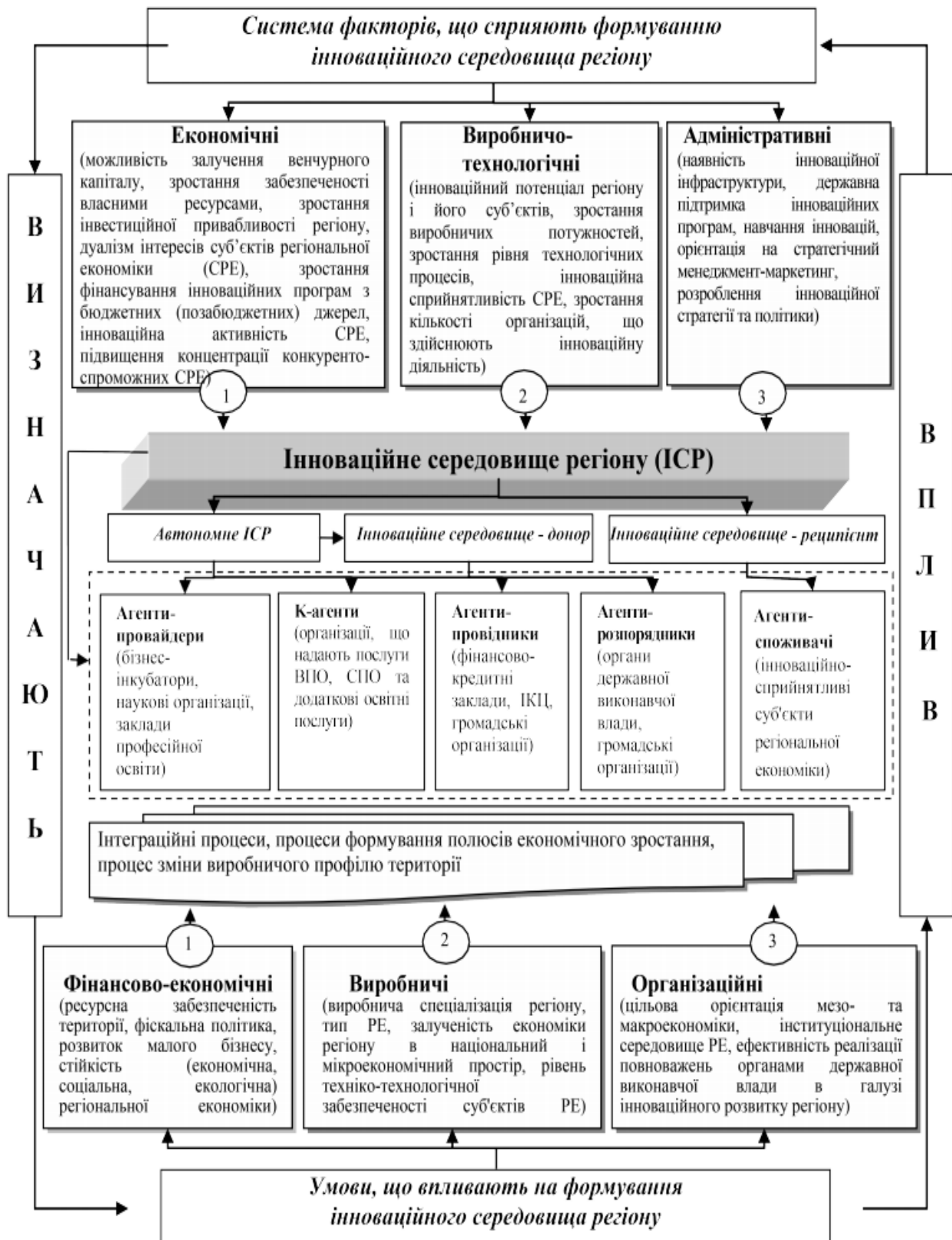


Рис. 1. Фактори та умови формування інноваційного середовища регіону

Узагальнюючи різноманітні підходи, можна виділити три основні групи факторів, що сприяють формуванню ІСР:

1. Економічні фактори – можливість залучення венчурного капіталу, зростання забезпеченості власними ресурсами, зростання інвестиційної привабливості регіону, дуалізм інтересів суб'єктів регіональної економіки [4], зростання фінансування інноваційних програм із бюджетних (позабюджетних) джерел, інноваційна активність суб'єктів регіональної економіки, підвищення концентрації конкурентоспроможних учасників регіональної соціально-економічної системи, ємність локального, регіонального, національного і світового ринків інноваційної продукції, інтенсивність конкуренції, прибутковість видів економічної діяльності і поширення інновацій.

2. Виробничо-технологічні фактори – інноваційний потенціал регіону і його суб'єктів, зростання виробничих потужностей, зростання рівня технологічних процесів, інноваційна сприйнятливність суб'єктів регіональної економіки, зростання кількості організацій, що здійснюють інноваційну діяльність. Вплив на інноваційне середовище регіону виробничо-технологічних факторів пояснюється особливостями відтворення виробничих послуг у регіоні. Наданням виробничих послуг займаються підприємства й організації виробничої інфраструктури, що забезпечують просування товарів і послуг від виробників до споживачів. Особливістю сфери надання виробничих послуг є збіг місця і часу їх виробництва та споживання, що є підставою для виділення особливого відтворювального циклу, який функціонує в регіональній економіці [7]. Розвиток виробничої інфраструктури та відтворення послуг виробничого призначення в сучасних регіонах України пов'язані з низкою проблем, таких як: відсутність збалансованості у розвитку основних, допоміжних та обслуговуючих виробництв; необхідність нарощування виробничих потужностей згідно з вимогами ринкової кон'юнктури; дефіцит ресурсів, необхідних для фінансування виробничої інфраструктури; дезінтеграція регіонального економічного простору.

3. Адміністративні чинники – наявність інноваційної інфраструктури, державна підтримка інноваційних програм, навчання інноваціям, орієнтація на стратегічний менеджмент-маркетинг, розроблення інноваційної стратегії та політики.

Зростання потреби підприємства в інформаційній інфраструктурі можна пояснити тим, що використання інформації супроводжує абсолютно всі господарські процеси. Особливо відзначимо, що даний тип інфраструктури забезпечує діяльність як споживачів і виробників товарів, так і їх посередників, тобто галузей інфраструктури. Інтегруючим фактором для різних інститутів самої інформаційної інфраструктури стали новітні інформаційні технології. Інтеграція здійснювалася в процесі еволюції вільного обміну інформацією між даними інститутами та їх взаємодії [3]. В результаті цієї взаємодії інформаційна інфраструктура набула

нових якостей, завдяки яким вона стала ключовою, що швидко розвивається, компонентою економіки. Важливою складовою в сфері інформаційних технологій відіграє впровадження системи НАССР в ресторанному господарстві.

Таким чином, можна логічно сформулювати визначення поняття “інформаційна інфраструктура”. До речі, зауважимо, що існує досить велика кількість різних визначень, в залежності від підходу або ролі, яку інфраструктура виконувала на певному історичному етапі. Також дане поняття в науці не є сталим і відносно рідко спостерігається в літературі.

Одне з найбільш ранніх визначень відноситься до 1977 року і належить К. Атертону. Він визначав інформаційну інфраструктуру як “національні можливості зробити знання і інформацію доступними, передавати знання та інформацію і, отже, застосовувати знання в роботі”. У порівнянні з безліччю визначень, які часом містять лише простий перелік складових частин або функцій розглянутого виду інфраструктури, даний підхід містить характеристику інформаційної інфраструктури як потенціалу розвитку доступності інформації, її трансферу між учасниками господарської діяльності, а також використання цієї інформації у виробничому процесі. Підкреслюється роль інфраструктури, яка, на думку автора, обґрунтовується необхідністю активного стимулювання її розвитку для ефективного функціонування виробництва. Це є завданням як державного сектора, так і приватного. Заслужує уваги і визначення болгарського вченого М. Мойнова, який підкреслював залежність впливу елементів інформаційної інфраструктури на рівень розвитку господарства в цілому: “Інформаційна інфраструктура через свої елементи або через свій склад - забезпечує умови (матеріальні, технічні, програмні та т.п.) організації виробничої діяльності” [2].

Ми визначаємо інформаційну інфраструктуру як інституціональну основу ефективного обігу інформації між підприємствами сфери обслуговування в процесі задоволення інформаційних потреб, що визначає потенціал генерації нового знання і, як наслідок, обумовлює рівень їх інноваційності.

Ефективність функціонування інформаційної інфраструктури закладів сфери обслуговування багато в чому залежить від того, наскільки узгоджені дії її елементів з іншими типами інфраструктури регіону. Технологічні досягнення останніх інформаційних революцій, поширення мережевих інформаційних технологій значно збільшили продуктивність і ефективність інформаційної інфраструктури, що стало причиною їх структурних змін, що в кінцевому підсумку дозволило серйозно знизити транзакційні витрати в господарстві.

Варто відзначити, що рівень транзакційних витрат в значній мірі визначається витратами господарюючих суб'єктів на інформацію. Більше того, спираючись на тезу про те, що зниження середніх транзакційних витрат має своїм

результатом зростання продуктивності і сталого економічного зростання, можна зробити висновок: від рівня розвитку інформаційної інфраструктури залежить ефективність регіональної економіки в цілому. Зауважимо, що інформаційна інфраструктура стала об'єктом серйозних інвестицій саме з цієї причини.

Грунтуючись на наведених визначеннях, за допомогою системного аналізу, наведемо ключові параметри інформаційної інфраструктури регіону. Інформаційна інфраструктура як система є сукупністю взаємодіючих елементів, що володіє певною інтегральною якістю, не властивою кожному елементу окремо. Класично системний аналіз будується на основі вивчення якостей кожного складової системи, а також об'єднання їх системних властивостей. Відповідно до алгоритму системного аналізу виділяються наступні параметри системи. На основі цієї класифікації можна представити систему у вигляді такої формули:

$$K = (E, \alpha, \beta, \gamma), \quad (1)$$

де E - елементи та їх групи, що становлять систему;

α - зв'язки між елементами, їх функціональна взаємодія;

β - функції системи та її інтегральна якість;

γ - додаткові обмеження, властиві системі: просторові, тимчасові і т.д.

За допомогою даної методики можна сформулювати системні параметри інформаційної інфраструктури.

Проаналізувавши даний підхід, можна виділити наступні атрибутивні характеристики інформаційної інфраструктури регіону:

- основою інформаційної інфраструктури є інформація як фактор виробництва;

- специфічність інформаційної інфраструктури визначається властивостями інформації як товару чи послуги;

- принцип її розвитку базується на залежності

від зростання ємності інформаційних потоків;

- її вплив на господарство можна охарактеризувати як збільшення швидкості та ефективності обертання ресурсів;

- одним з ключових критеріїв ефективності є її вплив на рівень транзакційних витрат учасників господарських відносин.

Як ми вже відзначили, інформаційний фактор в сучасній теорії факторів виробництва розглядається в системі продуктивних сил суспільства. Це має визначальне значення в контексті розгляду питання, адже в залежності від специфіки фактора виробництва безліч пов'язаних між собою інститутів виконує відповідні функції щодо забезпечення режиму його функціонування та ефективного використання. Зауважимо, що інформаційний чинник є інтегруючим. Всі фактори виробництва набувають форми капіталу, а рух певного виду капіталу створює специфічну структуру і відповідну їй інфраструктуру.

Ще одним важливим аспектом є механізми виробничих відносин суб'єктів інформаційної інфраструктури регіону. Ці механізми визначаються специфічними властивостями інформації, тому часом не підпорядковуються загальноприйнятим нормам відносин господарюючих суб'єктів. Суб'єктами інформаційної інфраструктури є особи, які беруть участь в процесах створення, трансферу і використання інформації. Також в число суб'єктів входять організації, державні органи, громадські організації, громадяни. Досить широкий суб'єктний склад інформаційної інфраструктури регіону є причиною перерахованих вище її особливостей, і, перш за все, властивістю забезпечення взаємодії та комунікації між всіма учасниками господарських відносин. У зв'язку з цим доречно ввести класифікацію всіх суб'єктів інформаційної інфраструктури.

Таблиця 1

Склад інформаційної інфраструктури як системи

Параметри системи	Властивості
A	Інформаційні ресурси. Суб'єкти інформаційної інфраструктури: виробники і споживачі інформації, зберігачі, посередники, власники інформації (ЗМІ, статистичні органи, бази даних, архіви, закони, комп'ютерні та телефонні мережі)
α	Функціональні зв'язки і відносини між суб'єктами інформаційної інфраструктури в процесі руху потоків інформації
β	Забезпечення функціонування інноваційної інфраструктури та господарюючих суб'єктів за допомогою накопичення, зберігання, обробки і передачі інформації
γ	Оптимізація економічних процесів через підвищення ефективності обміну і стимулювання конкуренції

Суб'єктний склад інформаційної інфраструктури

Суб'єкт інформаційної інфраструктури	Приклади інституцій інформаційної інфраструктури
Виробник інформації	Органи статистики, інформаційні агентства, виробники програмного забезпечення
Власник інформації	Консалтингові фірми, власники патентів і програмної продукції, державні інформаційні служби
Замовник інформації	Органи пропаганди, телеканали і радіостанції, PR-агентства
Власник інформації	Аналітичні служби компаній, перепродавці і групові користувачі програмного забезпечення
Інформаційний посередник	ЗМІ, інтернет-провайдери, довідкові служби, комунікаційні мережі
Зберігач інформації	Бібліотеки, бази даних, сервери
Споживач інформації	Аналітичні агентства, компанії, покупці патентів, маркетингові служби

Відносини між суб'єктами інформаційної інфраструктури досить багатогранні і проявляються в обміні матеріальними і нематеріальними благами і, зрозуміло, інформацією. Джерелом інформації, до якої звертаються в межах інформаційної інфраструктури, є її виробник. У процесі обігу інформації між усіма суб'єктами встановлюються прямі і зворотні зв'язки, які і забезпечують рух інформації від виробника до споживача. При цьому активно задіюються послуги посередників та зберігачів інформації.

Відносини суб'єктів інформаційної інфраструктури будуються на ринкових засадах і оформлюються в процесі руху товарів і грошей. В умовах ринкової економіки держава має інвестувати в окремих суб'єктів інформаційної інфраструктури, що дасть можливість для стимулювання і регулювання суспільно-економічних процесів.

На регіональному рівні цілями функціонування інформаційної інфраструктури сфери обслуговування є:

- посилення інноваційної активності суб'єктів господарства регіону шляхом підвищення доступності інформації (соціально-економічної, науково-технічної, політичної, правової);
- інтеграція в єдиний регіональний інформаційний простір;
- підвищення узгодженості рішень, прийнятих органами державної влади на регіональному і місцевому рівнях.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій є причиною якісної зміни господарства регіону. Наприклад, формування єдиного регіонального інформаційного простору зумовило зниження рівня прив'язки підприємств і цілих технопарків до певної території. Навпаки, спостерігається тренд до формування віртуального регіонального інформаційного простору на основі мережевої моделі діяльності господарств сфери обслуговування.

Одним з важливих аспектів вивчення є механізми виробничих відносин суб'єктів інформаційної інфраструктури регіону. Суб'єктами

інформаційної інфраструктури є особи, які беруть участь в процесах створення, трансферу і використання інформації. Також в число суб'єктів входять організації, державні органи, громадські організації, громадяни. Досить широкий суб'єктний склад інформаційної інфраструктури регіону є перш за все властивістю забезпечення взаємодії та комунікації між всіма учасниками господарських відносин у сфері обслуговування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бадалова Л. М. Система управління и резервы повышения конкурентного потенциала региона / Л. М. Бадалова, Л. Н. Чайникова // Качество. Инновации. Образование. – 2011. – № 2. – С. 58–62.
2. Гулягина О. С. Компоненты логистического потенциала цепей поставок // Логистика: современные тенденции развития : материалы XIV междунар. научн.-практ. конф. 9, 10 апреля 2015 : мат. докл. / Гулягина О. С.; [отв. ред. В. С. Лукинский]. – СПб. : ГУМРФ им. С.О. Макарова, 2015. – С. 139-142.
3. Даниленко Н. И. Методологические и методические аспекты рисков контролера при осуществлении контрольной деятельности / Даниленко Н. И. // Управление риском. – 2010. – № 4(56). – С. 59-63.
4. Ендовицкий Д. А. Анализ дуализма экономических интересов в контексте проблемы обеспечения сбалансированного развития региона / Д. А. Ендовицкий, Н. В. Сироткина, А. Ю. Гончаров // Регион: системы, экономика, управление. – 2014. – № 3(26). – С. 19–26.
5. Качалов Р. М. Комплексный подход к анализу качества управления социально-экономическим развитием региона / Р. М. Качалов, Н. В. Яковлева // Экономика региона. – 2014. – № 4. – С. 130–131.
6. Клейнер Г. Б. Системная экономика как платформа развития современной экономической теории / Г. Б. Клейнер // Вопросы экономики. – 2013. – № 6. – С. 4–28.

7. Орешин В. П. Управление региональной экономикой / В. П. Орешин, Л.В. Потапов. – М. : ТЕИС, 2003. – 330 с.

8. Ощипок І. М. Досвід формування інноваційних технологій деяких зарубіжних країн / Ощипок І. М. // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. – Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2018. – Вип. 55. – С. 106-113.

9. 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 ЛТЕУ, 2018. – Вип. 21. – С. 25-33.

10. Приходченко Т. А. Фактори та умови формування інноваційного середовища регіону / Приходченко Т. А. // Інтелект XXI. – № 4 '2017. – С. 94-98.

11. Сироткина Н. В. Индикативное управление промышленными предприятиями в инновационной среде: теория, методология, практика / Н. В. Сироткина. – Воронеж : Воронежский ин-т инновацион. систем, 2008. – 377 с.

REFERENCES

1. Badalova, L. M. and Chaynikova, L. N. (2011), Sistema upravleniya i rezervy povysheniya konkurentnogo potentsiala regiona, *Kachestvo. Innovatsii. Obrazovaniye*, № 2, s. 58–62.

2. Gulyagina, O. S. (2015), Komponenty logisticheskogo potentsiala tsepey postavok, *Logistika: sovremennyye tendentsii razvitiya: materialy XIV mezhdunar. nauchn.-prakt. konf. 9, 10 aprelya 2015.: mat. dokl., GUMRF im. S.O. Makarova, SPb., s. 139-142.*

3. Danilenko, N. I. (2010), Metodologicheskiye i metodicheskiye aspekty riskov kontrolera pri osushchestvlenii kontrol'noy deyatelnosti, *Upravleniye riskom*, № 4(56), s. 59-63.

4. Yendovitskiy, D. A. Sirotkina, N. V. and

Goncharov, A. YU. (2014), Analiz dualizma ekonomicheskikh interesov v kontekste problemy obespecheniya sbalansirovannogo razvitiya regiona, *Region: sistemy, ekonomika, upravleniye*, № 3(26), s. 19–26.

5. Kachalov, R. M. and Yakovleva, N. V. (2014), Kompleksnyy podkhod k analizu kachestva upravleniya sotsial'no-ekonomicheskim razvitiyem regiona, *Ekonomika regiona*, № 4, s. 130–131.

6. Kleynner, G. B. (2013), Sistemnaya ekonomika kak platforma razvitiya sovremennoy ekonomicheskoy teorii, *Voprosy ekonomiki*, № 6, s. 4–28.

7. Oreshin, V. P. and Potapov, L. V. (2003), Upravleniye regional'noy ekonomikoy, *TEIS, M., 330 s.*

8. Oshchypok, I. M. (2018), Dosvid formuvannya innovatsiynyykh tekhnolohiy deyakykh zarubizhnykh krayin, *Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu*, Vydavnytstvo LTEU, L'viv, vyp. 55, s. 106-113.

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

10. Prykhodchenko, T. A. (2017), Faktory ta umovy formuvannya innovatsiynoho seredovyscha rehionu, *Intelekt XXI*, № 4, s. 94-98.

11. Sirotkina, N. V. (2008), Indikativnoye upravleniye promyshlennymi predpriyatiyami v innovatsionnoy srede: teoriya, metodologiya, praktika, *Voronezhskiy in-t innovatsion. sistem, Voronezh, 377 s.*

Стаття надійшла до редакції 22 жовтня 2019 р.

УДК: 005:001.8:330.101.541

*Свидрук І. І.,
irena_svidruk@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3099-6449,
Researcher ID: F-8502-2019,
д.е.н., доц., професор кафедри менеджменту, Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів*

*Турянський Ю. І.,
yurtur@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4892-0653,
д.е.н., доцент, професор кафедри економіки, Львівський регіональний інститут державного
управління Національної академії державного управління при Президентіві України, м. Львів*

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ПІДґРУНТЯ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЇ

***Анотація.** Статтю присвячено актуальним питанням обґрунтування теоретико-методологічних засад, що визначають концептуальну платформу процесів креативного управління вітчизняними організаціями у період глобалізаційних трансформацій економічного простору. Зазначено, що цільові установки та ресурсні обмеження креативного управління відповідають загальним цілям інноваційного розвитку організації. Показано, що креативному менеджменту властиві певні особливості процесів управління: організаційна система характеризується децентралізацією і широкою самостійністю, специфічні інструменти стимулюють творчість, заохочення самостійності пошуку ідей, позитивну атмосферу творчої конкуренції в колективі, ротацию функцій. Інструментом управління творчо-пошуковою діяльністю в організації визначено розширення повноважень відповідного персоналу, організаційна раціоналізація, можливість доступу до інтерактивного середовища знань, а також сприятливе психологічне оточення. Проаналізовано дуальність умов ухвалення управлінських рішень у креативному менеджменті організації, завдяки якій виникають можливості конструктивного вирішення наукової проблеми шляхом вибору оптимальних альтернатив серед потенційно можливих. Показано, що ця суперечливість вимагає від креативних менеджерів здатності до антиномії, тобто вирішення суперечливих завдань шляхом застосування інтуїтивних способів прийняття управлінських рішень, що ґрунтуються на спонтанності процесів їх ухвалення. Виявлено протиріччя між стійкістю і керованістю креативною організацією, що вимагає від менеджерів адекватного визначення ступеня допустимої свободи при одночасному збереженні можливостей стабільного управління організацією. Розглянуто специфічні фактори конфліктності середовища, завдяки яким управлінські рішення набувають ознак компромісності. Визначено вимоги до особистості креативного керівника організації: відкритість у пізнанні, вміння критично оцінювати проблему та адекватно формулювати підлеглим нові творчі завдання. Визначено та запропоновано критерії диференціювання креативної етики організації.*

Ключові слова: креативна організація, управлінські рішення, інтелектуальний потенціал, конфліктність середовища, креативна етика.

*Svydruk I. I.,
irena_svidruk@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3099-6449,
Researcher ID: F-8502-2019,
Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Management, Lviv University of
Trade and Economics, Lviv*

*Turyanskyi Y. I.,
yurtur@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-4892-0653,
Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of Department of Economics, Lviv Regional Institute of
Public Administration of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine,
Lviv*

SOCIO-ECONOMIC FOUNDATION OF THE CREATIVE MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION

***Abstract.** The article is devoted to topical issues of substantiation of theoretical and methodological foundations that define the conceptual platform of processes of creative management of domestic organizations in the period of globalization transformations of economic space. It is stated that the goals and limitations of creative management meet*

the general goals of innovative development of the organization. It is shown that creative management is characterized by certain features of management processes: the organizational system is characterized by decentralization and wide autonomy, specific tools stimulate creativity, encourage the independence of ideas, the positive atmosphere of creative competition in the team, the rotation of functions. The tool for managing creative search activities in the organization identified the extension of powers of the relevant personnel, organizational rationalization, the ability to access the interactive knowledge environment, as well as a favorable psychological environment. The duality of managerial decision-making conditions in the creative management of the organization is analyzed. It is shown that this contradiction requires creative managers with the ability to antinomy, that is, to solve conflicting problems by applying intuitive ways of making management decisions based on the spontaneity of their decision-making processes. The contradiction between the stability and management of a creative organization is revealed, which requires managers to adequately determine the degree of permissible freedom while maintaining the possibilities of stable management of the organization. The specific factors of the conflict of the environment are considered, due to which managerial decisions become a sign of compromise. The requirements for the personality of the creative head of the organization are defined: openness in cognition, ability to critically evaluate the problem and adequately formulate new creative tasks to subordinates. The criteria for differentiating the creative ethics of an organization are defined and proposed.

Key words: creative organization, managerial decisions, intellectual potential, conflict of environment, creative ethics.

JEL Classification: D21, D69, D71, G30, L29, M12, O10

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-11>

Постановка проблеми. Трансформування знань у наукоємні технології та продукти стимулює в організації стрімке зростання продуктивності праці та зниження її ресурсозатратності. Це дозволяє підприємству досягти більш високих конкурентних позицій на ринку, збільшити темпи капіталізації, осучаснити мотиваційні засади управління персоналом. Надання пріоритетності управлінню розвитком інтелектуального капіталу дозволяє організації отримувати найбільшу економічну віддачу від інвестування, забезпечує зростання рентабельності, створює передумови стратегічних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі превалує думка, що креативний менеджмент являє собою створення керівниками організацій сукупності сприятливих для творчої акумуляції умов. Зокрема, І. Грабовська зазначає, що у практичному господарюванні здійснення креативного менеджменту передбачає моніторинг проблем і прогнозування перспектив галузі діяльності; розробку ідей для реалізації перспективних планів; створення творчої атмосфери у колективі; створення проектних груп, узгоджене координування їх діяльністю та розробку програми ефективної мотивації; формування груп експертів-аналітиків для оцінювання ідей у сфері інноваційної політики; оцінювання творчого та інтелектуального потенціалу персоналу; визначення евристичних прийомів ефективнішого вирішення творчих завдань фахівцями [1].

Подібну точку зору поділяють О. Гуменна та О. Пашенко, які трактують креативний менеджмент як сукупність управлінських відносин щодо встановлення цілей розвитку, які потребують креативного підходу для вирішення [2; 5]. Управління креативністю розглядається С. Давимукою, Л. Федуловою, О. Харун на мікро- (особистісний рівень) та макрорівнях (методи посилення групової творчої взаємодії) [3, с. 281-289; 7]. Нині почали

запроваджуватися когнітивні та поведінкові технології нейролінгвістичного програмування для розвитку особистих і організаційних стратегій навчання [8], комунікативних та управлінських навичок, які, у свою чергу, уможливають процес креативного менеджменту.

За сучасних економічних реалій розвиток креативного менеджменту Б. Літовченко тісно ув'язує із такими галузями управління, як стратегічний менеджмент, інноваційний менеджмент, управління персоналом, самоменеджмент, організаційна культура, маркетинг [4]. О. Прогнімак підтримує тезу про те, що креативний менеджмент є самостійною галуззю управлінської науки, спрямованою на конкурентний розвиток організації у постіндустріальний період розвитку економіки [6].

Серед останніх досліджень зарубіжних науковців у галузі креативного управління організацією особливий інтерес викликають наукові здобутки V. A. Taha, J. Tej, M. Sirkova щодо креативних методів управління як частини управлінського самовдосконалення і самоосвіти [10], аналіз B. Manzoni, L. Volker парадоксів та управлінських підходів до розвитку конкурентних стратегій у творчих колективах [9].

Отож, аналіз сучасних наукових досліджень свідчить, що поняття креативного менеджменту розглядається зазвичай із наукових позицій системного, функціонального, адміністративного, ситуаційного, поведінкового підходів до управління. На нашу думку, креативний менеджмент організації слід розглядати як багатокомпонентний управлінський вплив, пов'язаний із процесами генерування та впровадження в практичну господарську діяльність нових ідей, базованих на постійно оновлюваних знаннях креативного персоналу.

Постановка завдання. Основною метою дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних засад, що визначають концептуальну платфор-

му процесів креативного управління вітчизняними організаціями у період глобалізаційних трансформацій економічного простору.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Креативний менеджмент посідає роль особливої організаційно-управлінської діяльності, спрямованої на одержання соціально-економічних результатів шляхом активізації творчості. При цьому цільові установки та ресурсні обмеження креативного управління відповідають загальним цілям інноваційного розвитку організації. Склад функцій і завдань управління регламентується залежно від рівня керованої системи (організація чи окремий проект) та внутрішніх і зовнішніх умов її функціонування. Кожна загальна функція поділяється на специфічні, пов'язані з особливостями підприємства: визначення цілей досліджень, планування творчої роботи, мотивація раціоналізаторства тощо.

Слід зазначити, що креативному менеджменту властиві певні особливості щодо управлінських систем, механізмів, інструментів та процесів управління. Зокрема, організаційна система креативного менеджменту характеризується децентралізацією і широкою самостійністю та горизонтальними зв'язками ланок, що зумовлює особливу ретельність процедур управління персоналом для якісного узгодження протиріч підтримання творчого натхнення та виконавчої дисципліни в межах загальної цільової установки організації. Серед основних специфічних інструментів креативного менеджменту на особливу увагу заслуговують проблемні завдання, що стимулюють творчість, заохочення самостійності пошуку ідей, позитивну атмосферу творчої конкуренції в колективі, ротацію функцій.

Визначальною особливістю креативного менеджменту організації є використання мотиваційних механізмів творчості персоналу. Стимулювання креативного розвитку покликане забезпечити оптимальну співпрацю виконавців різної кваліфікації, з різними життєвими установками й психологічними особливостями. Для стимулювання творчого розвитку і досягнення організацією ефективного результату креативний менеджмент забезпечує складну взаємодію керованої та керованої підсистем. Мотивація творчої активності ґрунтується на високому рівні зацікавленості працівника працювати у відповідності до власного потенціалу і натхнення. Отож, важливим інструментом управління творчо-пошуковою діяльністю є розширення повноважень відповідного персоналу, організаційна раціоналізація, можливість доступу до інтерактивного середовища знань, а також сприятливе психологічне оточення.

Високий рівень розвитку креативності формує так звану "спіраль знань", яка являє собою концепцію стрімкого поширення інтелектуальних надбань і професійних вмінь [8]. Можливість займатися діяльністю, яка базується і потребує цінних навичок працівника, стимулює його до подальшого навчання і самовдосконалення. Формування самомотивації до створення нових

ідей потребує певної особистої чи групової автономності інтелектуальної праці, незалежності виконавців, які найчастіше є яскраво вираженими індивідуалістами.

Принцип безперервності у творчих процесах забезпечується цілеспрямованим безперервним ускладненням поставлених наукових задач. Він виступає в ролі потужного мотиваційного чинника для ускладнення робіт, адже дозволяє задовольнити соціальні потреби спеціалістів у самовираженні. В креативному менеджменті дуже важливий також фактор концентрування працівника на вирішенні пошуково-творчої проблеми [10]. В даному випадку стимулюючий ефект до творчості може досягатися завдяки використанню навмисно створених конфліктів ідей чи прагнень, які водночас обов'язково мають бути пов'язаними із власною системою цінностей конкретного виконавця.

Креативне управлінське рішення ухвалюється менеджерами не лише за умов невизначеності та обмеженості ресурсів організації, але і суперечливості самих критеріїв їх ухвалення (рис. 1).

Так, діаметрально протистоять одне одному завдання забезпечення фінансової стабільності і мінімізації ризиків, викликаних несприятливими кон'юнктурними змінами. Кожна дуальна пара створюється прямою кореляцією успішної діяльності з демократизацією управління і створенням умов для самореалізації творчого індивіда. Отож, наявність антагонізму створює феномен одночасного поєднання в управлінській парадигмі принципів жорсткості та гнучкості, завдяки чому виникають можливості конструктивного вирішення наукової проблеми шляхом вибору оптимальних альтернатив серед потенційно можливих.

Описана суперечливість вимагає від креативних менеджерів здатності до антиномії, тобто вирішення суперечливих завдань шляхом застосування інтуїтивних способів прийняття управлінських рішень, що ґрунтуються на спонтанності процесів їх ухвалення. Отож, різноплановість організаційних факторів в креативному менеджменті зумовлена множиною соціотехнічних типів, недостатністю релевантної інформації, складністю різновекторної взаємодії різних аспектів творчого розвитку, а також динамічністю їх відклику на зміни зовнішнього середовища. Інтуїція під час ухвалення рішень є одним з важливіших психологічних феноменів креативного управління. У її підвалини закладено особливості процесів мислення креативного менеджера, його інтелектуальні здібності і досвід. Інтуїція зазвичай розглядається як інсайт, тобто сприйняття відомого або звичного об'єкта з нової точки зору, чи раптове осяяння – псевдоінтуїтивне рішення, яке передбачає неусвідомлене використання попередньо набутого власного досвіду [4]. Принагідно зазначимо, що основні принципи інтуїтивної моделі широко використовуються в нейролінгвістичному програмуванні.



Рис. 1. Дуальність умов ухвалення управлінських рішень у креативному менеджменті організації

Наступним суперечливим фактором креативного менеджменту є наявність протиріч між стійкістю і керованістю організації. Основну проблему ми вбачаємо у тому, що мінливість вимагає застосування механізмів, які суперечать стабільності. Водночас тільки забезпечення стійкості може забезпечити досягнення необхідної мінливості. Мистецтво менеджменту передбачає адекватне визначення ступеня допустимої свободи при одночасному збереженні можливостей стабільного управління організацією.

Окрім описаних загальних параметрів креативного менеджменту, варто розглянути і специфічний фактор конфліктності середовища, завдяки якому управлінські рішення набувають ознак певної компромісності. Так, відомо, що під час ухвалення мотиваційних рішень менеджери стикаються з дилемою конгломерації творчості при пошуку ефективніших методів вирішення проблеми і старанності персоналу, яка є необхідною умовою неухильного виконання завдань [2].

Орієнтація вітчизняних підприємств на ефективне входження у фазу постіндустріального розвитку зумовлює застосування інноваційних підходів до їх функціонування. Насамперед йдеться про впровадження креативних напрацювань в якості основного джерела забезпечення конкурентних переваг на ринку. Разом з тим, спонукання до творчості є доволі складним управлінським процесом через збільшення часу і високу вартість генерації рішень, високий рівень консерватизму персоналу, а інколи і спротив щодо можливих змін.

Аутентичність і своєрідність креативного менеджменту висуває низку специфічних вимог до перебігу інтелектуальних процесів в діяльності керівника, отож ефективність управлінської діяльності великою мірою залежить від практично-прикладного характеру його мислення. В якості своєрідного арбітра креативних надбань підлеглих він має спиратися на чіткі критерії вирішення проблем, поєднуючи високий рівень системного мислення з саморозвитком аналітичних здібностей (рис. 2).

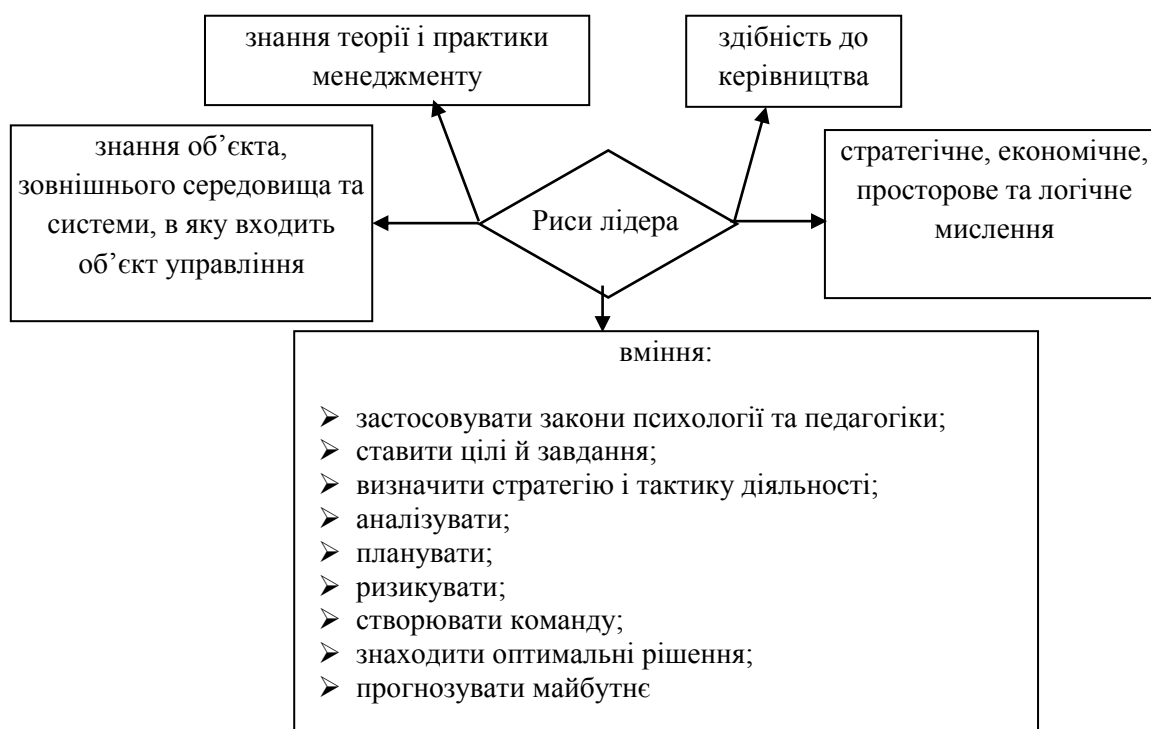


Рис. 2. Вимоги до особистості креативного керівника організації

Важливою психологічною якістю креативного лідера виступає відкритість у пізнанні, від якої залежить сприйняття нового, готовність змінити власні погляди, попередню думку. Креативність менеджера проявляється у вмінні критично оцінювати проблему та адекватно формулювати підлеглим нові творчі завдання.

“Спіраль розвитку знань” зумовила стабілізацію тенденцій прискорення накопичення креативного капіталу, однак актуалізувала як суспільні ризики виникнення віддалених небажаних наслідків прогресу, так і ризики некомпенсованого відставання окремих економічних систем від загальносвітових прогресивних тенденцій. На наше переконання, основні етичні принципи креативного менеджменту охоплюють царину моральної відповідальності працівника за можливе настання негативних наслідків його винаходу як у ближчій перспективі, так і у віддалені терміни. Диференціювати етику креативного менеджменту слід за ознаками спрямованості. Так, внутрішня етика спрямована на замовників і керівників проекту, інших членів творчої групи, тоді як зовнішня етика передбачає оцінювання небажаних технологічних, екологічних, інформаційно-правових наслідків для суспільства в цілому. Особливо яскраво ці ризики проявляються в експансивних галузях, зокрема у сфері інформаційних технологій, що викликається граничним прискоренням життєвого циклу інноваційних продуктів, коли між зародженням і занепадом продукту спостерігається настільки стрімкий рух, що подекуди він навіть не потрапляє у зону зацікавленості потенційних споживачів, витісняючись технологічно досконалішим. Для уможливлення майбутньої успішності організації винахідник має свідомо обмежувати власну творчу

діяльність самооцінкою ідей і дій, спрямовуючи етичну відповідальність на різні соціальні групи і часові перспективи.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Розвиток креативного менеджменту організації можна вважати дієвим інструментом забезпечення високої якості управління творчими процесами. Професійні вимоги до керівників мають поєднувати аналітичні навички і здібності зі здатністю до системного мислення. Ухвалення раціональних управлінських рішень забезпечується особистою фаховістю менеджера і його психологічною здатністю мобілізувати креативні резерви підлеглих. Створення, концентрація та раціональне впровадження знань є основною запорукою конкурентоспроможності вітчизняних підприємств і забезпечує їм можливість стрімкого зростання.

Подальші дослідження варто спрямувати у бік вивчення моделей трансформування знань персоналу організацій у наукоємні технології та продукти для зростання продуктивності праці, зниження її ресурсозатратності, виходу вітчизняного бізнесу на конкурентний рівень суспільного виробництва, осучаснення мотиваційних засад діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грабовська І. В. Креативний менеджмент в системі управління підприємством: сутність, значення та проблеми розвитку / Грабовська І. В. // Вісник Хмельницького національного університету (Економічні науки). – 2018. – № 5(1). – С. 141-146.
2. Гуменна О. В. Управління розробкою креативних рішень в організації / Гуменна О. В. // Інноваційні ідеї в економічній науці: пошуки

вирішення сучасних проблем : матеріали наук.-практ. конф., 24-25 березня 2016 року. – К. : НаУКМА. С. 19-21.

3. Давимука С. А. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія / Давимука С. А., Федулова Л. І. – Львів : ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», 2017. – 528 с.

4. Літовченко Б. В. Виклики креативної економіки природі та культурі організації / Літовченко Б. В. // Науковий погляд: економіка та управління. – 2016. – № 1. – С. 116-123.

5. Пащенко О. П. Креативний менеджмент як фактор успішності сучасного бізнесу / Пащенко О. П. // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 17. – С. 406-410.

6. Прогнімак О. Д. Креативне майбутнє України: перспективи і перешкоди / Прогнімак О. Д. // Економічний вісник Донбасу. – 2018. – № 3(53). – С. 212-227.

7. Харун О. А. Формування креативності персоналу за умов інноваційного розвитку підприємств / Харун О. А. // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – Вип. 16. – С. 142-146.

8. Crevier L.Ph., Parrott L. Synergy between adaptive management and participatory modelling: The two processes as interconnected spirals // *Ecological Informatics*. – 2019. – Vol. 53. – Art. 100982.

9. Manzoni B., Volker L. Paradoxes and management approaches of competing for work in creative professional service firms // *Scandinavian Journal of Management*. – 2017. – Vol. 33, Is. 1. – P. 23-35.

10. Taha V.A., Tej J., Sirkova M. Creative Management Techniques and Methods as a Part of the Management Education // *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. – 2015. – Vol. 197. – P. 1918-1925.

Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, no. 5(1), pp. 141-146.

2. Humenna, O. V. (2016), Upravlinnia rozrobkoiu kreatyvnykh rishen v orhanizatsii, *Innovatsiini idei v ekonomichnii nautsi: poshuky vyrishennia suchasnykh problem* : materialy naukovo-praktychnoi konferentsii, 24-25 bereznia 2016 roku, NaUKMA, Kyiv, pp. 19-21.

3. Davymuka, S. A. and Fedulova, L. I. (2017), Kreatyvnyi sektor ekonomiky: dosvid ta napriamy rozbudovy: monohrafiia, DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M.I. Dolishnoho NAN Ukrainy», Lviv.

4. Litovchenko, B. V. (2016), Vyglyky kreatyvnoi ekonomiky pryrodi ta kulturi orhanizatsii, *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*, no. 1, pp. 116-123.

5. Pashchenko, O. P. (2017), Kreatyvnyi menedzhment yak faktor uspishnosti suchasnoho biznesu, *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 17, pp. 406-410.

6. Prohnyimak, O. D. (2018), Kreatyvne maibutnie Ukrainy: perspektyvy i pereshkody, *Ekonomichniy visnyk Donbasu*, no. 3(53), pp. 212-227.

7. Kharun, O. A. (2017), Formuvannia kreatyvnosti personalu za umov innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv, *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 16, pp. 142-146.

8. Crevier L. Ph., Parrott L. (2019), Synergy between adaptive management and participatory modelling: The two processes as interconnected spirals, *Ecological Informatics*, vol. 53, art. 100982.

9. Manzoni B., Volker L. (2017), Paradoxes and management approaches of competing for work in creative professional service firms, *Scandinavian Journal of Management*, vol. 33, is. 1, pp. 23-35.

10. Taha V. A., Tej J., Sirkova M. (2015), Creative Management Techniques and Methods as a Part of the Management Education, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 197, pp. 1918-1925.

REFERENCES

1. Hrabovska, I. V. (2018), Kreatyvnyi menedzhment v systemi upravlinnia pidpriemstvom: sutnist, znachennia ta problemy rozvytku, *Visnyk*

Стаття надійшла до редакції 1 грудня 2019 р.

УДК 339.138:338.46+640.41

Вовчанська О. М.

olcja-2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8005-345X,

ResearcherID: F-3473-2019,

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

Іванова Л. О.

livanova.lac@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5125-0630,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та менеджменту, Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського, м. Львів

МАРКЕТИНГОВЕ АНАЛІЗУВАННЯ РОЛІ І ЗНАЧЕННЯ ХОСТЕЛІВ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню маркетингових і соціально-економічних чинників функціонування хостелів та аналізу сучасного стану і тенденцій їх розвитку на ринку готельних послуг України і світу. Встановлено, що останніми роками хостели успішно розвиваються у багатьох країнах і стають одним з найпопулярніших засобів розміщення для бюджетних мандрівників. Основними відмінностями хостелів від класичних готелів є продаж не номера, а ліжка-місця; гнучке ціноутворення; наявність зон загального користування для знайомства і спілкування гостей. Маркетинговий аналіз ринку хостелів в основних регіонах світу показав, що з великим відривом домінує Азія, далі розташовуються Європа і Південна Америка. Регіонами, які впевнено демонструють зростання доходів на ринку хостелів, є Південна та Південно-Східна Азія, Близький Схід, Східна Європа та Північна Азія. Визначено рейтинг найбільших у світі мереж хостелів. Протягом останніх трьох років п'ятірка лідерів залишилася незмінною: A&O, Generator, Meininger, St Christopher's Inns та Safestay. Доведено, що розвиток хостельної індустрії стає швидко зростаючим бізнесом, який приносить значні грошові надходження. Прогнозується, що у 2020 р. глобальний ринок хостелів за показником доходів зросте до майже \$6,4 млрд. Встановлено, що ринок хостелів демонструє більшу кількість проникнень в Інтернет, ніж категорії купівлі місць в готелях чи вибору місця відпусток. Маркетингові дослідження підтвердили, що головне у хостелі – зручність для клієнта: вхід без ключів; швидкі послуги реєстрації та виїзду через мобільні додатки; створення будь-яких можливостей, які дозволять гостям витратити менше часу, зосереджуючись на процесі свого перебування; можливість підтримання зв'язку із гостями до та після перебування. Наголошується, що в сучасних умовах функціональна структура хостелів зазнала трансформації, і найпопулярнішими стають дизайнерські хостели з приватними кімнатами. Зважаючи на потреби і переваги клієнтів, більшість хостелів пропонують низку додаткових послуг, інколи досить незвичайних. В Україні місткість готелів не перевищує 1,5%, і класичні готелі зберігають безумовне домінування на ринку готельних послуг. Через відсутність повноцінного контролю і регулювання діяльності хостелів з боку державних і муніципальних органів зберігається невідповідність кількісних показників діяльності хостелів, позаяк значна частина їх продовжує бути в тіні. Діяльність некомерційних партнерств (асоціацій, спілок, об'єднань) з розвитку хостел-руху в Україні також є слабкою. Ще один аспект досліджуваної проблеми пов'язаний з низькою пізнаваністю українських хостелів серед іноземних мандрівників через те, що хостели України надто слабо представлені в міжнародних системах онлайн-бронювання. Маркетинговими дослідженнями встановлено, що, незважаючи на накопичений досвід, більшість українських хостелів не здійснюють маркетингову діяльність як щодо клієнтів, так і щодо власного персоналу. Для збереження своїх ринкових позицій цим підприємствам готельної сфери необхідно докладати маркетингові зусилля у напрямі вдосконалення бізнес-процесів, знаходження додаткових можливостей зниження рівня витрат, підвищення якості обслуговування. Пріоритетними напрямками розвитку хостелів є вдосконалення готельних технологій, впровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить повніше задовольнити потреби клієнтів.

Ключові слова: індустрія гостинності, готельне господарство, ринок готельних послуг, засоби розміщення, колективні засоби розміщення, хостел, маркетинговий аналіз.

Vovchanska O. M.,

olcja-2007@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8005-345X,

ResearcherID: F-3473-2019,

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

Ivanova L. O.,

livanova.lac@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5125-0630,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management, Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Boberskyj, Lviv

MARKETING ANALYSIS OF HOSTELS ROLE AND IMPORTANCE IN THE HOTEL SERVICES MARKET

Abstract. *The article presents the research of marketing and socio-economic factors of operations of hostels and analysis of the current state and trends of their development in the market of hotel services in Ukraine and globally. In recent years hostels have been developing successfully in many countries and are becoming one of the most popular lodging facilities for budget travelers. The main difference between hostels and classic hotels is the sale of beds instead of rooms; flexible pricing; availability of public areas for meeting and networking of guests. A marketing analysis of the hostel market in major regions of the world has shown that Asia is dominating by far the market, followed by Europe and South America. Regions that are confidently showing revenue growth in the hostel market are Southeast Asia, Middle East, Eastern Europe and North Asia. Authors determine the rating of the world's largest hostel networks. Over the past three years, the top five have remained unchanged: A&O, Generator, Meininger, St Christopher's Inns and Safestay. Development of the hostel industry is becoming a fast-growing business, generating significant cash inflows. It's forecasted that revenue of global market for hostels will grow to nearly \$ 6.4 billion in 2020. Hostel market has more online penetration than such shopping categories as hotels or vacation spots. Marketing research has confirmed that unique selling point for the hostel is convenience for the client: entry without keys; fast check-in and check-out services through mobile applications; creating any opportunities that allow guests to spend less time focusing on their stay; the ability to keep in touch with guests before and after your stay. It is emphasized that nowadays the functional structure of hostels has undergone a transformation where design hostels with private rooms are gaining the most popularity. Looking at the needs and preferences of clients, most hostels offer a number of additional services, sometimes quite unusual. In Ukraine, the hostel presence does not exceed 1.5%, and classic hotels retain an absolute dominance in the market of hotel services. Due to the lack of proper control and regulation of hostels' operations by the state and municipal bodies, there are significant discrepancies in data for the hostels' operations, as a considerable part of them continues to be in the shadow. The activity of non-profit partnerships (associations, unions) in the development of hostel movement in Ukraine is also weak. Another aspect of the problem under study is the low awareness about Ukrainian hostels among foreign travelers, because Ukrainian hostels are poorly represented in international online booking systems. Marketing research has found that despite the accumulated experience, most Ukrainian hostels do not carry out marketing activities neither for clients and nor for their own staff. In order to maintain their market position, these hostel companies need to make marketing efforts to improve business processes, find additional opportunities to reduce costs, and improve the quality of service. Priority areas for the development of hostels are the improvement of hostel technology, the introduction of new types and forms of services, which will better meet the needs of customers.*

Key words: hospitality industry, hotel industry, hotel services market, accommodation facilities, collective accommodation facilities, hostel, marketing analysis.

JEL Classification: L83, M31

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-12>

Постановка проблеми. Зростанню конкурентних переваг країн, які приймають туристів, дедалі більше сприяє розвиток малих засобів розміщення, до яких насамперед відносяться хостели. Це пожевляє політичне, економічне і соціальне життя країн, гнучкість їх економічних структур у сфері малого бізнесу, позаяк економічна та соціально-культурна сфери діяльності країн не можуть повноцінно розвиватися тільки на основі великого готельного бізнесу. Між малим бізнесом і великими компаніями повинна дотримуватися певна збалансованість. Малий готельний бізнес є підґрунтям забезпечення соціальних гарантій населення різних країн, сприяє реалізації соціально орієнтованої політики у сфері гостинності. Водночас ступінь розвитку малих засобів розміщення в

країні визначається рівнем розвиненості ринкових відносин.

Багаторічна еволюція європейської індустрії гостинності показує, що 40% потоку туристів зупиняються в малих засобах розміщення. Зважаючи на те, що у туристів все більшою популярністю користуються малі засоби розміщення, цей сегмент ринку готельних послуг не тільки приваблює до себе увагу великих інвесторів, але і стає предметом інтересу середнього та малого бізнесу. Врахування ролі і значення хостелів у маркетинговому середовищі готельного бізнесу є важливим завданням, що потребує розгляду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З опрацьованих нами літературних джерел випливає, що проблематика функціонування ринку готельних

послуг є багатогранною і достатньо висвітлена у наукових працях українських та зарубіжних вчених. Зокрема, М. Бойко, Л. Гопкало у своїх роботах широко висвітлили організаційні та техніко-економічні засади готельної справи [1]. С. Галасюк, О. Шикіна, В. Семенов досліджували організаційно-економічні умови функціонування малих готелів [6; 12]. Маркетинговій політиці в готельному бізнесі присвячені роботи С. Мельниченко, А. Магалецького [9]. Щодо зарубіжних дослідників, то теоретичні та практичні аспекти сучасної індустрії гостинності представлені у працях John R. Walker [24], аналіз потенціалу готельного бізнесу - в роботах Monica Og [21]. Розвиток малих підприємств індустрії туризму та гостинності відображений у роботах Darren Lee-Ross, Conrad Lashley [19], Roy Hayter та Helen Lines [16]. Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє висновувати, що саме малі готельні підприємства сьогодні структурують ринок готельних послуг відповідно до попиту споживачів, формують конкурентне середовище та створюють нові робочі місця. Проте попри велику кількість наукових публікацій щодо висвітлення діяльності різних функціональних підприємств готельного бізнесу питання маркетингового аналізу особливостей хостелів на ринку готельних послуг залишаються недостатньо вивченими.

У процесі підготовки статті використовувались як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження: структурно-логічний – щодо визначення стандартів діяльності та ознак класифікації хостелів; монографічний (для виявлення умов та можливостей маркетингової діяльності хостелів); історичний (для дослідження функціональної ролі хостелів на ринку готельних послуг); економічного аналізу (для дослідження чинників впливу на ринок хостелів); статистичного аналізу, методу порівнянь і експертних оцінок (для визначення тенденцій розвитку ринку хостелів).

Емпіричною та фактологічною базою дослідження слугували наукові результати українських та зарубіжних авторів з проблем функціонування малих засобів колективного розміщення на ринку готельних послуг, авторські маркетингові дослідження.

Постановка завдання. Основною метою нашого дослідження є визначення маркетингових і соціально-економічних чинників функціонування хостелів та аналіз сучасного стану і тенденцій їх розвитку на ринку готельних послуг України і світу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Хостел за визначенням Міжнародної федерації молодіжних хостелів (International Youth Hostel Federation (IYHF)) – це місце, де можна комфортно переночувати в дружньому оточенні і за прийнятною ціною [11]. Ця міжнародна організація запровадила поділ хостелів на три категорії: стандарт (Standart), покращений (Superior), люкс (Luxury). Головним критерієм для відношення хостелу до тієї чи іншої категорії є місце розташування засобу розміщення – категорія

підвищується за рахунок близькості закладу до центру міста, історичних і відомих пам'яток, крупних бізнес-центрів, рекреаційних центрів тощо. У 1994 році IYHF опублікувала загальні вимоги та критерії щодо хостел-стандартів, які стали основоположними. Структурно вимоги розділені на п'ять складових: культура спілкування і прийом, чистота і порядок, безпека, усамітненість/конфіденційність, зручність. Конкуруючи у своєму сегменті, хостели активно вдосконалюють рівень сервісу і пропонують гостям гарячий сніданок, телебачення, Інтернет [7, 11].

В останні роки хостели успішно розвиваються практично у всіх країнах і стають одним з найпопулярніших засобів розміщення для бюджетних мандрівників. Основними відмінностями хостелів від класичних готелів є продаж не номера, а ліжко-місця; гнучке ціноутворення, а також наявність в хостелі зон загального користування для знайомства і спілкування гостей. Хостели відносяться до бюджетних засобів розміщення, тому спектр пропонованих ними додаткових послуг обмежений.

Зараз майже всі хостели у світі об'єднані в декілька міжнародних хостельних асоціацій, серед яких найвідомішою та впливовою є вже зазначена нами IYHF. Ця асоціація має статус неурядової некомерційної організації та знаходиться під протекцією ЮНЕСКО. Асоціація не тільки займається стандартами для засобів розміщення такого класу, але і розробляє навчальні програми, публікує каталоги хостелів. Кожен хостел, акредитований IYHF, щорічно проходить сувору перевірку на відповідність існуючим вимогам. Всі хостели IYHF відмічені логотипом Hostelling International (трикутник, у якому зображені ліжка та ялинка) [11].

Маркетингові дослідження показали, що на початку 2019 р. в понад 60 країн світу функціонувало приблизно 4,5 млн хостелів, які щорічно розміщують майже 35 млн подорожуючих. Історично велика кількість хостелів започаткувала свою діяльність у Західній Європі, що обумовлено найвищим рівнем розвитку студентського туризму у цьому регіоні. Показово, що мережі хостелів існують навіть в таких малотуристичних країнах, як Бахрейн, Кенія, Марокко, Пакистан, Саудівська Аравія, Уругвай [17]. При цьому спеціалізовані компанії, які займаються збором інформації про такий тип засобів розміщення, зазначають про великі складнощі стосовно кількості хостелів у світі. Наприклад, платформа бронювання Hostelworld стверджує, що на ній розміщено 16000 хостелів [4], але згідно з підрахунками компанії нерухомості Colliers International за 2017 р. у топ-10 світових мереж хостелів було лише 118 об'єктів [15]. Це менше 1% пропозиції Hostelworld.

За даними найбільшої інтернет-мережі бронювання хостелів Hostelworld, у 2017 р. на Європу припадало 23% від загальної кількості хостелів у світі, на Азію – 34%. Замикає чільну трійку регіон Південної Америки, який має частку 19% у світовому ринку хостелів (рис. 1).

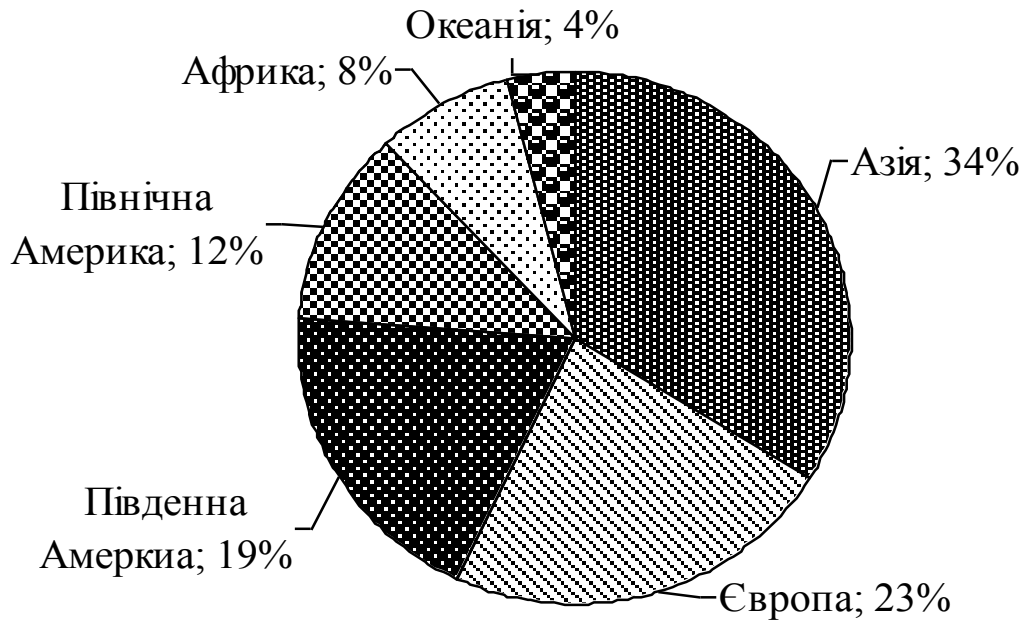


Рис. 1. Регіональна структура світового ринку хостелів у 2017 р. [22]

Регіонами, які впевнено демонструють зростання доходів на ринку хостелів, є Південна та Південно-Східна Азія (13 %), Близький Схід (11 %), Східна Європа (11%) та Північна Азія (10%) [23].

Показово, що найбільші мережі хостелів забезпечують 30% доходів, тоді як топ-п'ять мереж готелів складають близько 15% світових доходів готельного господарства. Рейтинг найбільших мереж хостелів наведений на рис. 2.

Лідером на ринку хостелів у 2016 р. була німецька мережа A&O Hotels and Hostels, яка володіла 30 хостелами, більшість з яких розташовані в Німеччині, чотири – в Австрії, загалом на 22000 ліжок. У 2017 р. компанія A&O отримала дохід величиною \$134 млн (€117 млн), надала послуги ночівель 4,1 млн, зростання склало 15%. Мережа Meininger, що також базується в Німеччині, має 18 хостелів (найбільше у Німеччині, чотири в Австрії на 8400 ліжка разом), є третьою за величиною мережею хостелів у світі. Загалом протягом п'яти років мережа Meininger додала понад 3500 ліжок та збільшила валовий дохід на 58% до \$104 млн (€90 млн) у 2018 р. Мережа Wombats базується в Австрії (6 хостелів, 1900 ліжок, з них три у Відні та три у Німеччині). Хостельні мережі St Christopher's Inns та Generator,

обидві базуються в США, мають 20 та 12 хостелів на 3500 та 8600 ліжок відповідно. Слід зазначити, що хостели, інтегровані в ланцюги, – це, як правило, мега-хостели. Наприклад, середній заклад розміщення у трійці найбільших хостельних мереж налічує понад 600 ліжок.

Велику популярність серед туристів на європейському континенті має хостельна мережа Safestay, яка досить швидко зростає останніми роками. Після відкриття першого хостелу в 2012 р. їх кількість збільшилася до 13. Маючи розповсюдження у всій Європі, Safestay орієнтована на меншу кількість ліжок-місць в окремо взятому хостелі (близько 250).

П'ятирічне зростання десяти найбільших світових хостельних мереж (у 2012-2017 рр.) за кількістю хостелів та кількістю ліжок-місць відображено на рис. 3. За п'ять зазначених років кількість хостелів зросла з 97 до 118, або на 21,6%, а ліжок - з 33800 до 49750, або на 47,2%.

На початок 2018 р. серед основних компаній на ринку хостелів не відбулося значних змін. Трійка мереж хостелів залишилася незмінною: A&O, Meininger, Generator (табл. 1).

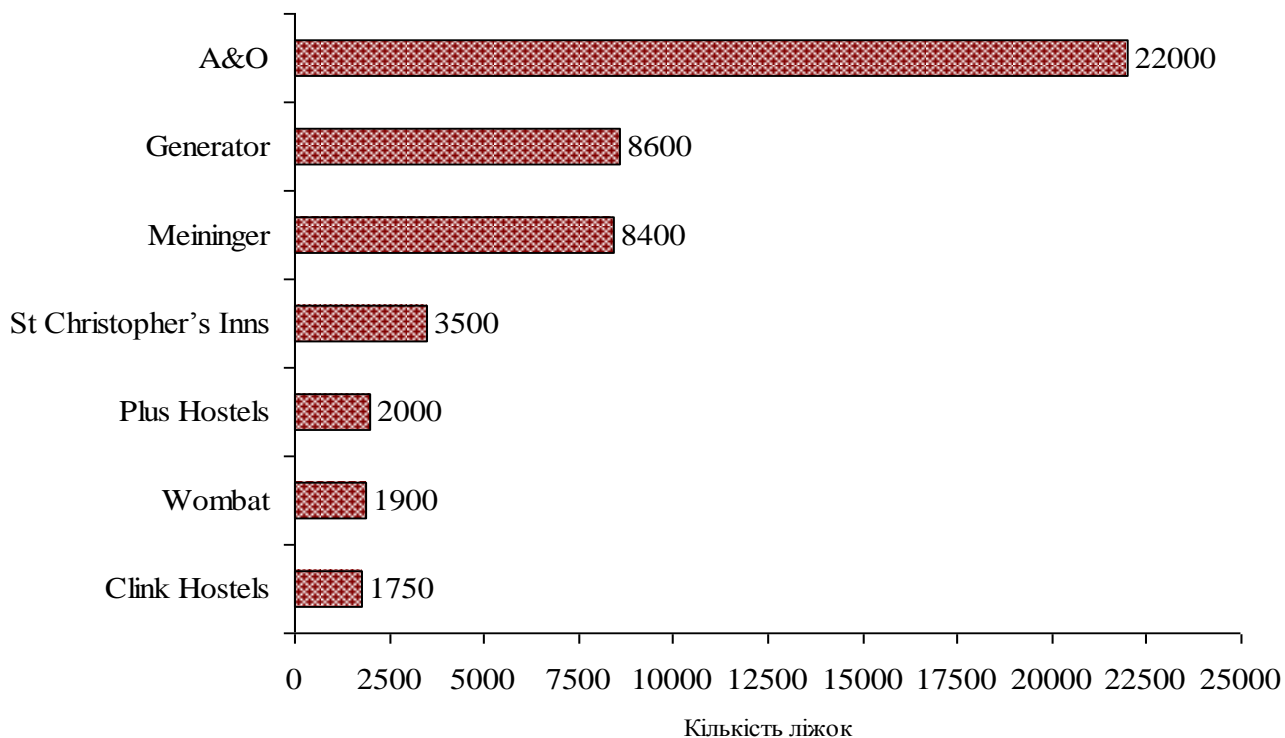


Рис. 2. Рейтинг провідних мереж хостелів за кількістю ліжок на початок 2017 р. [18]

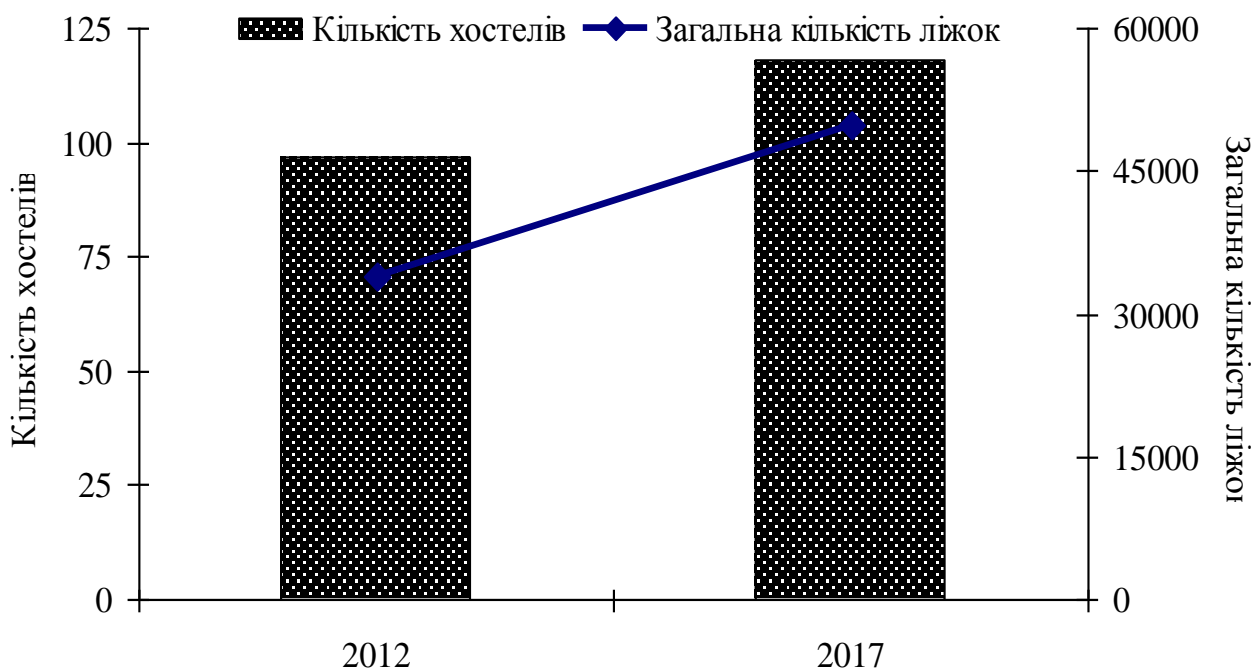


Рис. 3. Динаміка розвитку десяти найбільших світових хостельних мереж

Динаміка розвитку ринку хостелів не залишилася непоміченою з боку великих готельних мереж. Деякі групи готелів зараз поспішають завоювати свою частку ринку, пропонуючи “костельні” номери, як, наприклад, готелі Marriott Моху.

Отримані результати аналізу вторинних джерел інформації підтвердили, що хостели – важлива складова туристичної індустрії, особливо в частині внутрішнього туризму.

Найбільші мережі хостелів у світі на початок 2018 р.

№ з/п	Мережа	Бренд	Місце розташування	Кількість хостелів	Кількість ліжок
1	A&O		Європа	34	25605
2	Meininger		Європа	24	12554
3	Generator		Європа і США	14	8120
4	St Christopher's Inns		Європа	16	3704
5	Safestay		Європа	13	3400
6	Wombat		Європа	6	2500
7	Plus Hostels		Європа	3	2000
8	Zostel		Індія	29	1580
9	Clink Hostels		Європа	3	1500
10	Mad Monkey Hostel Group		Азія і Австралія	12	1500
11	Freehand		США	4	1000+

[22]

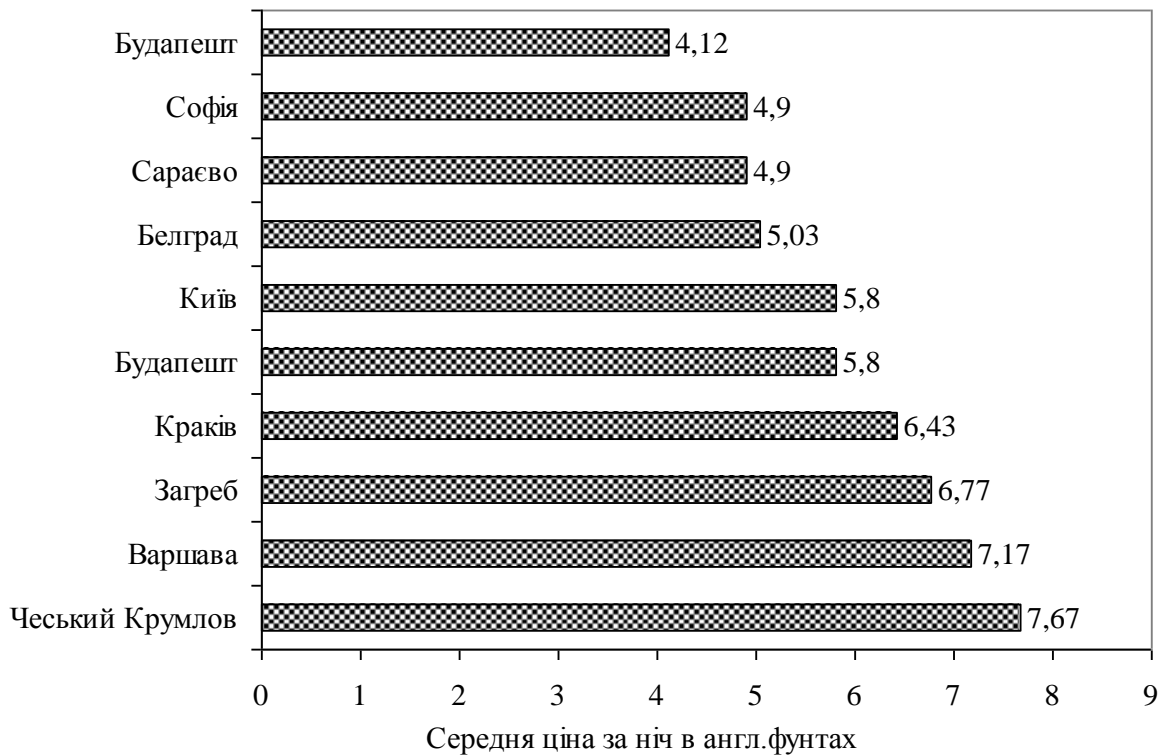


Рис. 4. Рейтинг міст Європи за ціною проживання однієї доби в хостелах у 2017 р. [14]

Рис. 4 показує найдоступніші міста в Європі для подорожей, класифіковані за цінами за одну ніч перебування в хостелах у 2017 р. Європейський індекс туристів Backpacker Index показує, що найдешевший нічліг - у Будапешті, Софія – друге найдешевше місто для розміщення протягом однієї ночі в хостелах Європи. Замикає трійку за цим показником Сараєво.

Дослідження Phocuswright, представлене у другому випуску Global Hostel Markets 2016-2020, показує, що глобальний ринок хостелів за показником доходів зростає з \$5,5 млрд у 2017 р. до майже \$6,4 млрд у 2020 р. (рис. 5). Отже, розвиток хостельної індустрії стає швидко зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження.

Нові дослідження Phocuswright показують, що ринок хостелів демонструє більшу кількість проникнень в Інтернет, ніж категорії купівлі місць в готелях чи вибору місця відпусток.

Прогнозується, що ринок так званих інтернет-хостелів збільшить свою частку з 7% до 11%, тобто з \$3,5 млрд до \$4,6 млрд (рис. 6). Онлайн-туристичні агенції (ОТА) виступають найпопулярнішим каналом для мандрівників при обиранні хостелів. Phocuswright передбачає, що частка ОТА в загальних обсягах бронювання збільшиться з 44% в 2014 р. до 54% у 2020 р.

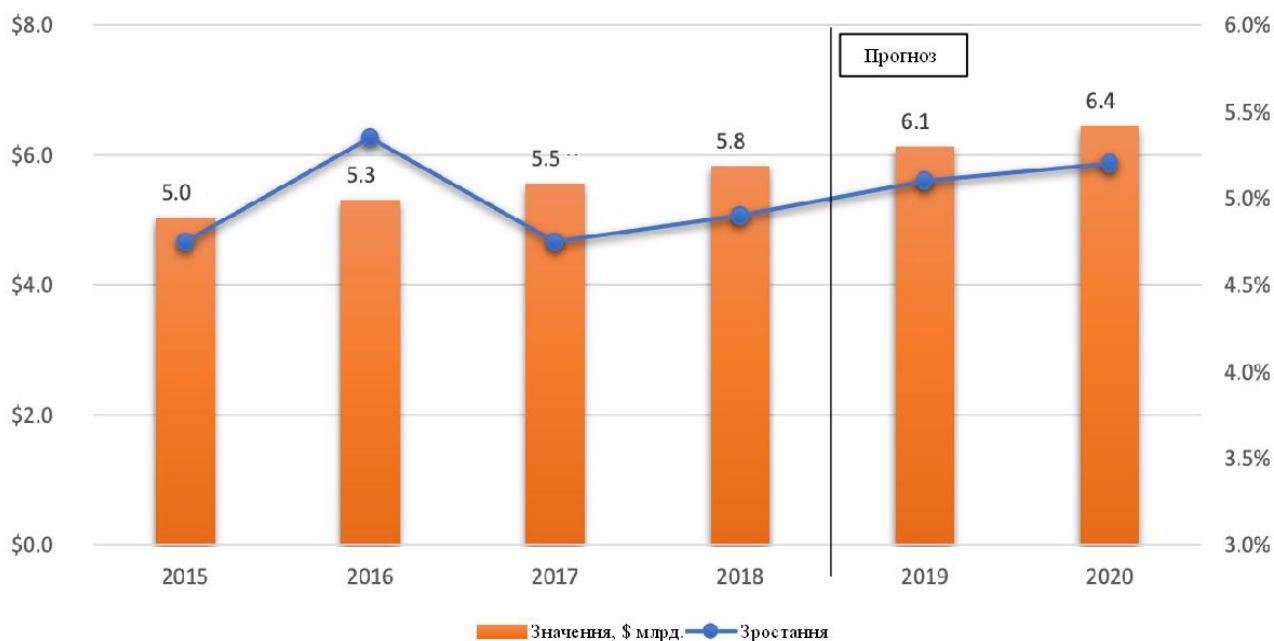


Рис. 5. Динаміка доходів глобального ринку хостелів [25]

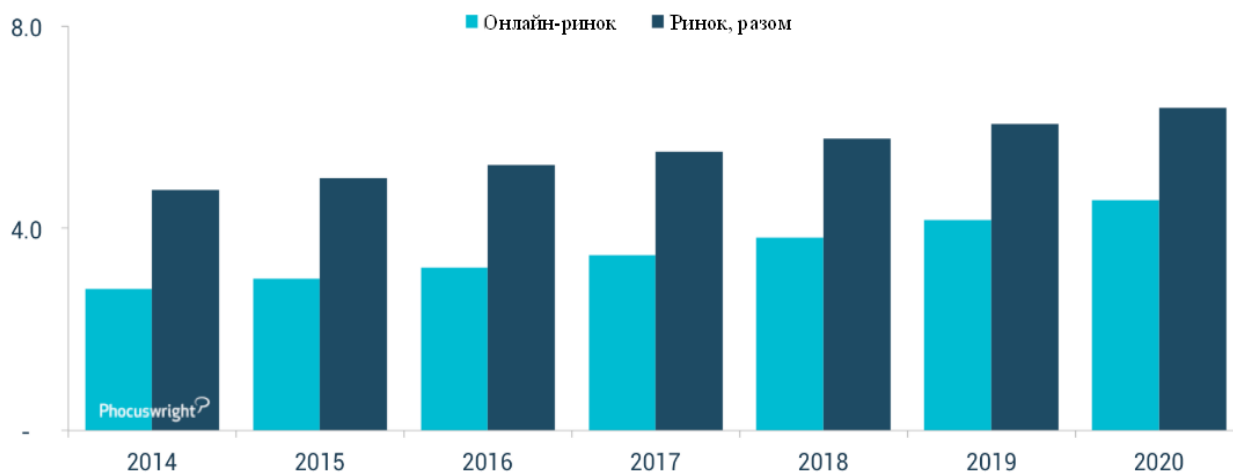


Рис. 6. Динаміка співвідношення щорічних доходів глобального ринку хостелів та інтернет-хостелів у 2014-2020 рр. [20, 25]

Маркетингові дослідження підтверджують, що головне у хостелі – зручність для клієнта: вхід без ключів; швидкі послуги реєстрації та виїзду через мобільні додатки; створення будь-яких можливостей, які дозволять гостям витратити менше часу, зосереджуючись на процесі свого перебування; можливість підтримання зв'язку із гостями до та після перебування в хостелі, використовуючи популярні додатки, такі як Whatsapp, Wechat та Operator.

Як можна констатувати з результатів вторинних маркетингових досліджень, в сучасних умовах ринок хостелів зазнав трансформації, і найпопулярнішими стають дизайнерські хостели з приватними кімнатами. Дійсно, за інформацією Phocuswright, дев'ять з десяти хостелів сьогодні мають приватні кімнати. Зі збільшенням очікувань клієнтів більшість хостелів пропонують такі послуги, як: безкоштовний Wi-Fi; харчування та напої; щоденне прибирання; інтер'єри, орієнтовані на дизайн; соціальні події; прокат велосипедів; бібліотеки та медіацентри. До прикладу, хостел FieldHouse Jones приваблює гостей великим спектром розважальних послуг, серед яких майданчик для гоночних ігор в ігрових автоматах, гімнастичний зал, доріжки для плавання, тематичні розмови та публічні або приватні майданчики для проведення заходів, кавовий бар, ресторан для гурманів. Ще один хостел, Lub d Phuket, пропонує клас тайського боксу на повнорозмірному боксерському рингу безпосередньо у холі закладу.

Крім того, багато хостелів мають додатки, які інтегруються до системи управління майном клієнта (PMS) і дозволяють гостям взаємодіяти та

спілкуватися один з одним. За допомогою програми гості можуть бачити, хто ще перебуває у цьому хостелі, створювати групові чати або навіть створювати події з метою залучення гостей та покращання їх досвіду мандрівника.

Маркетингове середовище готельного бізнесу загалом та розвиток хостелів в Україні мають свою специфіку. Функціональна структура готельного господарства України у 2015-2017 рр. відображена у табл. 2. Аналіз даних Державної служби статистики показує, що кількість хостелів у 2016 р. порівняно з 2015 р. зросла на 11 од. (з 29 до 40 од., або 37,9%), а кількість місць в них - на 33,3%. У 2017 р. кількість хостелів зменшилася на 4 од., або 10%, а кількість місць в них - на 6,7%.

Підрахувати точну кількість хостелів в Україні складно. На hotels24.ua зазначається, що в Києві — 61 хостел, у Львові — 52. За даними booking.com, ситуація така: у Києві — 96 хостелів, у Львові — 81 [3]. Зовсім інша інформація на сайті hostelworld.com: у Києві — 36 хостелів, у Львові — 34 [4, 8].

Якщо порівнювати офіційну інформацію про кількість хостелів з даними світових мереж бронювання, то помітно, що вони є в кілька разів більшими. Це пов'язано з тим, що Державна служба статистики України фіксує дані тільки на основі звітності, яку більша частина хостелів ігнорує, також є велика частка хостелів, які працюють нелегально. Експерти ринку готельних послуг стверджують, що тільки 30% хостелів України працюють офіційно, решта 70% знаходяться в тіні [2].

Таблиця 2

Динаміка готельного господарства України за типами та кількістю місць у 2015-2017 рр.

Тип засобу розміщення	Роки			Темп зростання, %	
	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016
Колективні засоби розміщування, усього	4341	4256	4115	98,0	96,7
<i>у тому числі</i>					
Готелі та аналогічні засоби розміщування, усього	2478	2534	2474	102,3	97,6
<i>з них</i>					
готелі	1508	1703	1704	112,9	100,1
кількість місць	100180	102002	101193	101,8	99,2
мотелі	123	139	137	113,0	98,6
кількість місць	3614	3945	3791	109,2	96,1
хостели	29	40	36	137,9	90,0
кількість місць	1183	1577	1472	133,3	93,3
кемпінги	6	14	12	233,3	85,7
кількість місць	332	709	506	213,6	71,4
гуртожитки для приїжджих	105	90	84	85,7	93,3
кількість місць	7049	6902	6637	97,9	96,2
туристичні бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщування	707	548	501	77,5	91,4
кількість місць	20177	20781	19797	103,0	95,3

Розраховано нами за [13]

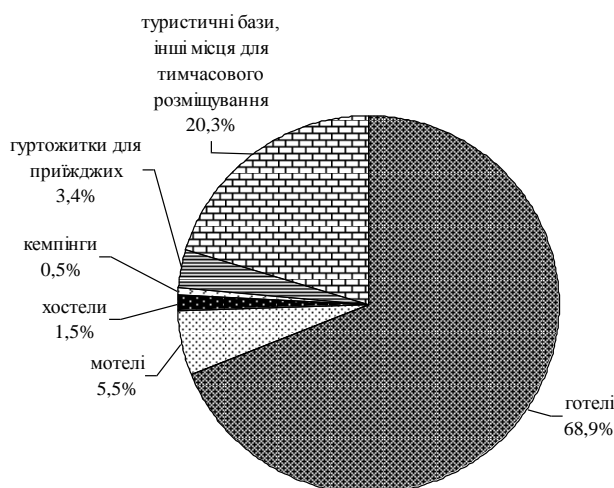


Рис. 7. Розподіл підприємств готельного господарства України за типами у 2017 р., %

Розраховано нами за [10, 13]

Бюджетні хостели здебільшого розміщують рекламу на стовпах, у вагонах поїздів метрополітену, розклеюючи паперові оголошення, не сплачуючи за рекламні послуги. Не платять за неї й інша частина хостелів, розміщуючи оголошення на міжнародних порталах booking.com і hostelworld. Однак ці портали беруть комісію з кожного бронювання клієнта в хостелі, яка в середньому становить 15% [8]. Як можна констатувати з результатів вторинних маркетингових досліджень, системна маркетингова діяльність не є пріоритетною для переважної кількості вітчизняних хостелів.

В Україні з 2003 р. функціонує Всеукраїнська молодіжна хостельна асоціація (ВМХА), яка щорічно проводить перевірку хостелів на предмет відповідності стандартам ІУНФ. Згідно зі статистичною інформацією, оприлюдненою ВМХА, в містах України офіційно функціонує така кількість хостелів: Київ – 42, Львів – 22, Одеса – 13, Ужгород – 3, Харків – 2, Чернігів – 2, Бровари – 1 [5].

Аналіз розвитку ринку хостелів в Україні показує, що у 2017 р. їх сукупна місткість становила близько 1,5%, тобто класичні готелі зберігають безумовне домінування на українському ринку готельних послуг (рис. 7).

Жорстка конкуренція на ринку готельних послуг змушує хостели переглядати власні принципи функціонування. Для збереження своїх ринкових позицій цим підприємствам готельної сфери необхідно докладати маркетингові зусилля у напрямі вдосконалення бізнес-процесів, знаходження додаткових можливостей зниження рівня витрат, підвищення якості обслуговування. Такі завдання потребують, на наш погляд, системного та комплексного підходу.

Звернімо увагу, що через відсутність повноцінного контролю і регулювання діяльності хостелів з боку державних і муніципальних органів, з одного боку, зберігається невідповідність кількісних

показників в діяльності хостелів, позаяк значна частина їх продовжує бути в тіні, а з другого боку, має місце дуже слабка активність діяльності некомерційних партнерств (асоціацій, спілок, об'єднань) з розвитку хостел-руху в Україні.

Ще один аспект досліджуваної проблеми пов'язаний з низькою пізнаваністю хостелів України серед іноземних мандрівників через те, що українські хостели надто слабо представлені в міжнародних системах онлайн-бронювання. Дослідження підтвердили, що ваговим соціальним чинником впливу продовжує бути активний опір мешканців багатоквартирних будинків щодо розміщення хостелів в житловому фонді.

Недостатнє використання переваг франчайзингу для розвитку ринку хостелів в Україні викликає підвищену зацікавленість до цього питання та ґрунтовне його дослідження. Незважаючи на накопичений досвід, більшість українських хостелів не здійснюють маркетингову діяльність як щодо клієнтів (виявлення їх споживацьких переваг і вимог), так і щодо власного персоналу (велика плінність кадрів, відсутність високопрофесійних фахівців).

На наш погляд, однією з головних передумов розвитку хостелів в Україні є створення сприятливого інвестиційного клімату та пошук джерел фінансування для будівництва нових і реконструкції вже існуючих підприємств.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Світові тенденції збільшення кількості хостелів та висока соціально-економічна ефективність їх діяльності дозволяють стверджувати, що такий вид готельного бізнесу має великі перспективи щодо зміцнення позицій на ринку малих колективних засобів розміщення економ-класу.

Розвиток малих засобів розміщення дозволяє державі вирішити велику кількість соціальних і економічних завдань, зокрема: ефективно використання незатребуваних у великому бізнесі ресурсів;

зниження безробіття; впровадження інновацій, реалізація інноваційного потенціалу; посилення конкурентного середовища у сфері готельних послуг; швидке реагування на зміни попиту і пропозиції на ринку готельних послуг; формування нових пропозицій у сфері гостинності, заповнення вільних ніш на ринку готельних послуг; навчання кадрів на перспективу для роботи в класичних великих готельних комплексах; перетворення тіншового готельного бізнесу (здача квартир) в легально оформлені малі засоби розміщення; зниження соціальної напруги.

Пріоритетним напрямом розвитку хостелів є вдосконалення готельних технологій, впровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить у більш повному обсязі задовольнити потреби клієнтів. Це і визначатиме перспективи подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойко М. Готельна справа : Електронний підручник / М. Бойко, Л. Гопкало. – К. : КНТЕУ, 2015. – 501 с.

2. В Україні 70% хостелів працюють у тіні – асоціація. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/10569570-v-ukrajini-70-hosteliv-pracyuyut-u-tini-asociaciya.html>

3. Всесвітня платформа бронювання Booking.com. URL: www.booking.com

4. Всесвітня платформа бронювання хостелів Hostelworld. URL: www.hostelworld.com

5. Всеукраїнська молодіжна хостел-організація. [Електронний ресурс] // Хостели в Україні. – URL: <https://hihostels.com.ua/uk/ukrainian-yha>

6. Галасюк С. Організаційно-економічні засади функціонування малих готелів : монографія / С. Галасюк, О. Шикіна. – Одеса : Атлант, 2015. – 279 с.

7. Зрибнева І. П. Маркетингові та соціально-економічні аспекти розвитку хостельного бізнесу в Україні / І. П. Зрибнева // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. - 2017. - Вип. 4. - С. 221-232. – URL: <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2017/v4/24.pdf>

8. Індустрія гостинності: як працює хостел — БІЗНЕС-ПЛАН. URL: <https://hromadske.ua/posts/iak-pratsiuie-khostel-biznes-plan>

9. Мельниченко С. Маркетингова політика в готельному бізнесі : монографія / С. Мельниченко, А. Магалецький. – К. : КНТЕУ, 2011. – 344 с.

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

11. Офіційний сайт Міжнародної хостел організації. URL: <https://www.hihostels.com>

12. Семенов В. Поняття і зміст організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості / В. Семенов, С. Галасюк, О. Шикіна // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №10(172). – С. 202-212.

13. “Україна-2017”. Статистичний збірник. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_ukraina2017.pdf

14. Cheapest European city destinations ranked by hostel accommodation price 2017* (in GBP) URL: <https://www.statista.com/statistics/541542/ranking-cheapest-hostels-european-cities/>

15. Colliers International (2017). Hostel Global Business. Research & Forecast Report. URL: http://www.colliers.com/media/files/emea/portugal/research/2017/2017_hostels_report_eng.pdf?la

16. Hayter R., Lines H. Market Your Business: A Guide For Small Hospitality Businesses Cengage Learning Vocational (Aug. 1999), 64 p.

17. L. Ren. Investigating accommodation experience in budget hotels / L.Ren, H. Qiu, C. Ma, P. Lin. // International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2018. – Vol. 30. – Issue: 7.

18. Leading hostel chains based on number of beds worldwide as of 2017. URL: <https://www.statista.com/statistics/821762/leading-hostel-chains-worldwide-by-number-of-beds/>

19. Lee-Ross D., Lashley C. (2015). Entrepreneurship & Small Business Management in the Hospitality Industry (Hospitality, Leisure and Tourism). 1st Edition Routledge, 306 p.

20. Often overlooked hostel industry shows huge upside as investors attempt to appeal to Millennials. URL: <https://blueswandaily.com/often-overlooked-hostel-industry-shows-huge-upside-as-investors-attempt-to-appeal-to-millennials/>

21. Or M. (2014). Star Quality Hospitality: The Key to a Successful Hospitality Business. Rethink Press Limited.

22. Patrick W. The Big-Money Reinvention of the Humble Hostel: A Skift Deep Dive. URL: <https://skift.com/2018/11/12/the-big-money-reinvention-of-the-humble-hostel-a-skift-deep-dive/>

23. Report: Millennial travelers are fueling a hostel revolution. URL: http://www.hostelworldgroup.com/~media/Files/H/Hostelworld/pressrelease/PCW%20draft%20release_CV_LaunchSquad_V7.pdf

24. Walker John R. (2016). Introduction to Hospitality Management. Pearson; 5 edition, 784 p.

25. Walsh C. The Global Hostel Marketplace 2016-2020: Second Edition / C. Walsh, D. Quinby. – Phocuswright, 2018. – 35 p.

REFERENCES

1. Bojko, M. and Hopkalo, L. (2015). Hotel'na sprava, KNTEU, Kyiv, 501 p.

2. Unian (2019), V Ukraini 70% khosteliv pratsiuut u tini – asotsiatsiia, available at: <https://www.unian.ua/tourism/news/10569570-v-ukrajini-70-hosteliv-pracyuyut-u-tini-asociaciya.html>(Accessed 25 October 2019).

3. The global booking platform Booking.com, available at: www.booking.com (Accessed 25 October 2019).

4. The global hostel-booking platform Hostelworld, available at: <http://www.hostelworld.com> (Accessed 25 October 2019).

5. Vseukrains'ka molodizhna khostel-orhanizatsiia, available at: <https://hihostels.com.ua/uk/ukrainian-yha> (Accessed 25 October 2019).
6. Halasiuk, S. and Shykina, O. (2015), Orhanizatsijno-ekonomichni zasady funktsionuvannia malykh hoteliv, Atlant, Odesa, 279 p.
7. Zrybnieva, I. (2017), Marketing and socio-economic aspects of hostel business development in Ukraine, *Visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*, vol. 4, pp. 221-232, available at: <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2017/v4/24.pdf> (Accessed 25 October 2019).
8. Hromadske.ua (2017), Industriia hostynnosti: iak pratsiuie khostel — BIZNES-PLAN, available at: <https://hromadske.ua/posts/iak-pratsiuie-khostel-biznes-plan> (Accessed 25 October 2019).
9. Mel'nychenko, S. and Mahalets'kyj, A. (2011), Marketynhova polityka v hotel'nomu biznesi, KNTEU, Kyiv, 344 p.
10. Ofitsijnyj sayt Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy (2019), available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 25 October 2019).
11. Ofitsijnyj sayt Mizhnarodnoi khostel orhanizatsii, available at: <https://www.hihostels.com> (Accessed 25 October 2019).
12. Semenov, V., Halasiuk, S. and Shykina, O. (2015), Poniattia i zmist orhanizatsijno-ekonomichnoho zabezpechennia funktsionuvannia hotel'nykh pidpriemstv maloi mistkosti, *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 10(172), pp. 202-212, available at: <http://ecoscience.net/downloads.html> (Accessed 25 October 2019).
13. "Ukraina-2017". Statystychnyj zbirnyk (2019), available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_ukraina2017.pdf (Accessed 25 October 2019).
14. Statista, Cheapest European city destinations ranked by hostel accommodation price 2017*, The Global Statistics Portal. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/541542/ranking-cheapest-hostels-european-cities/> (Accessed 25 October 2019).
15. Colliers International (2017), Hostel Global Business. Research & Forecast Report, available at: http://www.colliers.com/media/files/emea/portugal/research/2017/2017_hostels_report_eng.pdf?la (Accessed 25 October 2019).
16. Hayter, R. and Lines, H. (1999), *Market Your Business: A Guide For Small Hospitality Businesses* Cengage Learning Vocational, 64 p.
17. L.Ren, H. Qiu, C. Ma and P. Lin (2018), Investigating accommodation experience in budget hotels, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 30, Issue: 7.
18. Statista, Leading hostel chains based on number of beds worldwide as of 2017. The Global Statistics Portal. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/821762/leading-hostel-chains-worldwide-by-number-of-beds/> (Accessed 25 October 2019).
19. Lee-Ross, D. and Lashley, C. (2015), *Entrepreneurship & Small Business Management in the Hospitality Industry (Hospitality, Leisure and Tourism)*. 1st Edition Routledge, 306 p.
20. The Blue Swan Daily (2018), Often overlooked hostel industry shows huge upside as investors attempt to appeal to Millennials, available at: <https://blueswandaily.com/often-overlooked-hostel-industry-shows-huge-upside-as-investors-attempt-to-appeal-to-millennials/> (Accessed 25 October 2019).
21. Or, M. (2014), *Star Quality Hospitality: The Key to a Successful Hospitality Business*. Rethink Press Limited.
22. Skift.com. Daily News and Insights (2018) *The Big-Money Reinvention of the Humble Hostel: A Skift Deep Dive*, available at: <https://skift.com/2018/11/12/the-big-money-reinvention-of-the-humble-hostel-a-skift-deep-dive/> (Accessed 25 October 2019).
23. Hostelworldgroup (2018), Report: Millennial travelers are fueling a hostel revolution, available at: http://www.hostelworldgroup.com/~media/Files/H/Hostelworld/press-release/PCW%20draft%20release_CV_LaunchSquad_V7.pdf (Accessed 25 October 2019).
24. Walker, John R. (2016), *Introduction to Hospitality Management*. Pearson; 5 edition. 784 p.
25. Walsh C. and D. Quinby (2018), *The Global Hostel Marketplace 2016-2020: Second Edition*. Phocuswright, 35 p.

Стаття надійшла до редакції 25 листопада 2019 р.

УДК 338.47:654.02

Колянюк О. В.,

oksana_20121961@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1141-1513,

Researcher ID: F-7785-201,

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

УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ ТА ІНФОРМАЦІЙНИМИ КАНАЛАМИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті визначено базові елементи обміну інформацією на телекомунікаційних підприємствах. Наведено класифікацію інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств. Висвітлено фактори, які впливають на вибір інформаційного каналу при передачі інформації. Представлено фактори, які впливають на місткість інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств. Метою статті є аналіз комунікацій та інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств. Встановлено, що інформація і комунікація тісно пов'язані між собою, оскільки саме комунікація забезпечує отримання зацікавленими суб'єктами тієї чи іншої інформації. Завдання комунікаційного процесу полягає в забезпеченні розуміння суб'єктом отриманої інформації, що є предметом обміну. Процес комунікації навіть в одному напрямку проходить через безліч посередників, оскільки під час передачі інформації відбувається її затримка і спотворення. Крім того, інформація може перетворюватися в залежності від того, кому вона адресована. Ефективність роботи того чи іншого інформаційного каналу залежить від того, наскільки він підходить для тієї інформації, яку потрібно передати. Емпіричні дослідження свідчать, що керівники підприємств різного рівня від 50 до 90% часу витрачають на комунікації, тобто вони зайняті в процесі комунікації, щоб реалізувати свої ролі в міжособових відносинах, технологічних процесах, прийнятті рішень, виконанні функцій планування, обліку, аналізу, контролю та організації виконання рішень. Доведено, що аналіз інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств допоможе у своєчасній і коректній передачі інформації у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства, а також підвищить якість та ефективність роботи підприємства в цілому.

Ключові слова: комунікації, модель комунікаційного процесу, інформаційний канал, інформація, телекомунікаційне підприємство.

Kolyanko O. V.,

oksana_20121961@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-1141-1513,

Researcher ID: F-7785-201,

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

MANAGEMENT OF COMMUNICATIONS AND INFORMATION CHANNELS OF TELECOMMUNICATION ENTERPRISES

Abstract. The basic elements of information exchange at telecommunication enterprises are defined in the article. The classification of information channels of telecommunication enterprises is given. The factors that influence the choice of the information channel when transmitting information are highlighted. The factors that influence the capacity of information channels of telecommunication enterprises are presented. The purpose of the article is to analyze communications and information channels of telecommunication enterprises. It is determined that information and communication are closely interconnected, since it is communication that ensures that stakeholders receive particular information. The task of the communication process is to provide understanding of the received and exchanged information by the subject. The communication process even in one direction goes through many intermediaries, since when transmitted, information is delayed and distorted. In addition, the information may be converted depending on to whom it is addressed. The efficiency of a particular information channel depends on how well it is adjusted to the information to be transmitted. Empirical studies show that managers at different levels spend between 50% and 90% of their time on communications, that means they are engaged in the process of communication to fulfill their roles in interpersonal relationships, technological processes, decision making, planning, accounting, analysis, control and organization of decisions implementation. It is proved that analysis of information channels of telecommunication companies will help in timely and correct transmission of information in the internal and external environment of the enterprise, as well as will improve the quality and efficiency of the enterprise activities in general.

Key words: communications, communication process model, information channel, information, telecommunication enterprise.

JEL Classification: D83, L96, M12

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-13>

Постановка проблеми. У своїй діяльності телекомунікаційні підприємства обробляють, повсякчас використовують та передають великі масиви інформації, які передаються за допомогою інформаційних каналів телекомунікаційного підприємства. Якість та ефективність роботи підприємства в цілому залежить від своєчасної та коректно переданої інформації. Затримка в надходженні необхідної інформації має негативний вплив на функціонування телекомунікаційного підприємства. Через вагомую роль інформаційних каналів в забезпеченні якісної роботи сучасного підприємства аналіз інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств є актуальною темою для дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Аналіз інформаційних каналів у своїх працях проводили такі вчені, як Батюк А. Є., Ващенко О. П., Виноградова О. В., Гаджинський А. М., Гудзь О. Є., Двудіт З. П., Денисенко М. П., Ілляшенко К. В., Левковець П. Р., Обельовська К. М., Огородник І. М., Фабрі Л. П., Федоренко С. В. Але, незважаючи на проведені дослідження, це питання потребує подальшого розгляду.

Постановка проблеми. Метою статті є аналіз комунікацій та інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Ідея розгортання інформаційно-комунікаційної революції на базі сучасного етапу розвитку науково-технічної революції все більш наполегливо впроваджується у сучасному науковому світі. Для ефективного виконання своєї діяльності телекомунікаційним підприємствам необхідні ефективні комунікації.

Комунікації – це не лише обмін інформацією, її змістом, але й різні форми зв'язків між людьми, які

базуються на стосунках, що спрямовані на досягнення цілей підприємства. Це особлива форма впливу на співробітників підприємства та суб'єктів зовнішнього середовища, реалізація якої на високому професійному рівні визначатиме якість управління та якість управлінських рішень.

Головна мета комунікації – обмін різного роду інформацією. Кожне підприємство, в тому числі і телекомунікаційне, пронизане мережею інформаційних каналів, які призначені для збору, аналізу та систематизації різного роду інформації. При цьому керівник підприємства у багатьох випадках може вибрати та використовувати найзручніші для нього канали спілкування з іншими керівниками і підлеглими.

Інформація і комунікація тісно пов'язані між собою, оскільки саме комунікація забезпечує отримання зацікавленими суб'єктами тієї чи іншої інформації. Завдання комунікаційного процесу полягає в забезпеченні розуміння суб'єктом отриманої інформації, що є предметом обміну.

Комунікаційний процес включає такі чотири елементи [2]:

- відправник, тобто особа, яка генерує або збирає і посилає інформацію;
- повідомлення, власне інформація, яка закодована за допомогою певних знаків;
- канал передачі, тобто засіб передачі відповідним чином закодованих відомостей;
- отримувач, тобто особа, якій призначена інформація і яка інтерпретує її у відповідності зі своїм тезаурусом.

Перелічені етапи схематично подано у вигляді моделі комунікаційного процесу на рис. 1.

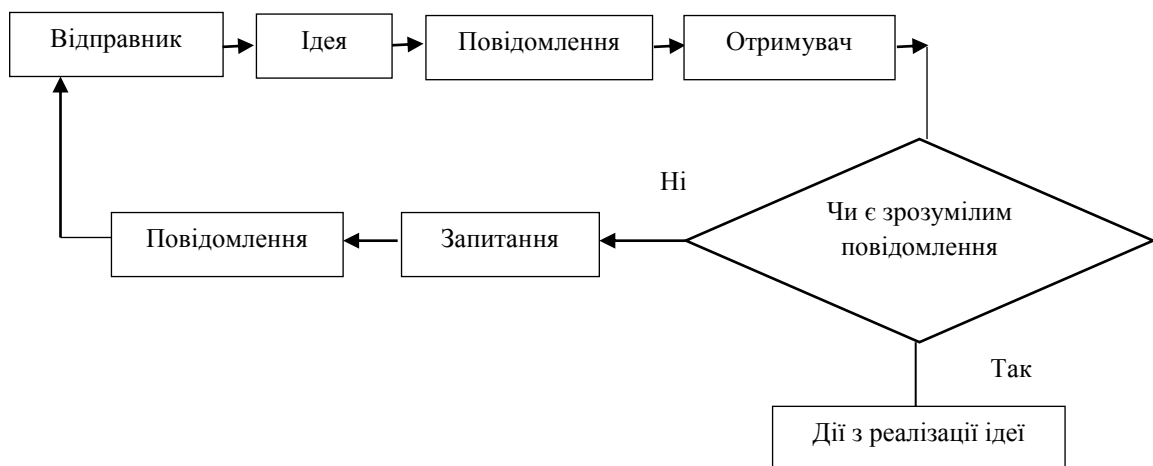


Рис. 1. Модель комунікаційного процесу

При обміні інформацією відправник і отримувач проходять декілька взаємопов'язаних етапів. Їх завдання - скласти повідомлення і використати канал для його передачі таким чином, щоб обидві сторони зрозуміли і розділили початкову ідею. До цих етапів належать зародження ідеї і її формування, кодування і вибір каналу передачі, передача інформації, декодування отриманої інформації [9].

З рис. 1 видно, що обмін інформацією починається з формування ідеї та підбору інформації для її фіксації. Відправник вирішує, яку ідею та повідомлення про неї зробити предметом обміну. Причому ідея ще не трансформована в конкретну форму, оскільки відправник лише вирішив, що буде предметом обміну. Щоб обмін був ефективним, на цьому етапі відправник повинен деталізувати свій задум до стану його максимального розуміння отримувачем. Лейтмотив цього етапу – “Не починайте говорити, не почавши думати”. На цьому етапі важливим є те, що перш ніж посилати повідомлення, слід чітко усвідомити, які ідеї призначені для передачі і наскільки вони адекватні даній ситуації.

Перш ніж передати ідею, відправник повинен її закодувати, використовуючи певний алфавіт. Ця процедура перетворює ідею в повідомлення. Необхідно також вибрати канал передачі, який би співпадав з обраним алфавітом кодування. До найпоширеніших каналів належать телефонні і радіоканали, пошта, електронні канали зв'язку, включаючи комп'ютерні мережі, пошту, відеоконференції і т.п. Якщо канал не придатний для фізичного втілення закодованого повідомлення, то передача неможлива. У випадку, якщо обраний канал не відповідає визначеній на першому етапі ідеї, обмін буде малоефективним. Важливим є те, що вибір засобу повідомлення не повинен обмежуватися єдиним каналом. Доцільно використовувати два чи більше канали передачі повідомлень у різній комбінації. Це ускладнює комунікаційний процес, але підвищує ефективність обміну [5].

Важливість другого етапу стає зрозумілішою, коли його порівняти з операцією упакування товару. Чимало хороших товарів не знаходять збуту через погане упакування. Таким чином багато ідей не можна втілити в життя через неправильно обраний спосіб їх подання і канал поширення.

На третьому етапі відправник використовує канал для доставки закодованого повідомлення отримувачу. Йдеться про фізичну передачу повідомлення, яку нерідко помилково сприймають за сам процес комунікації. Але це не так, оскільки передача є лише одним з необхідних етапів усього процесу комунікації.

Четвертий, останній етап полягає в декодуванні отриманого повідомлення. Декодування – це перетворення символів відправника в думки отримувача. Якщо закодоване і відправлене відправником повідомлення після декодування має ідентичне значення для отримувача, останній буде знати, що мав на увазі відправник, коли

формулював ідею. Якщо реакція на ідею відсутня, то процес обміну інформацією на цьому завершується. Однак з ряду причин отримувач може отримати інший зміст повідомлення, ніж мав на думці відправник. З точки зору керівника обмін інформацією вважається ефективним, якщо отримувач продемонстрував розуміння ідеї, проводячи такі дії, на які чекав відправник інформації.

Процес комунікації навіть в одному напрямку проходить через безліч посередників, оскільки під час передачі інформації відбувається її затримка і спотворення. Крім того, інформація може перетворюватися в залежності від того, кому вона адресована. Так, наприклад, при висхідній передачі інформації від підлеглих до керівника відбувається її узагальнення, а при низхідній, від керівника до підлеглих навпаки – вона конкретизується. Головне в цьому процесі – максимальна швидкість передачі інформації при мінімальних допустимих викривленнях. Від цього в першу чергу залежить правильність прийнятих рішень і, як наслідок, збільшується прибуток підприємства.

Щоб краще розуміти процес обміну інформацією й умови його ефективності, потрібно мати уявлення про елементи й етапи комунікаційного процесу.

Часто під поняттям “інформаційний канал” розуміють простий обмін інформацією [1].

Деякі науковці схиляються до думки, що інформаційний канал – це засіб цілеспрямованої передачі інформації у процесі комунікаційної діяльності між працівниками підприємства.

В теорії інформації інформаційний канал визначають як будь-який пристрій, призначений для передачі інформації.

Інформаційний канал сприяє передачі та прийому (сприйняттю) інформації. Для цього потрібні матеріальні носії інформації та технічне обладнання (прибори прийому та передачі сигналів).

На вибір інформаційного каналу комунікації впливають такі фактори:

- тип символів для кодування інформації;
- характер повідомлення;
- вагомість і привабливість каналу для одержувача;
- конкретні переваги (недоліки) того чи іншого типу каналу.

Для підвищення результативності комунікації підприємству доцільно використовувати два або більше каналів для передачі одного і того ж повідомлення.

Інформаційні канали класифікуються за пропускну здатністю:

- першим, найбільш містким інформаційним каналом є фізична присутність;
- другим є інтерактивний інформаційний канал (телефон, електронні засоби зв'язку);
- третім є особистий статичний канал (записки, листи);
- четвертим, найменш містким є безособистісний статичний канал (звіти, бюлетені).

На місткість інформаційних каналів впливають три фактори: здатність обробляти декілька сигналів одночасно; можливість забезпечення швидкого, двостороннього зворотного зв'язку; здатність забезпечувати особистий підхід до комунікацій.

До загальновідомих інформаційних каналів відносяться: передача мови; письмових матеріалів; електронні засоби зв'язку, включаючи комп'ютерні мережі та електронну пошту; відеоконференції.

Якщо інформаційний канал не придатний для фізичного втілення символів, передача неможлива. Якщо інформаційний канал не відповідає ідеї, обмін інформацією буде неефективний, а це вплине на загальну діяльність телекомунікаційного підприємства.

Інформаційні канали призначені для передачі повідомлень від джерела до споживача. При заданих характеристиках ліній зв'язку основними завданнями є аналіз і синтез операторів перетворення сигналів на передавальній і приймальній стороні, які визначаються видом інформаційного каналу.

Виділяють наступні види інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств [9]:

- канал-тест. Містить усю письмову інформацію, один з найстійкіших каналів. Має перевагу – можливість багатократного обігу через будь-який проміжок часу, недолік – неможливість адекватного ухвалення явищ, які описуються різними користувачами;

- канал-фірма. Всі носії інформації, пов'язані з цим підприємством і персоналом. Вся інформація, яка виходить від підприємства, ділиться на різні групи: конкуренти, ринок, ресурси; технологія; інформація про розвиток підприємства;

- канал-консультант. Передбачає, що підприємство звертається за допомогою до консультативної фірми, експерта, консультанта;

- канал-бесіда. Містить опитування, інтерв'ю, бесіди. Переваги – можливість передачі найбільшої кількості деталей за визначеною проблемою, можливість передати інформацію різним одержувачам, недолік – складність у доведенні того, що була повідомлена саме ця інформація;

- канал-джокер. Випадкове джерело інформації, яка з'являється під час вирішення проблеми;

- засідання і наради. Форма колективного обміну інформацією, закінчується ухваленням конкретних рішень.

Для передачі внутрішньокорпоративної інформації телекомунікаційні підприємства можуть використовувати наступні інформаційні канали:

- Інтранет – внутрішньокорпоративна мережа, що використовує стандарти, технології і програмне забезпечення Інтернету. Комп'ютерна мережа, що використовує технології Інтернету, але одночасно є приватною корпоративною мережею. Мережа підтримує сервіси Інтернет, наприклад, такі, як електронна пошта, веб-сайти, РТР-сервери і т.д., але в межах корпорації. Інтранет-мережа, підключається до зовнішніх мереж, у тому числі і до Інтернету, як правило, через засоби захисту від

несанкціонованого доступу. Інтранет може бути ізольований від зовнішніх користувачів або функціонувати як автономна мережа, що не має доступу ззовні [11];

- Внутрішньокорпоративна розсилка по електронній пошті – це найпоширеніший спосіб оповіщення співробітників про будь-які новини або майбутні події у більшості компаній. Такій практиці сприяє наявність практично на кожному комп'ютері програм Outlook або Thebat. Основною перевагою такого інформаційного каналу є те, що повідомлення, яке розповсюджується на велику кількість користувачів, дозволяє доставити необхідну інформацію кожному із співробітників підприємства, не відволікаючи їх від робочого процесу. При цьому зберігається інтерактивне спілкування між відправником та одержувачем інформації. Незважаючи на зручність у користуванні та швидкість передачі інформації, такий інформаційний канал не виключає ряду недоліків. Наприклад, якщо дуже часто надсилати співробітникам повідомлення однакового типу, то вони будуть видалятися непрочитаними як звичайний спам. Крім того, існує ризик зайвого захоплення працівників підприємства листуванням [10];

- Електронна сторінка для співробітників компанії на зовнішньому корпоративному сайті. Більш розширеним різновидом внутрішніх електронних комунікацій є створення спеціалізованого розділу на зовнішньому сайті компанії. У такому випадку туди можна помістити фотографії співробітників та їх контактну інформацію з можливістю інтерактивного спілкування. Також там можна залишати інформацію та оповіщення для співробітників підприємства;

- Інформаційні канали дистанційного зв'язку. Передумовою для оптимізації руху матеріального потоку є оперативний обмін інформацією між керівниками, підлеглими, постачальниками, споживачами і т.д. [10].

Залежно від виду зв'язку інформаційні канали поділяють на [3]:

- Інструменти радіоелектронного зв'язку: електронна пошта, звукова пошта;

- Інструменти електронного конференційного зв'язку: конференція даних; звукова конференція; відеоконференція; форуми обговорень; системи дружньої бесіди; електронні системи зустрічей.

На шляху від джерела до споживача інформації може бути як один, так і багато інформаційних каналів. Наприклад, телефонна розмова містить канали: повітря-дріт-повітря. При цьому між різними каналами знаходяться перетворювачі сигналів.

Як правило, вихідна інформація після передачі інформаційним каналом видозмінюється. Завжди є певний відсоток спотворення за рахунок якості сигналу та засобу його перетворення в інформацію споживача. До неповноти або спотворення інформації, що передається інформаційним каналом, призводить шум, знижуючи якість переданої інформації.

Інформаційний шум – неважлива, вторинна інформація, якою супроводжується або заміщується основне повідомлення при передачі інформаційними каналами.

Окремим випадком неповноти або спотворення інформації є незрозумілість отриманих сигналів або свідоме неякісне їх сприйняття та опрацювання.

Ефективність роботи того чи іншого інформаційного каналу залежить від того, наскільки він підходить для тієї інформації, яку потрібно передати. Зокрема, в тих випадках, коли інформація носить неоднозначний характер (тобто потребує роз'яснень), усні засоби зв'язку більш ефективні, ніж письмові. Однак письмова форма передачі повідомлень більш дієва, коли інформація очевидна, проста і прямолінійна. Наприклад, доведення до працівників робочих завдань, інформування їх про прийняті рішення або закріплення в письмовій формі досягнутих раніше домовленостей.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Важливість комунікацій в управлінні не викликає сумніву. Майже все, що робиться керівниками підприємства для досягнення стратегічних цілей, вимагає ефективного обміну інформацією. Емпіричні дослідження свідчать, що керівники підприємств різного рівня від 50 до 90% часу витрачають на комунікації, тобто вони зайняті в процесі комунікації, щоб реалізувати свої ролі в міжособових відносинах, технологічних процесах, прийнятті рішень, виконанні функцій планування, обліку, аналізу, контролю та організації виконання рішень. Саме тому, що обмін інформацією вбудований в усі основні види управлінської діяльності, комунікації ще називають зв'язуючим процесом. Ефективність діяльності підприємства залежить від стану комунікаційних процесів і потребує всебічного аналізу процесів обміну інформацією на кожному підприємстві.

Особливе місце в ефективності комунікаційних процесів відводиться виявленню комунікаційних потреб підприємства з боку навколишнього середовища. Для цього підприємства користуються різноманітними засобами. З наявними і потенційними партнерами вони спілкуються з допомогою реклами і різноманітних засобів просування товарів та послуг на ринку. В сфері відносин з громадськістю першочергова увага приділяється створенню певного іміджу підприємства. Підприємствам доводиться підпорядковуватися державному регулюванню і формувати та здавати значну кількість різноманітних звітів, в яких відображаються основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства. Використовуючи лобістів і роблячи внески на користь різних політичних партій, підприємство намагається впливати на економічний зміст законів і різних нормативних та юридичних актів, постанов, що приймаються. Реакцією підприємства на можливості та загрози з боку навколишнього середовища виступають різноманітні обговорення, збори, телефонні переговори, конференції тощо. Це

лише незначна частина зі всього розмаїття способів регулювання підприємства на події і факти навколишнього середовища.

Проведений аналіз інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств є важливою складовою ефективною діяльності цих підприємств. У статті надано визначення поняття “інформаційний канал”. Визначено базові елементи обміну інформацією на телекомунікаційних підприємствах.

Наведено класифікацію інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств відповідно до їх пропускну здатності, а саме:

- найбільш містким інформаційним каналом є фізична присутність;
- інтерактивний інформаційний канал (телефон, електронні засоби зв'язку);
- особистий статичний канал (записки, листи);
- найменш містким є безособистісний статичний канал (звіти, бюлетені).

Висвітлено фактори, які впливають на вибір інформаційного каналу при передачі інформації: тип символів для кодування інформації; характер повідомлення; вагомість і привабливість каналу для одержувача; конкретні переваги (недоліки) того чи іншого типу каналу.

Представлено фактори, що впливають на місткість інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств, такі як: здатність обробляти декілька сигналів одночасно; можливість забезпечення швидкого, двостороннього зворотного зв'язку; здатність забезпечувати особистий підхід до комунікацій.

Аналіз інформаційних каналів телекомунікаційних підприємств допоможе у своєчасній і коректній передачі інформації у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства, а також підвищить якість та ефективність роботи підприємства в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексеев Е. С. Англо-русский толковый словарь по системотехнике ЗВМ / Е. С. Алексеев, А. А. Мячев. – Москва, 1993. – 256 с.
2. Андрусак О. І. Особливості бізнес-комунікацій у системі міжнародних економічних відносин / О. І. Андрусак // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №12(102). – С. 26-35.
3. Інформаційні системи в менеджменті : навч. посібник / [А. Є. Батюк, З. П. Дзуліт, К. М. Обельовська та ін.]. – Львів : Національний університет “Львівська політехніка” (Інформ.-вид. центр “ІНТЕЛЕКТ+” Інституту післядипломної освіти), “Інтелект-Захід”, 2004. – 520 с.
4. Захарченко А. П. Загальні принципи аналізу інформаційних потоків у Інтернеті / А. П. Захарченко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2010. – Т. 41. – С. 80-85.
5. Мізюк Б. М. Стратегічне управління підприємством / Б. М. Мізюк. – Львів : Коопосвіта, 1999. – 388 с.

6. Матвієнко О. В. Основи менеджменту інформаційних систем : навч. посібник / О. В. Матвієнко, М. Н. Цивін. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 176 с.

7. Питерс Т. В поисках эффективного управления / Т. Питерс, Р. Уотермен. – Москва, 1986. – 193 с.

8. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – [2-е изд., испр.]. - М. : ИНФРА-М., 1999. – 479 с.

9. Види інформаційних каналів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.frontmanagement.org/fomants-61-1.html>.

10. Електронні канали комунікації: функції, переваги, недоліки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/20149/1/28.pdf>.

11. Інтранет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтранет>.

REFERENCES

1. Alekseev, E. S. and Miachev, A. A. (1993), *Anhlo-russkiy tolkoviy slovar' po systemotekhnike ZVM*, Moskva, 256 s.

2. Andrusiak, O. I. (2009), *Osoblyvosti biznes-komunikatsij u systemi mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn, Aktual'ni problemy ekonomiky*, №12(102), s. 26–35.

3. *Informatsijni systemy v menedzhmenti : navch. posibnyk*, A. Ye. Batiuk, Z. P. Dvulit, K. M. Obel'ovs'ka ta in. (2004), Natsional'nyj universytet "L'vivs'ka

politekhnika" (Inform.-vyd. tsentr "INTELEKT+" Instytutu pisliadyplomnoi osvity), "Intelekt-Zakhid", L'viv, 520 s.

4. Zakharchenko, A. P. (2010), *Zahal'ni pryntsypy analizu informatsijnykh potokiv u Interneti*, *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, T. 41, s. 80–85.

5. Miziuk, B. M. (1999), *Stratehichne upravlinnia pidpriemstvom*, *Kooposvita*, L'viv, 388 s.

6. Matviienko, O. V. and Tsyvin, M. N. (2005), *Osnovy menedzhmentu informatsijnykh system : navch. posibnyk*, *Tsentr navchal'noi literatury*, K., 176 s.

7. Pyters T. and Uotermen R. (1986), *V poyskakh efektyvnoho upravleniya*, Moskva, 193 s.

8. Rajzberh, B. A. Lozovskiy, L. Sh. and Starodubtseva, E. B. (1999), *Sovremennyj ekonomicheskiy slovar'*, 2 nd ed, YNFRA-M., M., 479 s.

9. *Vydy informatsijnykh kanaliv*, available at: <http://www.frontmanagement.org/fomants-61-1.html>.

10. *Elektronni kanaly komunikatsii: funktsii, perevahy, nedoliky*, available at: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/20149/1/28.pdf>.

11. *Intranet*, available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Intranet>.

Стаття надійшла до редакції 16 жовтня 2019 р.

УДК: 641.542.26

*Матвійчук Т. В.,
matvitana@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6162-0113,
к. псих. н., доцент кафедри соціально-гуманітарних і загальноекономічних дисциплін, Хмельницький
кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький*

*Церклевич В. С.,
wika.zerklevitch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7925-780X,
к. пед. н., доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, Хмельницький
кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький*

*Коломієць О. М.,
elenakom87@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-2195-5394,
к. філ. н., доцент кафедри готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, Хмельницький
кооперативний торговельно-економічний інститут, м. Хмельницький*

ПСИХОЛОГІЯ СПОЖИВАЧІВ КАВИ І КОМПЕТЕНТНІСТЬ БАРИСТА

***Анотація.** Статтю присвячено розкриттю питання психологічних характеристик споживачів кави у частині доведення взаємозалежності між типом темпераменту особистості та вибором кавового напою. Лаконічно охарактеризовано результати досліджень Інституту наукової інформації про каву (ISIC, США) щодо вивчення впливу вживання на психіку. Представлено наукові узагальнення у трикутнику: “кава – здоров’я – психіка людини”. Наведено статистичні показники обсягів вживання кавових напоїв у світі та Україні; висновки пілотного емпіричного локального дослідження щодо інтенсивності споживання студентською молоддю. Охарактеризовано риси особистості споживачів у залежності від домінуючого вибору кавового напою. Засвідчено взаємозалежність між вибором, рисами характеру і психологічним типом споживача. Доведено, що особистість бариста є одним із ключових критеріїв вибору кав’ярні споживачами. Проаналізовано критерії професійної компетентності, що висувуються Світовим Чемпіонатом бариста (навички спілкування, захопленість професією, здатність бути прикладом і джерелом натхнення для інших). Акцентовано на вимоги до психологічної компетентності бариста як вагомій складовій професіоналізму. Обґрунтоване твердження про те, що пріоритет у виборі кавового напою має слугувати для персоналу закладу ресторанного господарства, зокрема бариста, одним із “розпізнавальних сигналів” особистості споживача, побудови стратегії його обслуговування, формування загальної задоволеності від споживання продукту і відвідання закладу. Доведено, що: 1) пріоритет у виборі кавового напою дозволяє ідентифікувати психологічні характеристики та риси особистості споживача; 2) психологічна компетентність бариста є впливовим чинником вибору кав’ярні клієнтами.*

Ключові слова: особистість, психологія споживання, поведінка споживача, психологічні характеристики, кава, бариста.

*Matviichuk T. V.,
matvitana@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-6162-0113,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Social Humanities and General Economic Studies,
Khmelnyskyi Cooperative Trade and Economic Institute, Khmelnytskyi*

*Tserklevych V. S.,
wika.zerklevitch@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-7925-780X,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Hotel&Restaurant and Tourist Business, Khmelnytskyi
Cooperative Trade and Economic Institute, Khmelnytskyi*

*Kolomiets O. M.,
elenakom87@ukr.net, ORCID ID: 0000-0003-2195-5394,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Hotel&Restaurant and Tourist Business, Khmelnytskyi
Cooperative Trade and Economic Institute, Khmelnytskyi*

COFFEE CONSUMERS PSYCHOLOGY AND BARISTA'S COMPETENCE

Abstract. The article deals with the issue of psychological characteristics of coffee consumers in terms of proving the interdependence between personality temperament type and choice of coffee beverage. The results of the research of the Institute of Scientific Information on Coffee (ISIC, USA) concerning the study of the coffee effect consumption on the human psyche are summarized. The scientific conclusions in the triangle "coffee - health - human psyche" are presented. The statistics on the volume of coffee beverages consumption in the world and Ukraine are given as well as findings of a pilot empirical local study on the intensity of coffee beverages consumption by student youth. Consumers' personality traits are characterized due to the dominant choice of coffee beverage. The correlation between the choice of coffee beverage, character traits and psychological type of the consumer is proved. It is proved that the barista's personality is one of the key criteria for the choice of cafe by consumers. The criteria for the professional competence of the barista put forward by the World Barista Championship (communication skills, passion for the profession, ability to be an example and a source of inspiration for others) are analyzed. Emphasis is placed on the requirements for the psychological competence of the barista as a significant component of professionalism. The substantiated assertion is that the priority in the coffee beverage choice should serve for the staff of the restaurant, in particular for barista, as one of the "distinctive signals" about the consumer's personality, building a servicing strategy as well as generating overall satisfaction from the consumption of the product and visiting the establishment. It is proved that: 1) priority in the coffee beverage choice allows to identify the psychological characteristics and personality traits of the consumer; 2) the barista's psychological competence is an influential factor of coffee shops choice.

Key words: personality, consumption psychology, consumer behavior, psychological characteristics, coffee, barista.

JEL Classification: L66, L84, M39

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-14>

Постановка проблеми. Психологія споживання, що включає психологію їжі і психологію напоїв, є недооціненим у вітчизняній економіці напрямом сучасної психологічної науки. Предметом дослідження нами було обрано психологічні характеристики споживачів кавових напоїв, що зумовлюється наступними аргументами:

1) середній показник вживання кави європейцем становить 5,1 кг на рік, що аналогічно показнику для громадян США [1];

2) обсяги споживання меленої кави в Україні на особу становлять в середньому три кг на рік, що нижче, ніж у країнах ЄС, однак попит на зернову каву зростає дуже динамічно [2].

Зауважимо: зростання обсягів продажів кави у світі супроводжується високою конкуренцією у цьому сегменті ринку, що також є приводом до вдосконалення психологічної складової технологій продажу кавових напоїв. Так, у США власники кав'ярень керуються правилом: "Якщо конкурент відкриє п'ять "точок" поруч, це лише змусить нас більше зосередитися на тому, що ми пропонуємо своїм клієнтам" (П. Дор-Сміт, власник кав'ярні "Kaffeine"). За останні 40 років вплив кави на здоров'я та психіку споживача став предметом більше ніж 8000 професійних медичних досліджень. Однак для значної частини здійснених досліджень притаманні суперечливі висновки, що ускладнює інтерпретацію даних фахівцями охорони здоров'я та споживачами. Суперечливість висновків визначається саме особливістю споживання кави: величиною порції, міцністю та частотою, часом споживання. Разом із тим, психологія споживачів кави, так само як і особистісно-

психологічні компетенції бариста, є наразі предметом лише поодиноких досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні положення про психологію споживання, у т.ч. харчову поведінку споживачів, висвітлювалися у дослідженнях І. Малкиної-Пих, В. Покровського; вплив соціуму на харчову поведінку був предметом вивчення зарубіжних вчених Марка Коннера, Кристофера Дж. Армיתейджа. Дослідження впливу кави на функціонування організму та психіки людини здійснювали Дж. Боніта, М. Мандарано, Д. Шут, Дж. Вінсон, Рамані Дурвасула, а також психологи та нейробіологи Інституту наукової інформації про каву (Institute for Scientific Information on Coffee).

Наведені аргументи дозволяють сформулювати авторську ідею дослідження про те, що: 1) пріоритет у виборі кавового напою дозволяє ідентифікувати психологічні характеристики та риси особистості споживача, що є цінним при побудові стратегії обслуговування; 2) психологічна компетентність бариста є впливовим чинником вибору кав'ярні відвідувачами.

Постановка завдання. Розкриття авторської ідеї можливе шляхом досягнення мети дослідження:

1) лаконічно охарактеризувати результати ISIC щодо вивчення впливу вживання кави на психіку людини;

2) дослідити інтенсивність споживання кавових напоїв українцями, в т.ч. студентською молоддю;

3) встановити зв'язок між: обраним кавовим напоєм і рисами особистості споживача;

психологічною компетентністю бариста і вибором кав'ярні споживачами.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Кава – один із найпопулярніших і найпродаваніших гарячих напоїв у світі та в Україні. Світовий попит зростає за рахунок популяризації і проведення ефективних маркетингових кампаній. Саме з метою масштабних, системних, послідовних і цілісних наукових досліджень впливу на функціонування організму та психіку людини у 1990 р. було створено Інститут наукової інформації про каву (ISIC) – некомерційну організацію, що займається вивченням і науковими узагальненнями у трикутнику: “кава – здоров'я – психіка людини”. Діяльність ISIC зосереджена на:

- вивченні наукових питань, пов'язаних із кавою і здоров'ям (у т.ч. психікою людини);
- зборі та оцінці досліджень і наукової інформації про каву та здоров'я;
- підтримці незалежних наукових досліджень про каву і здоров'я;
- активному поширенні збалансованих наукових знань про каву та здоров'я серед широкого кола зацікавлених сторін.

Членами ISIC є шість найбільших європейських кавових компаній: Illycaffè, Jacobs Douwe Egberts, Lavazza, Nestlé, Paulig та Tchibo.

Представимо науково обґрунтовані факти щодо впливу кави на психіку людини:

1. Кава стимулює вивільнення дофаміну – нейротрансмітера, що викликає почуття ейфорії і “старту”, яке люди часто відчують після першої філіжанки кави щоранку.

2. Тип кави, якому споживач надає перевагу, може свідчити про ряд психологічних особливостей.

3. Споживачі, які споживають чорну каву без додатків, більш схильні до антисоціальних і психотичних вчинків.

4. Кава здатна зміцнювати довготривалу пам'ять.

5. Вживання кави сприяє зниженню ризику метаболічного синдрому, діабету і серцево-судинних захворювань [1].

У XXI столітті кав'ярні є невід'ємною частиною повсякденного і ділового життя. Згідно з соціологічними дослідженнями 2018 року 35% жителів українських міст-мільйонників відвідують кав'ярні не рідше одного разу на тиждень. За даними Інформаційного дайджесту PRO CONSULTING, у 2018 році більше половини покупців кави в Україні купували одну упаковку кави на місяць, третина – одну на два-три тижні і 2% – частіше ніж раз на тиждень. Основними орієнтирами для споживачів при виборі кавової продукції є торгова марка, країна-виробник і ціна товару [2].

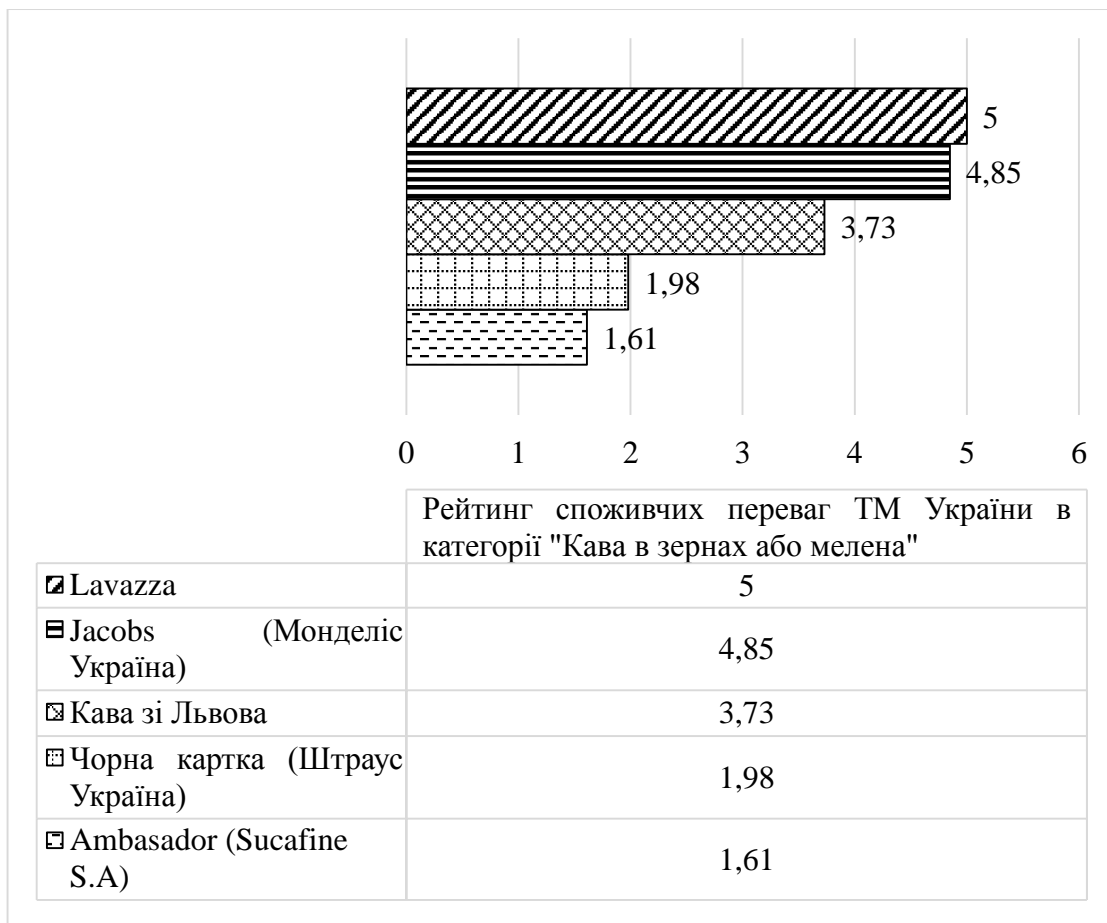


Рис. 1. Рейтинг споживчих переваг ТМ України в категорії “Кава в зернах або мелена”

Джерело: сформовано авторами на основі [2]

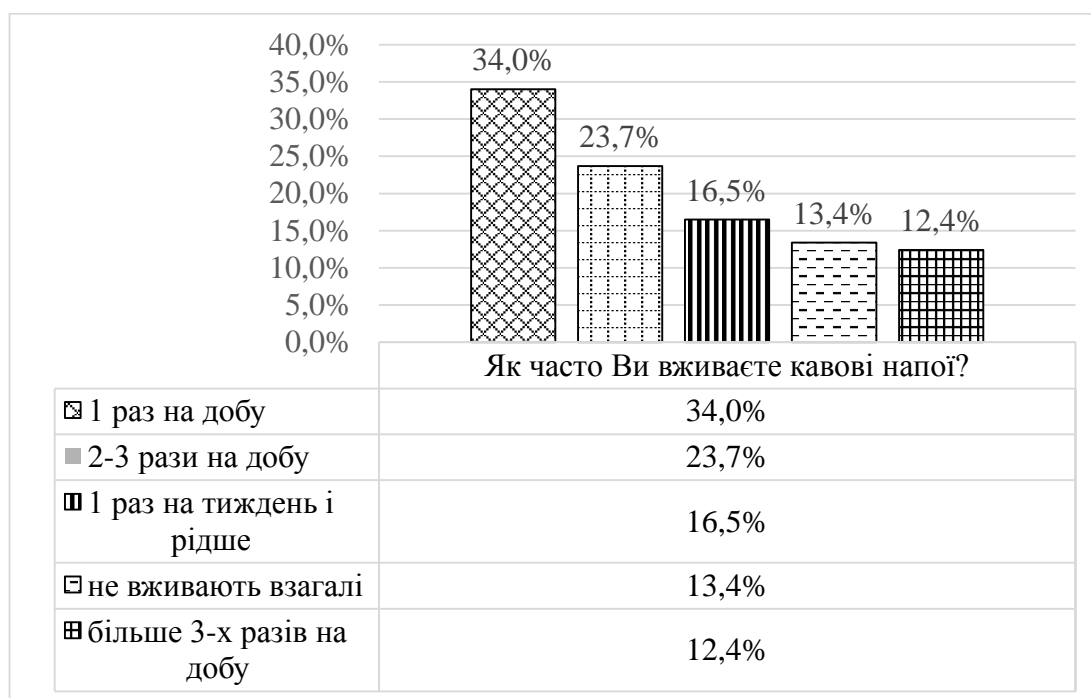


Рис. 2. Розподіл відповідей респондентів на питання “Як часто Ви вживаєте кавові напої?”

Джерело: сформовано авторами на основі проведеного дослідження

З метою вивчення пріоритетів у виборі кавових напоїв та з'ясування базових психологічних характеристик споживачів кави нами було проведено пілотне дослідження серед студентів Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту (ХКТЕІ), яке охопило 194 респонденти (15% від загальної кількості студентів), з яких лише 26 осіб (13,4%) взагалі не вживають кавових напоїв, рис. 2.

Результати дослідження дозволяють зробити висновки: помірне споживання кофеїну (2–3 порції або 300 мг/день) не пов'язане з побічними ефектами, такими як серцево-судинні стимулюючі ефекти і поведінкові зміни, зокрема у здорового дорослого населення [3]. Це твердження узгоджується з висновками Harvard Women's Health Watch (2004): в помірній кількості кава є безпечним напоєм, що здійснює корисний вплив на здоров'я та психіку людини [4].

Згідно з отриманими результатами (34%) респондентів вживають каву один раз на день, що теоретично не завдає шкоди здоров'ю. Згадаємо результати одного з досліджень Institute for Scientific Information on Coffee свідчать: “генетична характеристика програмує нашу реакцію на кофеїн, так само, як вона програмує наш колір волосся і колір очей”, – зазначається у звіті керівника дослідницької групи Дж. В. Лангера, лектора клінічної фармакології Медичної школи Копенгагенського університету [1]. Вплив кофеїну на здоров'я та психіку споживача залежить від

багатьох факторів: віку, типу нервової діяльності, стану здоров'я.

Здійснені дослідження засвідчують взаємозалежність між вибором кавового напою і звичками, рисами характеру і специфікою психологічного типу споживача. Серед респондентів – студентів ХКТЕІ - перевага надається таким напоям, як “американо” (34%), “лате” (31,1%), “капучино” (15,4%), “еспreso” (6,1%), рис. 3

Перед представленням результатів емпіричного дослідження щодо взаємозв'язку вибору кавового напою і психологічних рис споживача наведемо лаконічні висновки досліджень, отримані клінічним психологом Каліфорнійського університету, доктором Р. Дурвасула. Обсерваційним дослідженням було охоплено 1000 споживачів кави, здійснено оцінку акцентуацій особистості і психологічних рис, включаючи інтроверсію й екстраверсію; терпіння; перфекціонізм; тепло у стосунках; пильність; чутливість і соціальну сміливість. В опитуванні, результати якого представлені в книзі доктора Дурвасули «Ви є тим, що ви їсте: змініть своє ставлення до їжі, змініть своє життя», респондентам було запропоновано загальні сценарії, в яких пересічна людина зазвичай знаходиться: як ми поведимося у довгих чергах, як ми плануємо вечірки або як виглядають наші типові вихідні, що ми зазвичай їмо і п'ємо в будень і як святкову їжу.

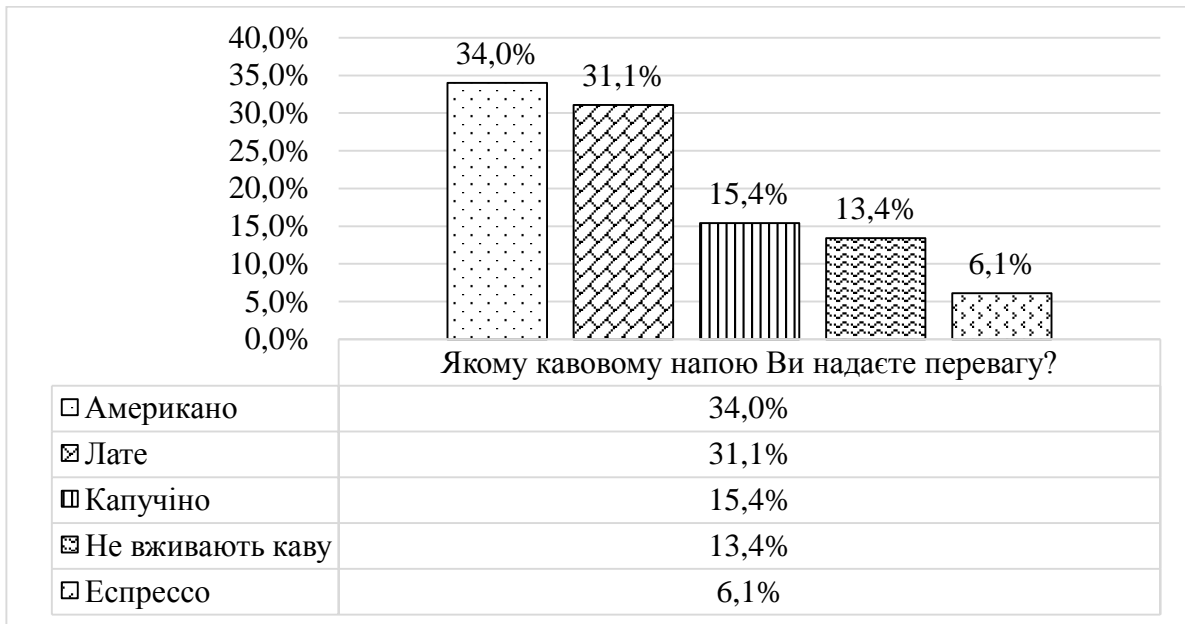


Рис. 3. Розподіл відповідей респондентів на питання “Якому кавовому напою Ви надасте перевагу?”

Джерело: сформовано авторами на основі проведеного дослідження

Узагальнивши результати цього та інших наукових [1; 3; 4; 5] психологічних досліджень щодо зв'язку обраного кавового напою й особистості споживача, можемо охарактеризувати риси споживачів у залежності від вибору кавового напою (табл. 1).

Здійснене дослідження має пілотний характер; у 2019-2020 рр. у ХКТЕІ здійснюватиметься масштабний експеримент щодо співставлення видів

кавових напоїв (перелік буде розширено) та акцентуації рис особистості, темпераменту, інших психологічних характеристик споживачів кави. Вважаємо, що це виявиться наймасштабніше дослідження в контексті кореляції вибору кавового напою та домінуючих психологічних характеристик особистості у студентському середовищі України.

Таблиця 1

Зв'язок кавового напою та особистісних характеристик споживача

Вид кавового напою	Психологічна характеристика споживача *	% респондентів авторського дослідження**
Еспресо	Стовідсоткові реалісти і прямолінійні особистості, консерватори, у всьому враховують тільки свої принципи і погляди на життя, відповідальні та надійні.	6,1%
Американо	Раціональні люди, для яких головна мета — взяти від життя максимум. Завдяки тому, що їм все вдається встигнути, вони йдуть найкоротшим шляхом до своєї мети.	34%
Лате	Надають перевагу комфорту, для них бути в центрі уваги — насолода, гарні організатори, мають відмінне почуття гумору, обожнюють вечірки і користуються популярністю у протилежної статі, більше схильні турбуватися про інших, ніж про себе.	31,1%
Капучино	Вимогливі до свого оточення, схильні до контролю і вельми чутливі до будь-яких подразників. Такі люди дуже ретельно дбають про своє здоров'я.	15,4%
Розчинна кава	Прості, невимушені у спілкуванні, втім, можуть проявляти безвідповідальність і звичку відкладати все на потім.	-

Джерело: сформовано авторами на основі *дослідження клінічного психолога Каліфорнійського університету доктора Рамані Дурвасула та **результатів опитування респондентів – студентів ХКТЕІ

Метою дослідження також було визначено встановлення залежності між психологічною компетентністю бариста і вибором кав'ярні споживачами. Моніторинг пріоритетів у виборі кав'ярень дозволяє резюмувати: при виборі місця споживання напою більшість опитаних респондентів майже в рівній мірі надають перевагу кав'ярням, що розташовані поряд з місцем роботи чи навчання (39,2%), і тим, де кава, на їхню думку, найсмачніша (41,2%). Згідно з рейтингом кав'ярень у м. Хмельницькому респонденти оцінювали 62 кав'ярні. Вісім із них отримали більш 4,7 бали у рейтингу: кав'ярня Loft Cup, магазин-пекарня "Витребеньки від куми", кав'ярня "Цукерня", кав'ярня "Feelin'Good coffee", "Небесний мигдаль", "Кльова кава", "Delta coffee", "Крендель". Переваги цих закладів, на думку респондентів: смачна та якісна кава, приємна атмосфера, смачна випічка, десерти, швидке обслуговування та привітний персонал. Серед найзначиміших аргументів – смак та аромат. Щодо сорту кави, то це, на думку молоді, не є найбільш важливим аргументом при виборі напою. Безумовно, що оцінки якості кави, сформульовані респондентами, не можуть претендувати на повну об'єктивність, адже споживачі досить поверхнево розуміють, від чого залежать смак і якість. Так, лише якість смажених зерен оцінюють за їх ароматом, зовнішнім виглядом, смаком і ступенем обсмаження, а також за фізико-хімічними критеріями: вологість, місткість кофеїну, розмір помелу та наявність сторонніх домішок. Вагомим показником є кавовий екстракт, у якому оцінюються аромат і смакові якості, гармонійність і повнота смакових якостей, відповідність виду та сорту, наявність сторонніх запахів [7].

Завданням нашого дослідження також було визначено доведення гіпотези про те, що психологічна компетентність бариста є вагомим чинником обрання кав'ярні. За вимогами Світового Чемпіонату бариста (проводиться щорічно з 2000 року за результатами національних відбірних турів), кава є результатом обсмажування продукту, отриманого із зерна ягоди кавового дерева, вирощеного на плантації. Кава не повинна містити ніяких добавок, ароматизаторів, барвників, парфумерії, ароматичних речовин, рідин, сипучих добавок будь-якого виду в будь-який з моментів ланцюжка поставки кави від збору врожаю і до приготування напою. При оцінці смаку суддями Світового Чемпіонату бариста враховується сполучуваність та взаємодоповнюваність смакових параметрів (солодкості, кислотності, гіркоти) [8, с. 31].

Судді Світового Чемпіонату бариста за майже два десятиліття існування конкурсу (з 2000 р.) чітко сформулювали критерії для визначення професійної компетентності бариста:

1. Володіє майстерністю в навичках техніки роботи, презентації напою, навичках спілкування і захопленій своєю професією.
2. Демонструє глибоке розуміння кави як продукту під час приготування та презентації 12 конкурентних напоїв.
3. Вміє готувати та презентувати напої високої якості.
4. Може бути прикладом і джерелом натхнення для інших [8].



Рис. 4. Чинники вибору закладу для споживання кави

Джерело: сформовано авторами на основі проведеного дослідження

Можемо констатувати, що два з чотирьох базових критеріїв безпосередньо стосуються особистості бариста, його психологічних компетентностей, зокрема у змісті першого критерію це “навички спілкування” і демонстрація “захопленості професією” (дослідження з психології спілкування і психології впливу доводять, що критерій “захопленість професією” майже стовідсотково є підставою для поваги особистості). У змісті четвертого критерію компетентність є значущою з позиції психології лідерства і психології командної взаємодії. Обґрунтованим виглядає твердження, що пріоритет у виборі кави має слугувати для персоналу, зокрема бариста, одним із “розпізнавальних сигналів” особистості споживача, побудови стратегії його обслуговування, формування загальної задоволеності від споживання продукту і відвідання закладу.

Особистість бариста є ключовим критерієм вибору кав'ярні і відповідно до результатів опитування студентів ХКТЕІ. У відповіді на запитання щодо основних чинників вибору кав'ярні відповіді респондентів розподілилися наступним чином: ввічливість і харизма бариста (39,1%), індивідуальний підхід та розуміння запиту споживача (29,4%), чистота та атмосфера у кав'ярні (20,1%), швидкість обслуговування (8,2%), ефективна система заохочень (3,1%), рис. 4.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Усталене розуміння професійної компетентності бариста полягає у наступних знаннях та вміннях: асортимент, рецептура, сутність технологій приготування кави та напоїв на основі кави, сорти кави, ступінь обсмаження зерен, правила подачі та вживання різних видів кави, мистецтво “лате-арт”, правила ціноутворення на напої, правила етикету й обслуговування відвідувачів у барах, правила експлуатації еспресо-машин, винесення на розгляд керівництва пропозицій щодо вдосконалення роботи закладу. Разом з тим, суспільство сервісної економіки ХХІ століття формує запит на психологічні компетентності й особистісні якості, що доведено, у т.ч., і результатами здійсненого дослідження. Підвищення статусу професії, суттєва фінансова винагорода за працю перетворили роботу бариста з тимчасового підробітку для студентів на перспективну фахову кар'єру. Відтак завданням закладів вищої освіти є забезпечення умов для розвитку у майбутніх працівників сервісної сфери відповідних фахові психологічних компетентностей.

Вагомість знання психології торгівлі й обслуговування, що включає і знання психології споживачів кави, зумовило введення у зміст підготовки фахівців спеціальностей “Менеджмент” і “Готельно-ресторанна справа” ХКТЕІ дисциплін “Психологія комунікацій”, “Психологія торгівлі”, “Психологія споживача”, доповнених сегментом неформальної освіти – авторською тренінговою програмою психологічної служби Інституту “Школа професійної майстерності”, що включає тренінгові заняття: “Комунікативна компетентність

фахівця сервісної сфери”, “Айсберги професійних конфліктів”, “Стресостійкість та профілактика емоційного вигорання фахівця сервісної сфери”, “Самопрезентація та імідж як складові успішності” тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт Institute for Scientific Information on Coffee: веб-сайт. URL: <https://www.coffeeandhealth.org/about-us/> (дата звернення: 09.08.2019).
2. Офіційний сайт Компанії Proconsulting: веб-сайт. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/about> (дата звернення: 09.08.2019).
3. Кава і здоров'я. ScienceDirect: веб-сайт. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213422014000456> (дата звернення: 11.08.2019).
4. Кофе: для большинства это безопасно. Harvard Women's Health Watch. - 12. - 2004. - С. 2 - 4.
5. What Does Your Coffee Reveal about You? Psych Central: веб-сайт. URL: <https://psychcentral.com/blog/what-does-your-coffee-reveal-about-you/> (дата звернення: 17.08.2019).
6. Кав'ярні та кондитерські Хмельницького. ТОП-20: веб-сайт. URL: <https://20.ua/ru/khm/zavedeniya-pitaniya/kofeyni.html> (дата звернення: 24.08.2019).
7. Показники якісної кави. Про каву: веб-сайт. URL: <http://prokavu.in.ua/pro-kavu/pokazniki-yakisno%D1%97-kavi.html> (дата звернення: 24.08.2019).
8. Офіційні правила та регламент Світового Чемпіонату Бариста. Coffee Fest Belarus: веб-сайт. URL: <http://coffeefest.by/images/rules/2017/2018%20WBC-Rules.pdf> (дата звернення: 24.08.2019).
9. Кофейные инновации: интервью с Владимиром Трегубом // FOOD UA. Продукты Украина. – 2017. – № 6(82). – С. 6-7.
10. Мокряков А. Лучшее начало дня / Мокряков А. // FOOD UA. Продукты Украина. – 2017. – № 6(82). – С. 8-12.
11. Пак Я. Промоакции в ресторане: виды, цели и анализ / Пак Я. // FOOD UA. Продукты Украина. – 2016. – № 6. – С. 36-40.
12. Чуковский А. Кофейный топ: как завлечь гостей вкусом кофе / Чуковский А. // Ресторатор. – 2017. – № 3. – С. 66-68.

REFERENCES

1. Ofitsijnyj sajт Institute for Scientific Information on Coffee: veb-sajt, available at: <https://www.coffeeandhealth.org/about-us/> (data zvernennia: 09.08.2019).
2. Ofitsijnyj sajт Kompanii Proconsulting: veb-sajt, available at: <https://pro-consulting.ua/ua/about> (data zvernennia: 09.08.2019).
3. Kava i zdorov'ia. ScienceDirect: veb-sajt, available at: <https://www.sciencedirect.com/>

science/article/pii/S2213422014000456 (data zvernennia: 11.08.2019).

4. Kofe: dlia bol'shynstva eto bezopasno, *Harvard Women's Health Watch* (2004), 12, s. 2 – 4.

5. What Does Your Coffee Reveal about You? Psych Central: veb-sajt, available at: <https://psychcentral.com/blog/what-does-your-coffee-reveal-about-you/> (data zvernennia: 17.08.2019).

6. Kav'iarni ta kondyters'ki Khmel'nyts'koho. TOP-20: veb-sajt, available at: <https://20.ua/ru/khm/zavedeniya-pitaniya/kofeyni.html> (data zvernennia: 24.08.2019).

7. Pokaznyky iakisnoi kavy. Pro kavu: veb-sajt, available at: <http://prokavu.in.ua/pro-kavu/pokazniki-yakisno%D1%97-kavi.html> (data zvernennia: 24.08.2019).

8. Ofitsijni pravyla ta rehlament Svitovoho Chempionatu Barysta. Coffee Fest Belarus: veb-sajt,

available at: <http://coffeefest.by/images/rules/2017/2018%20WBC-Rules.pdf> (data zvernennia: 24.08.2019).

9. Kofejnye ynnovatsyy: ynterv'iu s Vladymyrom Trehubom, *FOOD UA. Produkty Ukrainy* (2017), № 6(82), s. 6-7.

10. Mokriakov A. (2017), Luchshee nachalo dnia, *FOOD UA. Produkty Ukrainy*, № 6(82), s. 8-12.

11. Pak Ya. (2016), Promoaktsyy v restorane: vydy, tsely y analiz, *FOOD UA. Produkty Ukrainy*, № 6, s. 36-40.

12. Chukovskyj A. (2017), Kofejnyj top: kak zavlech' hostej vkusom kofe, *Restorator*, № 3, s. 66-68.

Стаття надійшла до редакції 9 жовтня 2019 р.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

УДК: 08.01.04.330.332(447.82)

*Шевчик Б. М.,
bmshevchuk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0004-325X,
ResearcherID H-1762-2019,
к.е.н., доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки Львівського торговельно-економічного
університету, м. Львів,*

*Свінцов О. М.,
irene_s11@hotmail.com,
д.е.н., проф., професор кафедри економіки та менеджменту, Дрогобицький державний педагогічний
університет ім. І. Франка, м. Дрогобич*

*Кушлік Н. А.,
irene_s11@hotmail.com,
магістрантка, Дрогобицький державний педагогічний університет ім. І. Франка, м. Дрогобич*

МЕТАФІЗИКА НООЕКОНОМІКИ

Анотація. Метою дослідження є виявлення й обґрунтування онтологічних факторів, що зумовлюють становлення нооекономіки як аксіологічно-патернального проекту ідеаційного типу культури. Досліджуються метафізичні основи становлення нооекономіки. Аналізується середовище формування нооекономіки – континуум чуттєвої культури. Розглядаються метафізичні принципи когнітивних систем в економіці. З'ясовується логіка ентропійного алгоритму у спадній траєкторії фаз циклу соціокультурної динаміки чуттєвого типу культурної ментальності, відображених в економічних мотиваціях. Обґрунтовується ідея становлення нооекономіки як парадигмально-патернального проекту ідеаційного типу культури, де наративи і сенси когнітивної діяльності обумовлені домінуванням інтенціональної системи економічного мислення. На основі аналізу соціоентропійного алгоритму, відображеного спадною траєкторією циклу чуттєвої культури, зроблено висновок про можливість нооекономіки як суспільно-економічної формації лише в умовах ідеаційного типу культури і культурної ментальності інтенціональних когнітивних систем. У цьому контексті перспективними виглядають такі напрями досліджень: теоретико-методологічний пошук джерела вартості когнітивно-інтелектуального продукту нооекономіки ідеаційної культури; виявлення у стратегії “переваг відсталості” інноваційних перспектив та синергетичних можливостей, на основі ресурсів ідеаційної культури, становлення вітчизняного варіанта нооекономіки.

Ключові слова: нооекономіка, екстенціональні когнітивні системи, інтенціональні когнітивні системи, соціокультурна динаміка, чуттєва культура, ідеаційна культура, поведінковий патерн.

*Shevchuk B. M.,
bmshevchuk@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-0004-325X,
ResearcherID: H-1762-2019,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Economics,
Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Svintsov O. M.,
irene_s11@hotmail.com,
Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics and Management, Drohobych
Ivan Franko State Pedagogical University, Drohobych*

*Kushlyk N. A.
irene_s11@hotmail.com,
Master's degree student, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Drohobych*

METAPHYSICS OF NOOECONOMICS

Abstract. *The purpose of the study is to identify and substantiate the ontological factors that determine the formation of nooeconomics as an axiological-paternal project of the ideational type of culture. The metaphysical foundations of the nooeconomics formation are investigated. The environment of the nooeconomics formation - a continuum of sensual culture, is analyzed. The metaphysical principles of cognitive systems in economics are considered. The logic of entropy algorithm in the descending trajectory of phases of the socio-cultural dynamics cycle of the sensual type of cultural mentality, reflected in economic motivations, is clarified. The idea of nooeconomics becoming is based on a paradigm-paternal project of an ideal type of culture is substantiated, where the narratives and meanings of cognitive activity are conditioned by the dominance of an economic thinking intensional system. On the basis of the socio-entropy algorithm analysis, reflected by the declining trajectory of the sensual culture cycle, it was concluded that existence of nooeconomics as a socio-economic formation is possible only in the conditions of ideational type of culture and cultural mentality of intensional cognitive systems. The following areas of research are promising in this context: theoretical and methodological search for the source of value of the cognitive-intelligible product of nooeconomics of ideational culture; identification of innovative perspectives and synergistic opportunities in the strategy of "advantages of backwardness" based on the resources of ideational culture, formation of the domestic variant of nooeconomics.*

Key words: nooeconomics, extensional cognitive systems, intensional cognitive systems, socio-cultural dynamics, sensual culture, ideational culture, behavioral pattern.

JEL Classification: A13, B49, O39, P16, P49, Z10

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-15>

Постановка проблеми. Нооекономіка – це реальність сьогодення, що визначає якість суспільного буття, значною мірою відмінного від звичного існування індустріальної доби капіталізму і соціалізму. Провідною формою капіталу постає не фінансовий і не промисловий, а особливий різновид символічно-антропогенного – “білий комірець”, що продукує когнітивний продукт, споживною вартістю якого є міра онтологічної новизни розширеної екзистуючої присутності буття людини у світі. Тобто основним товаром виступає благо не утилітарного, а духовного порядку. І тут відразу виникає ряд проблем:

- у межах якого соціокультурного континууму трактувати становлення нооекономіки – чуттєвого чи ідеаційного?

- що являтиме собою субстанція вартості когнітивного продукту інтелігібельного виробництва, емансипована від дискретності часу, а отже – потоку затрат енергії через фізичні зусилля робочої сили, які можна оцифрувати як складники вартості і виразити в грошах?

- як ідентифікувати ентропійні параметри спадної траєкторії циклу чуттєвої культури, у надрах якої формуються передумови становлення нооекономіки, передусім – принцип інституціональної комплементарності?

- який спосіб мислення лежатиме в основі мотивації споживчого вибору: екстенціональний чи інтенціональний?

- якщо інтенціональний, то які цінності пережиття і які сенси екзистенції спонукатимуть характер когнітивного виробництва та мінових угод?

- чим зумовлюватиметься ємкість ринку нооекономіки і як на неї впливатимуть біо-нано-технології, котрі невпинно еволюціонуватимуть у

режим виробництва потенційно нульових граничних витрат?

- врешті-решт, як саме екстенціональне мислення чуттєвого типу культурної ментальності формуватиме передумови альтернативної аксіології майбутньої інституціоналізації поведінкових патернів нооекономіки як проекту ідеаційної культури, тобто, що являтиме собою власне ентропійний алгоритм соціокультурної динаміки чуттєвої культури?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній науці тема становлення нооекономіки присутня доволі широко, нею активно займаються щонайменше від початку 90-х рр. ХХ ст., оскільки вона кореспондується із теоріями постіндустріального та інформаційного суспільства, еволюційної економічної теорії, теорії ноосфери, філософії господарства, ідеєю меритократії тощо. Зріс також інтерес до аналізу економічної культури перехідних та розвинутих економічних систем. Набуває популярності синергетико-холістичний метод дослідження економічних систем. Список вчених, що займаються вказаними проблемами, був би більший за розмір статті, тому назвемо лише декількох найбільш відомих вітчизняних: В. Геєць, А. Чухно, А. Гальчинський, Ю. Канигін, Г. Щокін, М. Згуровський, М. Голубець, Г. Башнянин, М. Кизим, І. Матюшенко, А. Філіпенко, Л. Мельник, Н. Гражевська та ін.

Однак серед існуючих досліджень майже не спостерігаються такі, які би трактували економічні системи як соціокультурні проекти, а системи економічного мислення – як аксіологічні парадигми соціокультурної динаміки. Це можна виправдати методологічною обачністю не переступити межі чистої економічної науки – економетрики і метрології. Проте проблеми становлення нооеко-

номіки носять комплексний міждисциплінарний та міжсистемний характер, а це спонукає виявляти контури зворотних зв'язків у суміжних з економікою сферах соціального буття, передусім: соціологією, психологією, культурологією, історією, а також філософією, зокрема – метафізикою.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявити й обґрунтувати онтологічні фактори, що зумовлюють становлення нооекономіки як аксіологічно-патернального проекту ідеаційного типу культури. Для реалізації мети передбачається вирішення таких завдань:

- проаналізувати когнітивні та праксеологічні передумови становлення нооекономіки;
- продемонструвати зв'язок екстенціональних когнітивних систем економічного мислення з чуттєвим типом культурної ментальності, а інтенціональних – з ідеаційним;
- з'ясувати ентропійну послідовність фаз циклу соціокультурної динаміки у спадній траєкторії чуттєвої культури на рівні систем економічного мислення та соціальних технологій в економіці;
- на основі аналізу логіки розгортання фаз хвиль циклу соціокультурної динаміки довести невідворотність становлення нооекономіки як парадигмально-патернального проекту не чуттєвої, а аксіологічно і праксеологічно альтернативної до неї ідеаційної культури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Предмет традиційної економічної науки полягає у дослідженні способів співжиття людей в умовах світу як дефіциту, де останній виражений двома дискретностями: безміром потреб та обмаллю можливостей, зумовлених обмеженістю доступу до наявних ресурсів. Цей дискрет вписується в утилітаристський наратив “страждання і задоволення”, котрі виступають двома полярностями у діапазоні людського буття як той універсальний бентамівський закон, владі якого підлягає кожне індивідуальне існування та усе людство загалом. У межах цього наративу економіка – це прикладне мистецтво уникати страждання та збільшувати задоволення через спеціалізацію та поділ праці та ринковий обмін результатами праці як уречевленими атрибутами приватної власності, через що суспільство і ринок стають синонімічними поняттями.

Обмеженість доступу до ресурсів, котре обмежує можливості задоволення потреб, перетворює страждання у перманентний стан буття. У східних філософських системах, зокрема у буддизмі, джерелом страждання є метафізичне невігластво людини, – авідь'я, – зумовлене дією закону невідворотності змін та мінливості станів буття у часі. Буття ж, за М. Гайдеггером [15], – це екзистуюча присутність турботи, що розгортається та реалізується в часі. Турбота, або прагнення, є наслідком незнання майбутнього, що стимулює страх події екзистуючої присутності, – з одного боку, та, згідно з думкою Г. Арендт [1, с. 30], невідворотністю смерті як граничного виміру

людської екзистенції, що породжує культуру як досвід можливості безсмертя, – з іншого.

Причинністю турботи є можливість чуттєвого пізнання світу, передусім – з допомогою зору. Людська властивість бачити – це здатність орієнтуватися у певних енергетичних потоках із певною довжиною хвиль, які людина сприймає як теплові промені світла, які, потрапляючи на речі, частково або повністю адсорбуються чи відбиваються. Адсорбоване світло у вигляді кольорової гами у рецепторах сітківки ока дає візію світу довкола людини, будучи при цьому лише результатом властивості людини сприймати певний діапазон електромагнітних коливань. Людина бачить завжди лише відображені проєкції, форми віддачі світла, які є формами нашого сприйняття, продуктами нашої уяви та іманентними образами онтологічно закорінених у нас світів. Органи чуттєвого сприйняття викривлюють наше розуміння, демонструючи адсорбовані форми світла без розуміння того, хто або що, існуючи у світловому промені, пронизує матерію як принцип її актуалізації – Логос Творіння. Отож, уся довколишня дійсність – продукт уяви, умовні проєкції Єдиного Сущого, що містяться у метафізичних глибинах людської душі як безмежний Всесвіт у часовому дискреті, як Вічний Космос у мікrokосмічному творінні, свідомість якого виступає органом об'явлення буття світу. Тому не існує світу поза людиною, яка імпліцитно носить у собі потенціал його становлення та реалізує помиттєво у когнітивно-чуттєвих актах пізнання.

Будучи носієм ідеальних потенцій, людина чуттєво трансформує у бажане, у прагнення сформувані порядок речей, відмінний від даного, а це – початок культури – континууму буття, конституйованого ідеалізованою уявою та опосередкованого цілеспрямованою волею. Це і є подія екзистуючої присутності турботи – власне буття. Ця “подія” слугує підставою тріалектичної сумарності усіх видів людської діяльності, які Г. Арендт визначає терміном “*vita activa*” – становище людини [1]. Практисеологія *vita activa* включає працю (labor), роботу (work) та дію (action). Г. Арендт під працею розуміє діяльність, що відповідає біологічним процесам людського тіла. Вона пов'язана із життєвою необхідністю продукувати і жити життя працею, де обставиною праці є саме життя. Робота – це діяльність, що відповідає біологічній понадприродності людського існування. Саме вона забезпечує “штучний” світ речей, усе те людське, що існує понад природне довкілля, і в межах якого оселяється кожне індивідуальне життя для забезпечення своєї тривалості понад біологічні межі. Робота реалізує негентропійну функцію буття через технологію – виробництво і передачу знань та практичне застосування компетенцій для трансформації довкілля у відповідність до мінливих та зростаючих людських потреб. Відтоді міра досягнутих компетенцій, що виявляється у можливості змінити світ через технологію, створивши штучне понад природне, набула здатності піддаватися кількісній оцінці та претендувати на грошову

винагороду як інтелектуальний капітал у структурі ринкової пропозиції.

Нарешті, дія, за Г. Арндт, – це єдина активність, що відбувається безпосередньо поміж людьми без залучення речей (наприклад, грошей). “Дія, – пише Г. Арндт, – це єдина прерогатива людини;... дія повністю залежить від постійної присутності іншого... дію неможливо уявити поза спілкою людей” [1, с. 33].

Дія і “техно” формують праксеологічний полюс буття, конституційований політично та економічно. Проте дія і “техно” не релевантні, про що наголошував ще Аристотель [2]. Дія, на думку античного філософа, – це така діяльність, котра містить у собі власну мету. Вона є основною властивістю суб’єкта, зокрема – його чеснотою. Дія є рух життя, постійне теперішнє. Формою дії є багатство, породжене діяльністю господаря, який розпоряджається своєю приватною власністю – сукупністю засобів підтримки життя. Ці засоби забезпечують можливість “створення” – діяльність перетворення, що не має мети у собі, реалізуючись у зовнішньому щодо себе результаті, який не вказаний у діяльності, а лише у дії, якій підпорядковане створення і яка містить результат. Тобто дія в Аристотеля – це етичний вимір буття, а створення – це “техно”. Оскільки дія – це властивість істоти, то діяльність збагачення через працю еквівалентна народженню, а отже є природною і бажаною – це і є “ойкос”. Коли ж продукт, а не істота (наприклад, гроші як авансований капітал) примножує продукт (лихварський процент), то це неприродно, що пояснює негативне ставлення Аристотеля до хрематистики. Остання – це “техно”, мистецтво здобування, котре має бути підпорядковане цілям “ойкоса” – упорядковуючою дією людського «космосу».

Метою будь-якого “техно”, зокрема технологічних інновацій, є покращення умов існування людини у світі. Технологія – це проект інструментальної дії, що зменшує невизначеність причинних зв’язків на шляху досягнення бажаних результатів [11, с. 32], а інновація – це ідея або практика, котрі індивід як суб’єкт впровадження сприймає як нові, причому новизну оцінює суб’єктивно [11, с. 31]. Коли технологія розширює можливості вибору, зростає ймовірність конфліктних ситуацій, що вимагає регулювання конкуренції з метою запобігання виродження локальних конфліктів у “війну всіх проти всіх”. “Техно” розширює межі максимізації корисності через ринковий обмін, який має бути підпорядкований засадам права. Тому розвиток ринкових відносин супроводжується поширенням і впливом політико-інституціональної структури суспільства. Однак, якщо демократичне громадянське суспільство, як носій ментальності нарративу “техно”, – ключового критерію розвитку, – оперує законом для гарантій публічної свободи кожного, та ринком для організації самозабезпечення у зростаючому добробуті, то для нього проблематичним залишається функціонування такого типу соціальних зв’язків,

які відтворюють спільноту – континуум символічної дійсності, де простір ідентичності формує примордіальний “ефект ендаумента” [13, с. 22] – первинний *sacrum*, що не підлягає обміну, будучи від початку дарованим, наповнюючи онтологічними сенсами основні патерни відтворення соціуму у матриці культури, і навколо якого організуються усі можливі обміни, включаючи символічний і ринковий.

Спільноту творить принцип аристотелівської дії. Дія, за Г. Арндт, відповідає множинності людських обставин, тому фактові, що люди, а не Людина, проживають на Землі і заселяють світ [1, с. 21]. Отже, на основі дії відбувається “вписування” людини у світ, і дія, таким чином, виступає ідентифікуючою ознакою культури, силою відношення людини до світу і до себе. Способів відношення людини до світу, оформлених у когнітивні системи, є два: екстенціональний та інтенціональний. Екстенціональні (об’ємні) характеристики значень як сукупностей позначених об’єктів опираються на логіку і математику. Екстенціональна істина – це множина усіх істинних тверджень; відповідність думки дійсності; тому, що існує реально як математичний об’єкт; як те, що є, а не те, що повинно бути. Існує так звана “аксіома екстенціональності”, яка гласить: дві множинності будуть вважатися однією множинністю, якщо складаються з однакових елементів. Тобто елементи можуть творити цілісність за умови формальної уніфікації властивостей [10, с. 444]. З екстенціональної точки зору сенс дії являє собою сукупність подій, що відбулися або можуть стати наслідками, а два вчинки мають спільне значення, якщо їх наслідки співпадають. Наука – це сукупність формальних операцій над об’єктами, де інформаційна цінність тексту (когнітивно реалізованої структури) залежить від того, наскільки долається висхідна невизначеність. Проте, коли одні і ті ж елементи “стиснуті” у множинності на основі різних властивостей, то отримується розмаїття множинностей. Опіраючись на логіко-математичний інструментарій, екстенціональні нарації когнітивістики слугують лише для передбачення результатів спостережень чи експериментів, проте нічого не кажуть про світ – осенсовлену доцільність буття, екзистуючу присутність людського «я». У цьому полягає фундаментальне обмеження екстенціональних когнітивних систем, до яких належить сучасний мейнстрім – догматизована суміш теоретичних положень неолібералізму, неокласицизму, неокейнсіанства, маржиналізму та неоінституціоналізму.

Поруч з екстенціональною існує інтенціональна (змістовна) система мислення, що опирається на ідею смислу як суб’єктивної даності, як технології оперування ментальними процесами екзистенції, як репрезентація світу в людському дусі та інтелекті [10, с. 347]. Поширення інтенціонального підходу зумовлено кризою сучасної науки. М. Попович наголошує: “Теоретичне природознавство вирвалося на простір таких високих абстракцій, що їм неможливо знайти відповідники у чуттєвому

досвіді, як неможливо уявити безконечність чи ультрафіолетовий колір” [10, с. 348]. Існувати означає проектувати себе на плин буття, надаючи сенс власній сутності. Через те інтенціоналізм охоплює погляд на людину не ззовні, – через речі, що її оточують, – а зсередини, з її духовного ества, де функцію сублімації духа у свідомості виконує слово. Екстенціоналізм демонструє образ світу як наратив культури через сукупність речей, з допомогою яких людина експлуатує природу, плекаючи егоїзм та ілюзію влади над світом. Натомість інтенціоналізм шахує образ світу як безконечність сенсів помиттєвого існування, де світ постає для інтелекту як міра пізної істини, а воля – як міра втіленого добра.

Інтенціональне мислення ґрунтується на філософії екзистенціалізму. Екзистенція, за визначенням А. Ленгле, – це не просто існування, а внутрішня згода життя, свідомості і дії. Людське життя – не просто даність, а заданість, “стосунок із сущим буттям у світі” [7, с. 153], тобто життя, наповнене сенсом та пов’язане із віднаходженням і пережиттям цінності – її втіленні у власному бутті. Цінність не є когнітивною, а етико-естетичною категорією буття, вона осмислюється тією мірою, якою переживається, ґрунтуючись на емоції дотику душі до духовних змістів того, що дане у пережитті. Цінність, на думку А. Ленгле, – це зовнішнє одобрення внутрішньої позиції до життя, що дає розуміння сенсу [7, с. 156]. Переживання цінності впливає із факту співвіднесеності буття-іншого із буттям власним. Цінність – це якість, що фокусує життєву силу так званого “екзистенціального виклику” [7, с. 184] – праксеологічної активності реалізації наповнених сенсом завдань існування “тут і тепер”. Пошук сенсу буття – це когнітивний акт, що породжує волютивне відношення людини до світу. Якщо екстенціональне мислення продукує волю до життя як волю до влади, то інтенціональне – плекає волю до сенсу власного буття, до сублімованої “картографії душевного ландшафту” [7, с. 85], фундаментальної мотивації “бути-у-світі” завдяки осмисленню цінності миті через внутрішній моральний імператив. А. Ленгле наголошує, що та можливість, яка, будучи імпліцитно конституційована цінністю, розгортає у собі повноту актуального буття, і є сенсом поточного моменту людського існування [8, с. 49]. “Пошук смислу, – пише А. Ленгле, – завжди відповідь на вимогу часу заради відрізка майбутнього. Так, що смисл включає в себе “програму дій”, котра найліпше враховує обставини часу” [8, с. 66]. Смисл – це життєвий курс, вибраний на визначений проміжок часу [8, с. 71], орієнтир актуального вибору повноцінного буття у світі. Тому смисл невіддільний від свободи – рушійної сили морального вчинку, де людина своє розуміння ідеального реалізує як причинність своїх дій.

К. Ясперс [17] наголошував, що людина здатна найбільш повно ціннісно переживати та осенсовлено осмислювати своє власне буття та буття світу довкола себе тоді, коли вона опиняється

у так званих “пограничних ситуаціях” перед лицем абсурду, зокрема перед невідворотністю страждання чи мук совісті через провину. Тоді перед людиною відкривається бердяєвська “оголена безодня буття” [5, с. 550] як власне сенс епох, що стимулює у людині “онтологічну волю” [5, с. 570] та свідомість трансцендентності. Інтенціонально налаштований інтелект, на думку М. Поповича, формує “осмислену констатацію трансцендентного” як основу інтеграції соціуму – і в цьому виявляється сенс історії та підстава її рекурентних циклів: солідарність і соборність духовного буття народів перед лицем абсурдних ситуацій [10, с. 355]. “Емпірична інтерпретація завжди часткова, – зауважує М. Попович, – тому що не всі знаки і комбінації знаків, представлені в теорії, мають відповідники у досвіді” [10, с. 375]. Саме тому екстенціональна когнітивістика не може пояснити джерел активізації пасіонарності в умовах тойнівських “викливів-відповідей” у рекурентній історії цивілізацій, фазових переходів у теорії етногенезу Л. Гумільова, алгоритму циклів зміни типів культурної ментальності соціокультурної динаміки П. Сорокіна, підстав інсайдерства “нових комбінацій” Й. Шумпетера тощо.

У нашому дослідженні ми трактуємо кожну економічну систему як культурне явище, де культура, за А. Ленгле, – це простір відносин на основі маніфестації цінного у бутті, і те цінне, за М. Бердяєвим [5, с. 569], є символ – знак духовного світу, що якісно преображує життя. Надалі культурний підхід в аналізі принципів становлення нооекономіки у нас буде основним. Можемо вже констатувати, що тріалектика діяльності *vita activa* Г. Арендт (праця, робота, дія) у контексті екзистенціального підходу інтенціональної системи мислення ґрунтується на тріалектичній структурі *vita activa*: чуттєва цінність, когнітивний сенс, праксеологічний акт.

Цінність-сенс-дія акумулюються у досвіді преображення світу і утвердження себе у світі у статусі поведінкових патернів культури. Людина діє, опираючись на пізнані сенси та переживання цінностей, де сенс – це іманентний імператив актуального вчинку у дану мить часу, легітимізований совістю. Культура опосередковано сприяє віднайденню сенсів. Екстенціональні та інтенціональні системи мислення як способи віднайдення сенсів буття опираються на континууми цінностей двох типів культури: перші – чуттєвої, другі – ідеаційної. П. Сорокін наголошує, що чуттєва культурна ментальність вважає реальністю те, що пізнається чуттєвими рецепторами тіла у зовнішньому середовищі [12]. Е. Баттерворс називає це “життям, прожитим ззовні в середину” [3, с. 25]. Розуміння потреб має фізичний вимір і діяльність суб’єкта чуттєвої культурної ментальності спрямована на видозміну природного довкілля для максимізації матеріального комфорту. Ця ментальність, за визначенням П. Сорокіна, “розчиняє внутрішнє життя і внутрішній світ у зовнішньому” [12, с. 71]. Невпинне зростання потреб вимагає посилення контролю людини над

природою та іншими людьми, а уникнення невідворотності конфліктів, пов'язаних із конкуренцією за доступ до обмежених ресурсів, долається так званою “інституціоналізацією договірної правди” – наділеного юридичною силою контракту, що сприяє реалізації мінових угод процесу багатства. Тому в умовах домінування чуттєвого типу наративів і патернів відтворення провідним класом суспільства є ті, хто займається виключно економічною діяльністю: негоціанти,

промисловці, фінансисти, банкіри, IT-підприємці, інсайтери “нових комбінацій” тощо. Імперативу “грошової вигоди” та грошовому виміру підлягають не лише усі результати праці, включаючи мистецькі та наукові цінності, а також, як наголошує П. Сорокін, художні та морально-етичні цінності [12, с. 76]. Домінує, за О. Шпеглером [16], “грошовий спосіб мислення” – здатність усе побачене, почуте і пізнане виразити у грошовому еквіваленті.

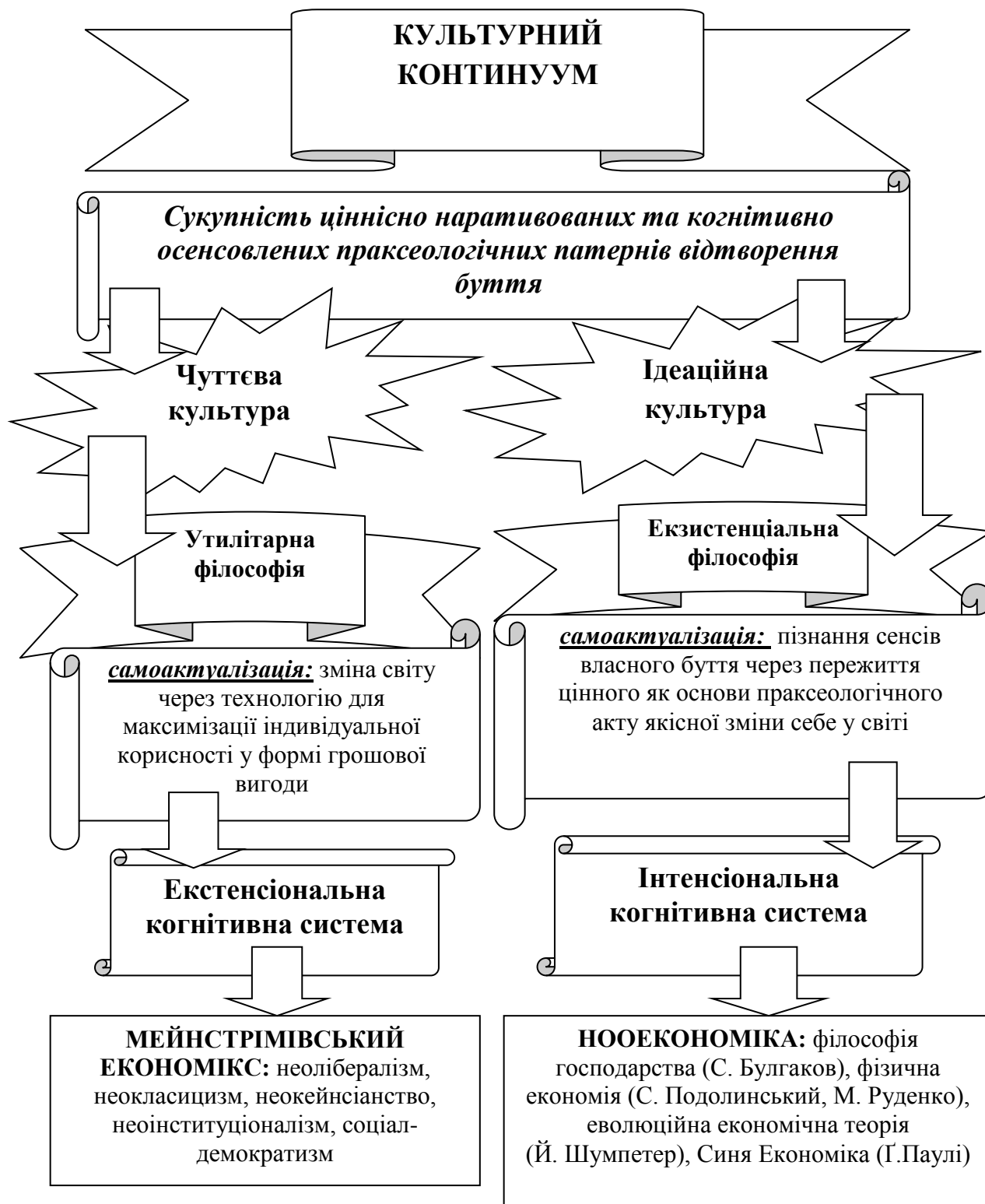


Рис. 1. Біполярна структура соціокультурної динаміки когнітивних економічних систем

Оскільки ринок є соціальною формою відображення дефіциту, то, відповідно, як наголошував А. Шопенгавер, кожне бажання, що задовольняється в ринковий спосіб, виникає з потреби, тобто – з нужди, тобто – із страждання [9, с. 516]. Сутність людини чуттєвої культури, констатував А. Шопенгавер, полягає в тому, що її воля постійно прагне, вдовольняється і знову прагне безперервно, і будь-яка затримка задоволення породжує страждання, а затримка нового бажання – безплідну нудьгу [9, с. 527]. Тому наративи чуттєвої культури налаштовані на індустрію стимуляції бажань у режимі “архітектури вибору” через явище “пропозиції вражень”. Сучасний ринок просуває як товар “інноваційну комерційну пропозицію переживань”, яка складає “третинний економічний сектор”, у якому інформація виступає основним четвертим економічним ресурсом – стверджує Х.-Д. Кюблер [6]. Оскільки різноманітність пропонованого стає принципом, то споживач швидко байдуже до “безперервного потоку мутацій на рівні пропозиції” [6, с. 52]. Докорінно змінюється, за словами Е. Тоффлера, “економічний ландшафт часу” [13]. З. Бауман чуттєву культуру взагалі називає культурою часу, а не простору, точніше – “культурою абсолютного сьогодення” [4, с. 74], де умовою комерційного прибутку є ментальна властивість споживача “забувати, а не запам’ятовувати” [4, с. 67]. “Пропозиція враження” у режимі “архітектури вибору” нівелює ментальний принцип граничної корисності, який передбачає наявність часового лагу для осмислення міри придатності споживчого блага, його суб’єктивної оцінки для уможливлення свідомого мінового вибору. Ця nudging-технологія характеризується “стисненням часу” [4, с. 67], коли у процесі “споживання” чуттєвого враження, оплаченої емоційної експресії, задоволення від споживання зводиться до мінімуму, оскільки “індустрія вражень” від бажання віднімає очікування і тим самим можливості споживання починають перевищувати межі природних чи набутих потреб. Таке суспільство масового споживання З. Бауман діагностує як “соціальний аналог психічного розладу, двома протилежними симптомами якого є знесилення і нездатність заснути” [4, с. 68].

Цей фазовий перехід соціокультурної динаміки чуттєвої культури П. Сорокін визначав як зміну активно-чуттєвого типу культурної ментальності, притаманної пасіонарній підприємницькій активності індустріальної доби розвитку капіталізму, пасивно-чуттєвим типом – гедоністичним споживацтвом естетично вульгаризуючого утилітарно спрямованого продукту чуттєвої насолоди. Якщо споживач втомлюється від безперервної інновації як основного товару індустрії вражень, то виходом стає повторення, переінтерпретація бувалого як комерційна стратегія. Цю тенденцію уgliedів ще Ф. Ніцше, який констатував, що у світі незмінних ідіотичних повторень видовище розгортання ментальних актів буття як комерційної вартості неодмінно провокуватиме тугу, де найпоширенішим виходом із ситуації стає симулятивне

наслідування, що знову і знову закручує безнадійний ряд повторень [9, с. 511]. Тобто основним поведінковим патерном пасивно-чуттєвої культурної ментальності, що визначає характер ринкових відносин виробництва і споживання, виступає симулякр – уніщовлений патерн знесутищеного буття, що підлягає утилітарному мімесису. А це – діагноз обскураційної фази соціоентропії циклу динаміки чуттєвої культури.

Наступна фаза циклу соціокультурної динаміки, опісля обскураційної, – регенераційна, – характеризується зміною домінуючого типу культури, у даному випадку – чуттєвого на ідеаційний. А тому нооекономіка можлива лише як парадигмально-патернальний проект ідеаційної культури.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Нами було проаналізовано метафізичні принципи становлення нооекономіки у когнітивному просторі чуттєвої культурної ментальності як альтернативного аксіологічного, парадигмального та патернального проекту ідеаційної культури. На основі аналізу соціоентропійного алгоритму, відображеного спадною траєкторією циклу чуттєвої культури, зроблено висновок про можливість нооекономіки як суспільно-економічної формації лише в умовах ідеаційного типу культури і культурної ментальності інтенціональних когнітивних систем.

У цьому контексті перспективними виглядають такі напрями досліджень:

- теоретико-методологічний пошук джерела вартості когнітивно-інтелегібельного продукту нооекономіки ідеаційної культури;
- виявлення у стратегії “переваг відсталості” інноваційних перспектив та синергетичних можливостей, на основі ресурсів ідеаційної культури, становлення вітчизняного варіанта нооекономіки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арндт Г. Становище людини / Г. Арндт. – Львів : Літопис, 1999. – 250 с.
2. Арістотель. Нікомахова етика / Арістотель. – К. : Аквілон-Плюс, 2002. – 480 с.
3. Баттерворс Е. Духовна економіка. Принципи і процес справжнього добробуту / Е. Баттерворс. – Львів : ГО ЦДЗ “АРАТА”, 2013. – 96 с.
4. Бауман З. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / З. Бауман [пер. з англ. І. Андрущенко; за наук. ред. М. Винницького]. – К. : Вид. дім “Кієво-Могилянська академія”, 2008. – 109 с.
5. Бердяев Н. А. Смысл творчества: Опыт оправдания человека / Н. А. Бердяев. – М. : ООО “Издательство АСТ”; Харьков: “Фолио”, 2004. – 678 с.
6. Кюблер Х.-Д. Міфи про суспільство знань / Х.-Д. Кюблер. – К. : Видавничий дім Дмитра Бурого, 2010. – 264 с.
7. Лэнгле А. Что движет человеком? Экзистенциально-аналитическая теория эмоций / А. Лэнгле. – М. : Генезис, 2009. – 235 с.

8. Лэнгле А. Жизнь, наполненная смыслом. Логотерапия как средство оказания помощи в жизни / А. Лэнгле. – М. : Генезис, 2016. – 144 с.

9. Мислителі німецького романтизму / [упорядники Л. Рудницький, О. Фешовець]. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2003. – 588 с.

10. Попович М. В. Філософія свободи / М. В. Попович. – Х. : Фоліо, 2018. – 524 с.

11. Роджерс Е. Дифузія інновацій / Е. Роджерс. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 591 с.

12. Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика / П. А. Сорокин. – М. : Астрель, 2006. – 1176 с.

13. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать / Р. Талер. – Добрая книга, Минск, 2016. – 352 с.

14. Тоффлер Э. Революционное богатство / Э. Тоффлер, Х. Тоффлер. – М. : АСТ: АСТ МОСКВА: ПРОФИЗДАТ, 2008. – 569 с.

15. Хайдеггер М. Бытие и время / М. Хайдеггер. – М. : Академический проект, 2015 с.

16. Шпенглер О. Закат Европы: Очерки морфологии мировой истории. Т. 2. Всемирно-исторические перспективы / О. Шпенглер. – Мн. : ООО «Попурри», 1999. – 720 с.

17. Ясперс К. Психология світоглядів / К. : Ясперс. – К. : Юніверс, 2009. – 464 с.

REFERENCES

1. Arendt, H. (1999), Stanovyshche ludyny, Litopys, Lviv.

2. Aristotel (2002), Nikomahova etyka, Akvilon-plus, Kyiv.

3. Battervors, E. (2013), Duhovna ekonomika. Pryntsyry i protses spravzhniovo dobrobutu, ARATA, Lviv.

4. Bauman, Z (2008), Hlobalizatsija: naslidky dlia ludyny I suspilstva, “Wydavnychij dim “Kyivo-Mohylyans’ka akademiya”, Kyiv.

5. Berdjaev, N. (2004), Smysl tvorchestva, Folio, Moscow.

6. Kubler, H.-D. (2010), Mify pro suspil’stvo znan’, “Vydavnychij dim Dmytra Buraho”, Kyiv.

7. Lengle, A. (2009), Chto dvyzhet chelovekom? Ekzistencial’no-analiticheskaja teorija emotsij, Genezys, Moskow.

8. Lengle, A. (2016), Zhyzn’, napolnennaja smyslom. Logoterapija kak sredstvo okazaniya pomoshchi v zhyzni, Genezys, Moskow.

9. Myslyteli nimetskoho romantyzmu (2003), [uporjadnyk L. Rudnytskiy ta O. Feshovets], Lileja-NV, Ivano-Frankivsk.

10. Popovych, M. (2018), Filosofija svobody, Folio, Kharkiv.

11. Rogers, E. (2009), Dyfuzija innovatsij, “Wydavnychij dim “Kyivo-Mohylyans’ka akademiya”, Kyiv.

12. Sorokin, P. (2006), Social’naya i kul’turnaya dynamika, “Izdatel’stvo Astrel”, Moscow.

13. Taler, R. (2016), Novaja povedencheskaja ekonomika. Pochemu liudiy narushajut pravila traditsionnoj ekonomiki I kak na etom zarabotat’, “Dobraja kniga”, Minsk.

14. Toffler, E. (2007), Revoliutsionnoje bogatstvo, “AST: AST MOSKOW: PROFIZDAT”, Moskow.

15. Haidegger, M. (2015), Bytije I vremena, Akademicheskij proekt, Moskow.

16. Shpengler, O. (1998), Zakat Evropy: Ocherki morfologiy mirovoj istoriyi. T. 2. Vsemirno-istoricheskie perspektivy, Poppuri, Minsk.

17. Jaspers, K. (2009), Psihologija svitohljadiv, Iunivers, Kyiv.

Стаття надійшла до редакції 28 листопада 2019 р.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА ДІЯЛЬНІСТЮ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

УДК 336.717

Черкасова С. В.,

svetlacher@i.ua, 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,

Басюк О. О.,

магістрант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА В УКРАЇНІ

***Анотація.** В статті досліджено теоретичні аспекти розвитку фінансового посередництва в Україні. Визначено значення та функції фінансових посередників в фінансовій системі та забезпеченні фінансування економічного зростання. Зроблений висновок, що розвиток вітчизняного фінансового посередництва відбувається з врахуванням особливостей континентального типу фінансової системи, сформованої в країні. Встановлено, що внаслідок повільної трансформації економіки, низького життєвого рівня населення та незначних грошових заощаджень громадян діяльність вітчизняних фінансових посередників залишається недостатньо ефективною. Досліджено, що для банківських і небанківських фінансових установ останніми роками спостерігалися подібні тенденції щодо нарощування обсягів загальних активів. Однак, банківські установи суттєво випереджають небанківські фінансові інститути і за обсягом нагромаджених активів, і за складом посередницьких операцій. Незважаючи на динамічне нарощування активів, роль вітчизняної системи фінансового посередництва в постачанні внутрішніх інвестиційних ресурсів для розвитку національної економіки залишається недостатньою. Зазначена необхідність удосконалення діяльності фінансових посередників в країні. Запропоновані заходи, що дозволять підвищити ефективність функціонування системи фінансового посередництва в Україні, зокрема удосконалення законодавчо-нормативної бази в цілях наближення практики діяльності фінансових посередників до світових стандартів, формування конкурентного ринкового середовища в країні, підвищення довіри суспільства до діяльності інститутів фінансового сектора через просвітницькі заходи, удосконалення державного регулювання фінансової посередницької діяльності. Перспективи подальших досліджень пов'язані з визначенням особливостей діяльності окремих видів фінансових посередників в Україні.*

Ключові слова: фінансове посередництво, фінансовий інститут, банківські установи, небанківські фінансові установи, інвестиційні ресурси.

Cherkasova S. V.,

svetlacher@i.ua, 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

Basiuk O. O.,

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

DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL INTERMEDIATION SYSTEM IN UKRAINE

Abstract. *The theoretical aspects of the financial intermediation development in Ukraine are investigated in the article. The values and functions of financial intermediaries in the financial system and ensuring the economic growth financing are determined. It is concluded that the development of domestic financial intermediation is taking into account the peculiarities of the continental type of financial system formed in our country. It is determined that due to the slow transformation of the economy, low living standards and insignificant monetary savings of the population, the activity of domestic financial intermediaries remains insufficiently effective. It has been researched that similar*

tendencies have been observed for banking and non-banking financial institutions in recent years regarding the increase of total assets. However, banking institutions are significantly ahead of non-banking financial institutions both in terms of accumulated assets and in the composition of intermediary operations. Despite the dynamic growth of assets, the role of the domestic financial intermediation system in the supply of domestic investment resources for the development of the national economy remains insufficient. The necessity of improvement of activity of financial intermediaries in the country is emphasized. Measures have been proposed to improve the efficiency of the financial intermediation system in Ukraine, in particular, to improve the legislative and regulatory framework in order to bring the practice of financial intermediaries closer to world standards, to create a competitive market environment in the country, to increase public confidence in the activities of financial sector institutions through educational programs as well as to improve the state regulation of financial intermediation activity. The prospects for further research are related to the identification of the peculiarities of the activities of certain types of financial intermediaries in Ukraine.

Key words: financial intermediation, financial institution, banking institutions, non-banking financial institutions, investment resources.

JEL Classification: G24, H39

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-16>

Постановка проблеми. Важливе місце в акумуляції інвестиційних ресурсів належить фінансовим посередникам. Економічне призначення фінансових посередників полягає в забезпеченні базовим суб'єктам національної економіки максимально сприятливих умов для їх успішного функціонування. Внаслідок повільної трансформації економіки, низького життєвого рівня населення та незначних грошових заощаджень громадян діяльність вітчизняних фінансових посередників залишається недостатньо ефективною. Водночас наявність на фінансовому ринку великої кількості фінансових інститутів з широким спектром послуг сприяє посиленню конкуренції між ними, а також удосконаленню фінансових операцій, які вони проводять. Проблема розвитку інституту фінансового посередництва в Україні на сьогоднішній день залишається актуальною, адже в умовах системної кризи в банківській системі і банкрутства великої кількості банків довіра населення до цих фінансових інститутів залишається дуже низькою. Водночас потребують розвитку інші форми фінансового посередництва, розвинені в ринкових економіках. Зважаючи на це, обрана тема наукового дослідження є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами розвитку фінансового посередництва у вітчизняній і світовій практиці займається велика кількість науковців. Серед іноземних вчених проблему впливу фінансових посередників на кризові процеси в економіці вивчав М. Вудфорд (*Woodford, 2010*) [16]. Питаннями еволюції банків в фінансових системах займалися Н. Цетореллі, Б. Мандел, Л. Моліне (*Cetorelli, Mandel, Mollineaux, 2012*) та ін. [15]. Здійснений вагомий вклад у досліджувану проблематику і вітчизняними науковцями. Так, Д. С. Гайдукович розглянуті основні положення фінансового посередництва в контексті їх впливу на розвиток фінансової системи [12]. С. М. Ксьондз окреслені особливості реалізації фінансового посередництва на ринку фінансових послуг України [13]. І. О. Школьник досліджені роль та значення фінансових посередників у

забезпеченні формування та розвитку ефективного фінансового ринку [6]. Активно досліджують проблематику фінансового посередництва й такі вітчизняні вчені, як С. О. Ніколаєва, І. С. Каракулова [3]. Проте система фінансового посередництва знаходиться у динамічному розвитку, що вимагає її подальшого дослідження з врахуванням сучасних реалій та завдань, які повинні виконувати фінансові інститути.

Постановка завдання. Визначення сутності фінансового посередництва, особливостей його функціонування та тенденцій розвитку в Україні, а також окреслення напрямів, що дозволять підвищити ефективність його функціонування в національному господарстві.

Вклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах фінансові посередники займають одне з центральних місць на фінансовому ринку. Досвід розвинених країн показує, що ефективна діяльність фінансових посередників та постійне розширення та вдосконалення ними фінансових операцій сприяє підвищенню продуктивності економіки. Такий ефект досягається за рахунок безперервного інвестування економіки, в процесі якого відбувається переміщення вільних ресурсів від суб'єктів ринку, які мають їх надлишок і не можуть ефективно їх використати, до тих, хто має потребу в них.

Процеси економічного зростання в Україні об'єктивно супроводжуються появою і подальшим розвитком фінансового ринку і ринку інвестицій. Ефективне функціонування цих ринків можливе лише за умови функціонування їх належної інфраструктури. Основне місце в інфраструктурі даних ринків займають фінансові посередники. Останнім часом у вітчизняній практиці все більше інвестицій здійснюється через механізм фінансового посередництва та за участю інститутів, які випускають свої фінансові зобов'язання для подальшої купівлі активів інших підприємств. В цьому контексті фінансові посередники виконують своє призначення щодо переміщення інвестиційних ресурсів у формі фінансових активів від тих

суб'єктів ринку, які мають тимчасово вільні ресурси і бажають їх ефективно інвестувати, до тих, хто має потребу в додаткових ресурсах. Виходячи з цього, можна стверджувати, що основна роль фінансових посередників у розвитку економіки будь-якої країни полягає в забезпеченні ефективного функціонування механізму залучення та переміщення інвестицій. Рівень інвестицій у суспільстві значною мірою впливає на обсяги його національного доходу.

Серед науковців та практиків поки що не склався єдиний підхід до визначення сутності фінансового посередництва. В сучасному тлумачному словнику української мови зазначено, що посередник – це особа чи установа, організація і т. ін., що сприяє встановленню та здійсненню ділових контактів, торговельних або дипломатичних зносин між ким-небудь або чим-небудь [9]. У ст. 333 Господарського кодексу України визначено, що фінансове посередництво – це діяльність, пов'язана з отриманням та перерозподілом фінансових коштів (крім випадків, передбачених законодавством) [10, ст. 333]. У Наказі Державної служби статистики № 96 від 18 травня 2005 р. “Про затвердження Класифікації інституційних секторів економіки України” зазначається, що фінансове посередництво є одним із різновидів фінансової послуги [11].

На наш погляд, сутність фінансового посередництва більшою мірою відповідає значенню слова “посередництво”, поданому в тлумачному словнику української мови та нормативно-правових документах. Тобто фінансове посередництво зводиться до проведення фінансових операцій та надання фінансових послуг, зокрема консультування, експертно-інформаційного обслуговування, роботи з підготовки, укладення та супроводження договорів про надання фінансових послуг тощо. Зазначені види операцій проводяться на ринках фінансових послуг, до яких належать ринки банківських, страхових, інвестиційних послуг та ін. Проте діяльність з експертно-інформаційного обслуговування послуг і роботу з підготовки договорів щодо надання фінансових послуг недоцільно відносити до поняття фінансового посередництва.

Іноземні науковці в складі досліджуваної категорії окремо виділяють фінансового посередника, кредитного посередника (різновид фінансового посередника), фінансового консультанта (який допомагає вибрати фінансову послугу) [7, с. 128]. Для усунення розбіжностей в трактуванні фінансового посередництва доцільно здійснити класифікацію фінансових інститутів відповідно до ознак їхнього функціонування та діяльності (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація фінансових посередників за обраними ознаками (самостійна розробка)

Головна функція фінансових посередників полягає у допомозі переміщення коштів економічних суб'єктів, які здійснюють заощадження, до потенційних інвесторів. На цій функції фінансового посередництва та її вагомості для економічного розвитку країни окремо наголошує В. Корнєєв [2]. В. П. Ходаківська і О. Д. Данілов вважають, що фінансові посередники практично створюють нові фінансові активи. В процесі фінансової діяльності посередники мають змогу отримувати прибуток за рахунок економії витрат, зумовленої зростанням масштабу операцій, а також здійснюючи аналіз кредитоспроможності потенційних позичальників, рівномірно розподіляючи ризики [5]. На накопичувальній функції фінансових посередників наголошує С. В. Герасимова, зазначаючи, що ці установи акумулюють кошти фізичних та юридичних осіб, зокрема й шляхом випуску цінних паперів, а потім на комерційних засадах надають ці кошти позичальникам [1].

За допомогою фінансових посередників інвестори можуть вкладати свої кошти у фінансові активи або вилучати їх з процесу інвестування. Фінансові посередники за винагороду допомагають учасникам ринку залучати кошти, які їм необхідні для економічної діяльності. При цьому, чим вищою є оплата послуг фінансових посередників, тим нижчою є конкурентна позиція позичальника на фінансовому ринку. Залучаючи кошти за великих обсягів фінансових операцій, фінансові посередники зменшують витрати й ризики на кредитному та фондовому ринках. У разі потреби фінансові посередники можуть викупити фінансові активи або продати їх інвесторам. Фінансові посередники можуть забезпечувати фінансовим активам додаткову ліквідність і стабілізувати діяльність певного сегмента ринку під час викупу і продажу фінансових активів, протидіючи значним коливанням цін. У країнах з розвиненою економікою фінансові посередники активно сприяють накопиченню заощаджень у суспільстві.

Розвиток фінансових посередників у різних країнах світу залежить від особливостей економічної системи та історично сформованих тенденцій. В світовій практиці сформувалися два типи фінансових систем залежно від вагомості фінансових посередників у їх функціонуванні [8, с. 15]:

- континентальна – базою якої є банки, які за допомогою кредитів здійснюють перерозподіл коштів в економіці;

- англо-американська – в якій основними посередниками є біржі та інвестиційні банки, що торгують цінними паперами.

Віднесення фінансової системи країни до континентального або англо-американського типу залежить від участі фінансових інститутів у розподілі та перерозподілі ВВП та розвитку банківської системи країни у цілому.

Враховуючи, що в Україні банківська система домінує за обсягом нагромаджених активів, можна стверджувати, що система фінансового посередництва формується за континентальним типом.

Фінансове посередництво є тим видом діяльності, від ефективності протікання якого залежить оптимальність перерозподілу фінансових ресурсів між економічними агентами та рівень витрат на цей перерозподіл. Ефективність діяльності фінансових посередників у сфері регулювання фінансових потоків виявляється за такими напрямками:

1. Здатність акумулювати необхідний обсяг фінансових ресурсів в процесі надання широкого спектра фінансових послуг.

2. Зниження трансакційних витрат в процесі залучення ресурсів і покращення якості фінансових послуг.

3. Здатність суспільства ефективно використовувати нагромаджені фінансові ресурси з точки зору довгострокового розвитку.

У сучасних умовах розвиток фінансового посередництва характеризується складом фінансових інститутів, а також асортиментом фінансових послуг, які вони надають. Вдосконалення фінансового посередництва має безперечний вплив на розвиток фінансового ринку. В цьому контексті діяльність фінансових інститутів сприяє зменшенню вартості фінансових операцій, підвищує ліквідність фінансових активів, диверсифікує ризики, створює умови для активізації роботи всіх учасників ринку.

Відповідно до українського законодавства фінансове посередництво поділяють на два типи: банківське та небанківське. Ключова роль у реалізації фінансової посередницької діяльності в Україні належить банкам. Небанківські фінансові установи, на відміну від банків, спеціалізуються на окремих фінансових послугах, забезпечуючи страхування, кредитування, спільне інвестування, управління активами, посередництво у купівлі-продажі фінансових інструментів, недержавне пенсійне забезпечення, гарантійні операції тощо. Діяльність небанківських фінансових установ суттєво відрізняється від діяльності банків. Серед основних відмінностей – її вузька спеціалізація, реалізація в процесі її здійснення небанківських послуг (за наявності дозволу держави – окремих банківських), відсутність безпосереднього впливу на формування пропозиції грошей на ринку, а також вищий ризик порівняно з операціями банків [4].

Агентами небанківського фінансового посередництва виступають інститути спільного інвестування, недержавні пенсійні фонди, страхові компанії, кредитні спілки, ломбарди, компанії з управління активами, фінансові компанії тощо. На рис. 2 представлені обсяги активів, нагромаджені вітчизняними банками і небанківськими фінансовими установами в періоді дослідження – протягом 2016-2018 рр.

На сьогодні активи небанківських фінансових установ за своїм обсягом залишаються незначними у порівнянні з активами банків. В досліджуваному періоді і для активів банків, і небанківських фінансових інститутів спостерігалися тенденції зростання. Активи банків за цей період зросли на 104,5 млрд грн, небанківських фінансових установ – на 36,6 млрд грн.

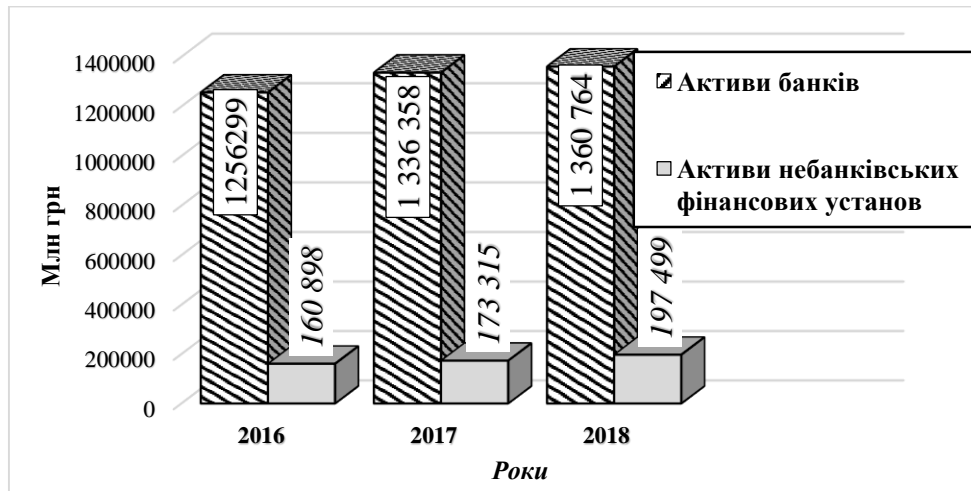


Рис. 2. Активи фінансових посередників в Україні в 2016-2018 рр., млн грн

Серед небанківських фінансових інститутів лідерами щодо нарощування активів є фінансові компанії (рис. 3). В 2018 році їх активи зросли на 27 983 млн грн. Протягом досліджуваного періоду зростання вартості активів було характерним для усіх видів небанківських фінансових інститутів. Для страхових компаній воно становило 7 417 млн грн, недержавних пенсійних фондів – 606 млн грн, ломбардів – 403 млн грн, кредитних спілок – 185 млн грн.

Незважаючи на наявність позитивної тенденції до зростання обсягу активів, роль фінансового посередництва у підвищенні ефективності національної економіки та фінансуванні економічного зростання залишається недостатньо вагомою. Свідченням цьому є перекося у перерозподілі фінансових потоків між економічними агентами,

що зумовило зростання грошей поза банками та значний обсяг тіньових операцій. Існують проблеми в якості та доступності фінансових послуг, що пропонуються фінансовими посередниками. Наслідки світової фінансової кризи, а також негаразди в суспільно-політичному житті країни породили проблеми в діяльності багатьох вітчизняних банків і небанківських фінансових установ, що в цілому підірвало довіру суспільства до фінансового сектора. Поза фінансовим сектором країни залишається значний обсяг заощаджень населення, що зменшує обсяги внутрішніх інвестиційних ресурсів. З огляду на наведені аргументи можна стверджувати, що діяльність системи фінансового посередництва в Україні потребує суттєвого удосконалення.

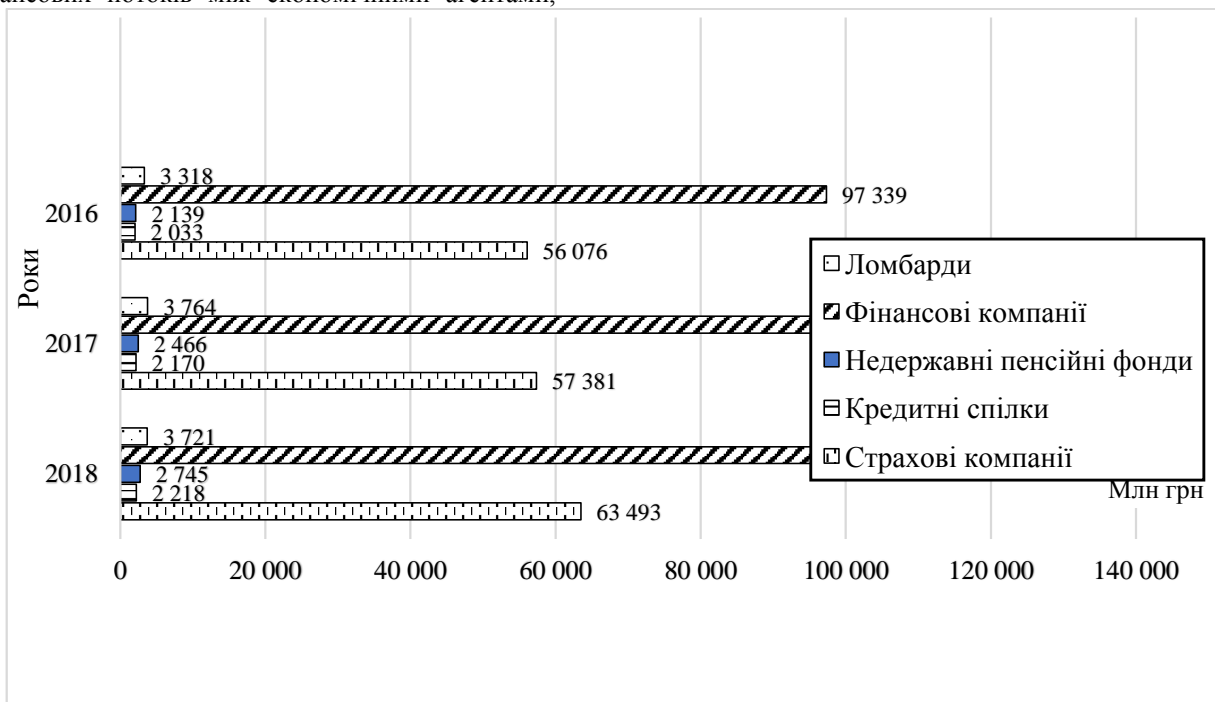


Рис. 3. Динаміка зміни обсягу активів небанківських фінансових установ протягом 2016-2018 рр.

Для підвищення ефективності діяльності фінансового посередництва, як сфери нагромадження та постачання в економіку України додаткових інвестиційних ресурсів, необхідно: по-перше, забезпечити удосконалення законодавчо-нормативної бази з метою наближення правил діяльності фінансових посередників до світових стандартів; по-друге, сформувати сприятливе ринкове середовище для розвитку посередницької діяльності; по-третє, повернути довіру суспільства до фінансових посередників шляхом просвітницької роботи та підвищення фінансової грамотності населення; по-четверте, створити ефективний механізм державного регулювання фінансової посередницької діяльності. Ефективне державне регулювання та нагляд у фінансовому секторі країни здатні забезпечити конкурентні умови для діяльності фінансових посередників, запобігти поширенню кризових явищ на ринку, створити стимули для розширення видів посередницької діяльності та фінансових операцій.

Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Фінансове посередництво є важливим атрибутом ринкової економіки, сферою реалізації фінансових операцій, накопичення, переміщення та інвестування вільних економічних ресурсів для розвитку національного господарства. Науковці, які займаються проблематикою фінансового посередництва, наголошують на важливості ролі фінансових інститутів в економічній, інвестиційній та соціальній сферах. В Україні сформоване банкоорієнтоване фінансове посередництво, притаманне континентальному типу фінансової системи. Банківські установи суттєво випереджають небанківські фінансові інститути і за обсягом нагромаджених активів, і за складом посередницьких операцій. Останніми роками для всіх видів фінансових посередників в Україні характерною є тенденція нагромадження активів. Незважаючи на це, функції фінансових посередників в національній економіці залишаються нереалізованими належним чином. Значний обсяг заощаджень населення залишається поза фінансовою системою, спостерігається нестача внутрішніх інвестиційних ресурсів для розвитку економіки і зниження довіри у суспільстві до діяльності фінансових інститутів. З огляду на це діяльність системи фінансового посередництва в країні потребує суттєвого удосконалення. Серед основних напрямів, що здатні забезпечити цей процес, запропоновано удосконалення законодавчо-нормативної бази в цілях наближення практики діяльності фінансових посередників до світових стандартів, формування конкурентного ринкового середовища в країні, підвищення довіри суспільства до діяльності інститутів фінансового сектора через просвітницькі заходи, удосконалення державного регулювання фінансової посередницької діяльності. Перспективи подальших досліджень пов'язані з визначенням особливостей діяльності окремих видів фінансових посередників в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герасимова С. В. Роль фінансових посередників в організації інвестиційної діяльності акціонерних товариств / С. В. Герасимова // *Фінанси України*. – 2007. – № 4. – С. 103-111.
2. Корнєєв В. В. Фінансові посередники як інститути розвитку : монографія / В. В. Корнєєв. – К. : Основа, 2007. – 192 с.
3. Ніколаєва С. О. Становлення та сучасний стан небанківських фінансових інститутів в Україні / С. О. Ніколаєва, І. С. Каракулова // *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць / Державний вищий навчальний заклад “Українська академія банківської справи Національного банку України”*. – Суми, 2007. – Т. 19. – С. 288-297.
4. Тропіна В. Б. Фінансові посередники: основні тенденції розвитку в Україні / В. Б. Тропіна, Л. В. Лисяк // *Економічний простір*. – 2011. – № 50. – С. 178-184.
5. Ходаківська В. П. Ринок фінансових послуг : навч. посібн. / В. П. Ходаківська, О. Д. Данілов. – Ірпінь : Академія ДПС України, 2001. – 501 с.
6. Школьник І. О. Фінансові посередники та їх роль у розвитку фінансового ринку / І. О. Школьник // *Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України : зб. наук. праць / ДВНЗ “УАБС НБУ”*. – Суми, 2007. – Вип. 22. – С. 272-281.
7. *Innowacje na rynkach finansowych / pod red. Marcina Kalinowskiego, Machała Pronobisa*. – Wydanie I. – Warszawa : CeDeWu.PL, 2010. – 180 s.
8. *Rynki finansowe. Organizacja, instytucje, uczestnicy / pod red. Urszuly Banaszczak-Soroka*. – Warszawa : Wyd. C. H. Beck, 2012. – 15 s.
9. Тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eslovnik.com>.
10. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
11. Класифікація інституційних секторів економіки України : Наказ Державного комітету статистики України № 96 від 18 трав. 2005 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uazakon.com/document/fpart48/idx48677.htm>.
12. Гайдукович Д. С. Фінансове посередництво та його вплив на розвиток фінансового ринку [Електронний ресурс] / Д. С. Гайдукович // *Економічний простір*. – 2014. – № 84. – С. 122–129. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/espros_2014_84_14.
13. Ксьондз С. М. Роль фінансового посередництва на ринку фінансових послуг України [Електронний ресурс] / С. М. Ксьондз // *Наукові записки Національного університету “Острозька академія”, серія “Економіка”*. – 2014. – Вип. 24. – С. 224–234. – Режим доступу : <http://eprints.oa.edu.ua/2732/>.
14. Раделицький Ю. О. Асиметрія інформації на ринку фінансових послуг [Електронний ресурс] / Ю. О. Раделицький // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2012. – Вип. 22.9. – Режим доступу :

http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlts/22_9/238_Rad.pdf.

15. Cetorelli, N. The evolution of banks and financial intermediation: framing the analysis [Electronic resource] / N. Cetorelli, B. Mandel, L. Mollineaux // *Economic Policy Review*. – 2012. – July. – P. 1–12. – Mode of access: <http://www.newyorkfed.org/research/epr/12v18n2/1207cet1.pdf>.

16. Woodford, M. Financial Intermediation and Macroeconomic Analysis [Electronic resource] / M. Woodford // *Journal of Economic Perspectives*. – 2010. – Vol. 4, No. 4. – P. 21–44. – Mode of access: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.24.4.21>.

REFERENCES

1. Gerasymova, S. (2007), Rol finansovogo poserednykiv v organizaciyi investytsijnoyi diyalnosti akcionerjx tovarystv, *Finansy Ukrainy*, № 4, s. 103–111.

2. Korniyev, V. (2007), Finansovi poserednyky yak instytutu rozvytku, Kyiv, Osnova, 192 s.

3. Nikolayeva, S. and Karakulova, I. (2007), Stanovlennya ta suchasnyj stan nebankivskix finansovix instytutiv v Ukraini, *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoyi systemy Ukrainy*: zb. nauk. pracj, T. 19, Derzhavnyj vyshhyj navchalnyj zaklad Ukrainy ka akademiya bankivskoyi spravy Nacionalnogo banku Ukrainy, Sumy, s. 288–297.

4. Tropina, V. and Lyshyak, L. (2011), Finansovi poserednyky: osnovni tendenciyi rozvytku v Ukraini, *Ekonomichnyj prostir*, № 50, s. 178–184.

5. Xodakivska, V. and Danilov, O. (2001), Ry nok finansovix poslug, Irpin, Akademiya DPS Ukrainy, 501 s.

6. Shkolnyk, I. (2007), Finansovi poserednyky ta yix rol u rozvytku finansovogo rynku, *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoyi systemy Ukrainy*: zb. nauk. pracj, vy p. 22, DVNZ “UABS NBU”, Sumy, s. 272–281.

7. Innowacje na rynkach finansowych (2010), pod red. Marcina Kalinowskiego, Machala Pronobisa, wydanie I, Warszawa, CeDeWu.PL, 180 s.

8. Rynki finansowe. Organizacja, instytucje, uczestnicy (2012), pod red. Urszuly Banaszczak-Soroka, Warszawa, Wyd. C. H. Beck, 15 s.

9. Tlumachnyj slovnyk ukrajynskoyi movy, available at: <http://eslovník.com>.

10. Gospodarskyj kodeks Ukrainy vid 16 sichnya 2003 r. # 436-IV, available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

11. Klasyfikaciya instytsijnyx sektoriv ekonomiky Ukrainy, Nakaz Derzhavnogo komitetu statystyky Ukrainy # 96 vid 18 trav. 2005 r., available at: <http://uazakon.com/document/fpart48/idx48677.htm>.

12. Gajdukovych, D. (2014), Finansove poserednyctvo ta jogo vplyv na rozvytok finansovogo rynku, *Ekonomichnyj prostir*, # 84, s. 122–129, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2014_84_14.

13. Ksondz, S. (2014), Rol finansovogo poserednyctva na rynku finansovix poslug Ukrainy, *Naukovi zapysky Nacionalnogo universytetu “Ostrozka akademiya”, seriya “Ekonomika”, vy p. 24, s. 224–234*, available at: <http://eprints.ua.edu.ua/2732>.

14. Radelyczkyj, Yu. (2012), Asymetriya informaciyi na rynku finansovix poslug, *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy*, vy p. 22.9, available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlts/22_9/238_Rad.pdf.

15. Cetorelli, N. and Mandel, B. and Mollineaux, L. (2012), The evolution of banks and financial intermediation: framing the analysis, *Economic Policy Review*, July, s. 1–12, available at: <http://www.newyorkfed.org/research/epr/12v18n2/1207cet1.pdf>.

16. Woodford, M. (2010), Financial Intermediation and Macroeconomic Analysis, *Journal of Economic Perspectives*, vol. 4, No. 4, s. 21–44, available at: <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.24.4.21>.

Стаття надійшла до редакції 12 серпня 2019 р.

УДК 336. 027

*Власюк Н. І.,
natalilty1706@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9463-5626,
Researcher ID: F-1812-2019,
к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, кредиту та страхування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Чуй І. Р.,
irina_chui@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-8795-4514,
Researcher ID: E-9653-2019,
к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, кредиту та страхування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Ковенська О. А.,
o_kovenska@meta.ua, ORCID ID: 0000-0003-4384-1742,
к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, м. Дрогобич*

ПРОБЛЕМИ ЗБАЛАНСУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ

***Анотація.** Обґрунтовано теоретико-методичні підходи та сформовано рекомендації щодо збалансування місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації. Зокрема, виділено основні методи збалансування місцевих бюджетів на базі доходів та видатків, проаналізовано місце міжбюджетних трансфертів у формуванні доходної бази територіальних одиниць та рівень збалансування місцевих бюджетів у 2014-2018 рр., а також визначено основні напрями покращення збалансування місцевих бюджетів у контексті нарощення їхніх власних фінансових ресурсів. Визначено, що збалансований бюджет – це бюджет, в якому надходження поточного періоду відповідають сумі витрат цього ж періоду, тому збалансування бюджету є найбільш відповідальним етапом формування бюджету. Міжбюджетні трансферти не повинні слугувати основним інструментом, а мають лише доповнювати методи балансування. Проведені розрахунки засвідчують, що бюджетна реформа децентралізації відбувається у правильному напрямку, і переформатування системи міжбюджетних трансфертів в Україні у 2015 році вже дало свої позитивні результати. Проте далеко не усі проблеми ще вирішені: міжбюджетні трансферти все ще залишаються основним і найвагомим інструментом фінансової підтримки розвитку територій. Зроблено висновок, що для кращого функціонування системи інструментів та методів збалансування місцевих бюджетів необхідно законодавчо закріпити стабільні нормативи відрахувань по загальнодержавних податках, створити прозору та об'єктивну процедуру виділення трансфертів.*

***Ключові слова:** місцеві бюджети, збалансування, трансферти, органи місцевого самоврядування, децентралізація.*

*Vlasyuk N. I.,
natalilty1706@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9463-5626,
Researcher ID: F-1812-2019,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Insurance, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Chui I. R.,
irina_chui@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-8795-4514,
Researcher ID: E-9653-2019,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Insurance, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Kovenska O. A.,
o_kovenska@meta.ua, ORCID ID: 0000-0003-4384-1742,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Economics and Management, Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Drohobych*

PROBLEMS OF BALANCING LOCAL BUDGETS OF UKRAINE

Abstract. *Theoretical and methodical approaches have been substantiated and recommendations for balancing local budgets in terms of financial decentralization have been formed. In particular, the main methods of balancing local budgets on the basis of revenues and expenditures are highlighted, the place of interbudget transfers in the formation of the revenue base of territorial units and the level of local budgets balancing in 2014-2018 are analyzed, as well as the main directions of improving the local budgets balancing in the context of increasing their own financial resources. It is determined that a balanced budget is a budget in which current period receipts correspond to the sum of expenditures in the same period, so balancing the budget is the most important stage in budgeting. Interbudget transfers should not serve as a major tool, but should only complement balancing methods. The calculations show that the budgetary reform of decentralization is going in the right direction, and the reformatting of the system of interbudget transfers in Ukraine in 2015 has already yielded positive results. However, not all problems are resolved yet: interbudget transfers remain the main and the most important tool for territorial development financial support. It is concluded that for better functioning of the system of tools and methods of local budgets balancing it is necessary to legislate stable norms of deductions on national taxes, to create transparent and objective procedure of transfers rendering.*

Keywords: local budgets, balancing, transfers, local governments, decentralization.

JEL Classification: H72

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-17>

Постановка проблеми. Ефективна організація відносин у бюджетній системі є одним з найважливіших і найскладніших завдань державних фінансів в кожній країні. Основними проблемами взаємовідносин між державним бюджетом і бюджетами органів місцевого самоврядування є перерозподіл бюджетних ресурсів, зумовлений об'єктивними відмінностями в рівнях соціально-економічного розвитку окремих територій і необхідністю фінансового вирівнювання з метою забезпечення конституційних гарантій населенню незалежно від місця його проживання.

Європейський вектор розвитку України означає, в тому числі, й наближення до європейських стандартів бюджетної забезпеченості, фінансової децентралізації, удосконалення принципів складання та виконання місцевих бюджетів.

Разом із тим, сьогодні процес формування місцевих бюджетів характеризується здебільшого недостатністю власних доходів та тенденцією до зростання обсягів міжбюджетних трансфертів, що апіорі обмежує фінансові можливості місцевих органів влади для концентрації ресурсної бази і належного соціально-економічного розвитку територій, зокрема інвестиційного та має наслідком неповне задоволення колективних потреб територіальних громад.

Стан формування та використання місцевих бюджетів істотно залежить від вирішення проблем збалансованості бюджетів, які є наслідком невирішених питань у галузі фіскального федералізму. Бюджетна фінансова децентралізація, що проводиться в Україні, включає удосконалення системи збалансованості місцевих бюджетів. З огляду на це вирішення проблем покращення збалансування місцевих бюджетів є вкрай актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний стан та проблеми збалансування місцевих бюджетів в Україні розглядалися у працях

таких українських вчених, як С. Буковинський, О. Василик, А. Єпіфанов, О. Кириленко, І. Луніна, І. Чугунов, В. Швець, С. Слухай, К. Павлюк, В. Федосов та ін. Здебільшого наукові роботи орієнтовані на виявлення загальних тенденцій місцевих бюджетів, їх формування та виконання. Проте питання збалансування місцевих бюджетів в контексті розширення інструментарної бази досліджувалося досить вузько. Більш детального вивчення потребують проблеми формування місцевих бюджетів у контексті проведення фінансової децентралізації та реформування міжбюджетних відносин.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження механізму збалансування місцевих бюджетів в Україні через призму застосування системи сучасних інструментів та методів, оцінювання рівня збалансування місцевих бюджетів України за 2014-2018 рр., а також окреслення шляхів покращення збалансування місцевих бюджетів у контексті проведення фінансової децентралізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Бюджетний кодекс серед одинадцяти принципів побудови бюджетної системи України називає принцип збалансованості – повноваження на здійснення витрат бюджету повинні відповідати обсягу надходжень до бюджету на відповідний бюджетний період [1].

Збалансований бюджет – це бюджет, в якому надходження поточного періоду відповідають сумі витрат цього ж періоду, тому збалансування бюджету є найбільш відповідальним етапом формування бюджету. В цьому напрямку Бюджетним кодексом України передбачено удосконалення системи збалансованості місцевих бюджетів, яка включає дві складові.

Перша стосується збалансування доходів, який передбачає розподіл надлишкових доходів бюджетів територій з вищою за середню податко-

забезпеченістю між територіями з нижчою за середню податкозабезпеченістю. Причому трансфертні платежі надаються територіям з чітко визначеними напрямками їх витрачання, яке буде забезпечувати цільове використання коштів.

Друга складова збалансування бюджетів стосується видаткової частини. Дуже важливим при збалансуванні видатків місцевих бюджетів є облік структурних витрат територій.

Збалансування місцевих бюджетів шляхом перерахування дотацій має низку недоліків, основними з них є:

- виконання бюджетів нижчого рівня залежить від бюджетів вищого рівня;

- впевненість отримання доходів від державного бюджету не стимулює органи місцевого самоврядування по залученню власних доходів, особливо при великому рівні дотацій [3].

Міжбюджетні трансферти не повинні слугувати основним інструментом, а мають лише доповнювати методи балансування.

Саме тому необхідно дотримуватися наступних дій у вирішенні питань балансування бюджетів з урахуванням можливих ситуацій.

Крок 1. Органи місцевого самоврядування складають прогноз загальних податкових доходів місцевих бюджетів:

1. Прогноз місцевих (власних) податків та інших обов'язкових платежів, що формують дохідну частину місцевого бюджету.

2. Прогноз загальнодержавних податків і інших обов'язкових платежів, що збираються на цій території.

3. Прогноз доходів, що передаються, якщо такі мають місце.

Крок 2. Органи місцевого самоврядування розраховують прогноз загальних витрат місцевих бюджетів:

1. Розраховується сума власних та закріплених за місцевими бюджетами витрат.

2. Розраховується сума витрат місцевих бюджетів, які фінансуються бюджетом вищого рівня - субвенціями.

Крок 3. Балансування місцевих бюджетів:

Варіант 1. Можливі ситуації і методи балансування місцевих бюджетів за такими показниками:

- сума власних, закріплених за місцевими бюджетами;

- прогнозна сума місцевих (власних) доходів місцевих бюджетів. Якщо ж цих заходів недостатньо, бюджету території виділяється фінансова допомога (субвенції, дотації) (рис. 1).

Варіант 2. Можливі ситуації і методи балансування місцевих бюджетів за такими показниками:

- сума власних і закріплених за місцевим бюджетом видатків;

- прогнозна загальна сума доходів місцевих бюджетів (рис. 2).

Якщо методи, які наведені у другому варіанті, не забезпечують збалансованості місцевого бюджету, тоді бюджету нижчого рівня виділяється фінансова допомога у вигляді субвенцій і дотацій бюджетом вищого рівня. Субвенції мають строго цільове призначення, дотації носять безоплатний характер і надаються для покриття різниці між видатками і доходами місцевого бюджету. Для щоквартального і щомісячного балансування місцевих бюджетів також можуть надаватися бюджетні позики.

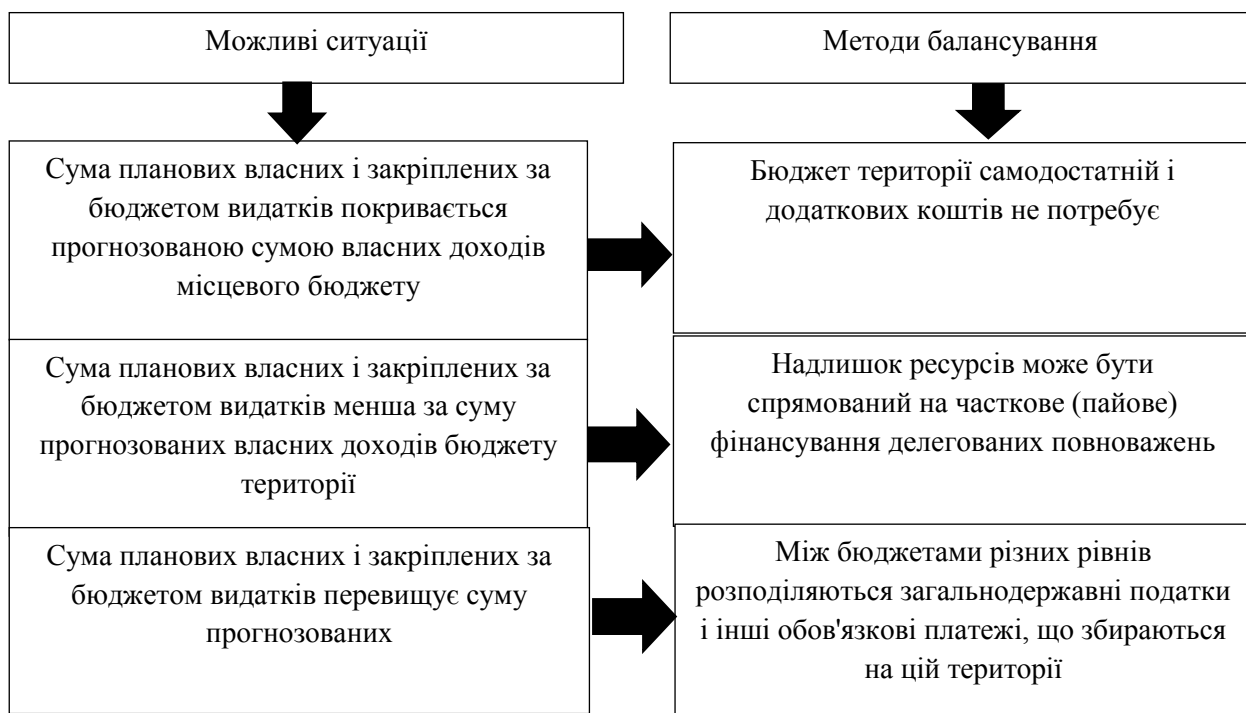


Рис. 1. Методи балансування місцевих бюджетів (варіант 1) [2]



Рис. 2. Методи балансування місцевих бюджетів (варіант 2) [2]

Варіант 3. Можливі ситуації і методи балансування місцевих бюджетів за такими показниками:

- загальна сума видатків місцевого бюджету;
- прогнозна загальна сума доходів бюджету території (рис. 3).

Варіант 4. Дисбаланс місцевого бюджету, що виникає в результаті прийнятих органами державної влади впродовж фінансового року рішень про зміну дохідної або видаткової частин цих бюджетів, може регулюватися за допомогою

взаєморозрахунків між бюджетами вищих та нижчих рівнів.

Варіант 5. В окремі періоди бюджетного року в процесі виконання у бюджеті території може утворитися нестача ресурсів через касовий розрив між доходами та видатками. Для балансування місцевого бюджету можуть виділятися короткострокові бюджетні позики бюджетом вищого рівня на умовах їх погашення до завершення бюджетного року.

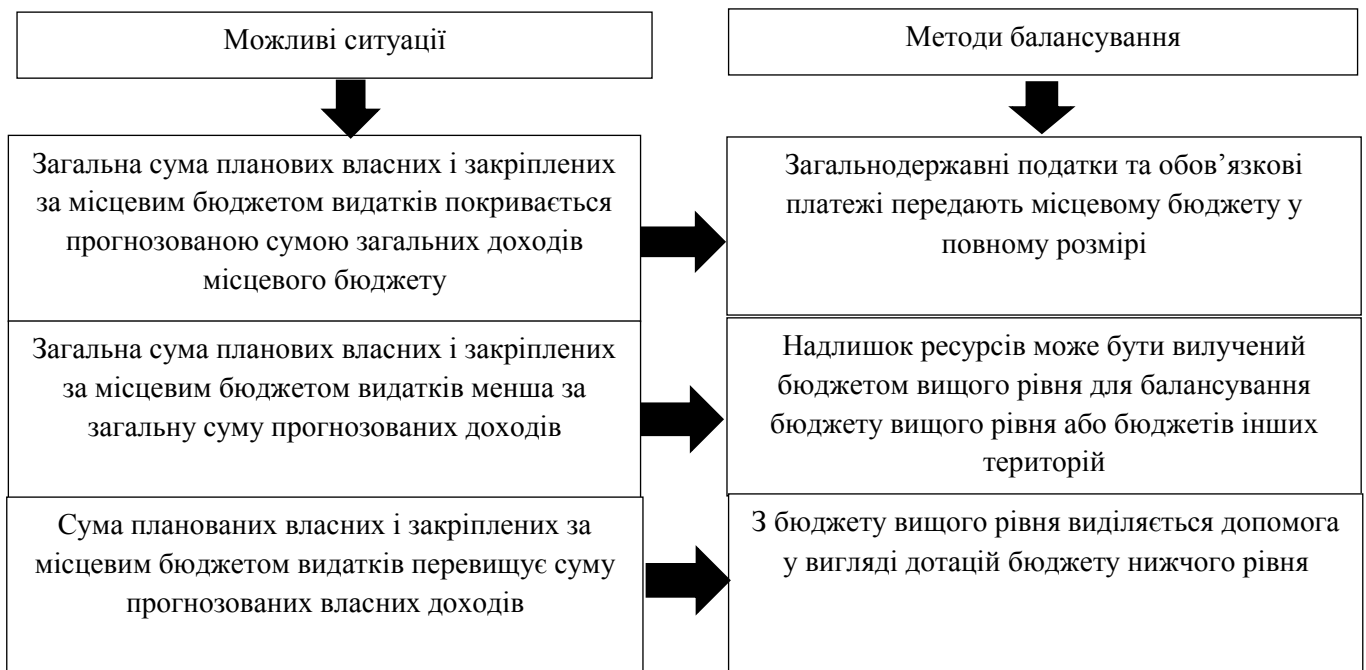


Рис. 3. Методи балансування місцевих бюджетів (варіант 3) [2]

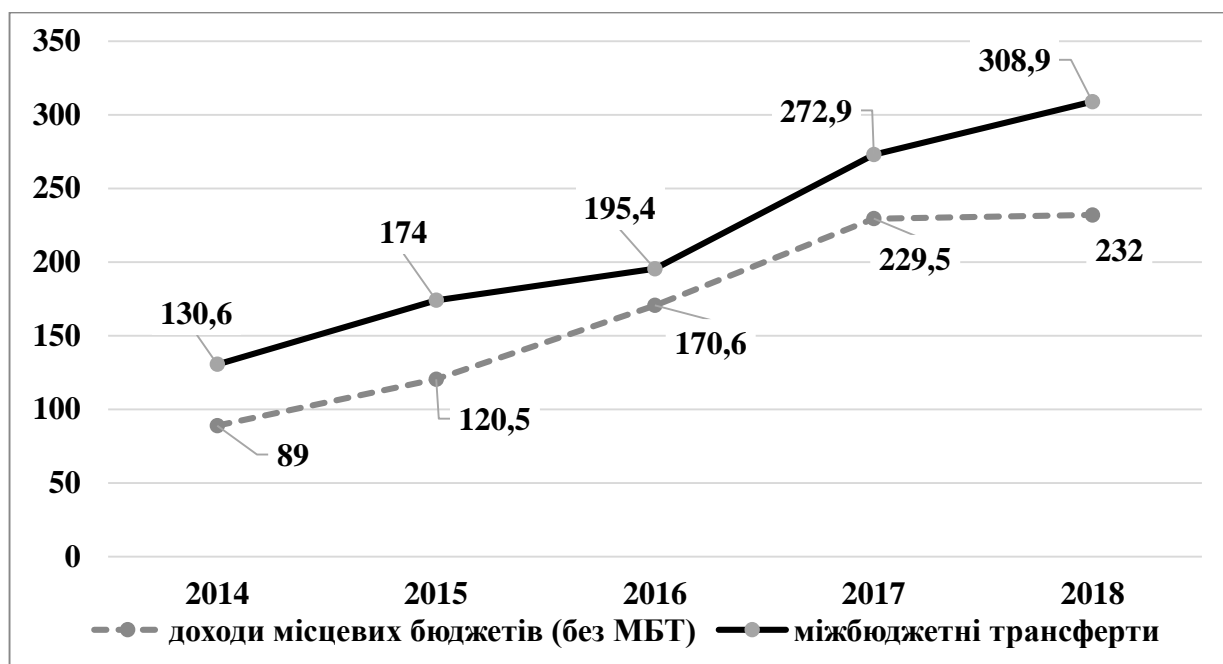


Рис. 4. Динаміка доходів місцевих бюджетів України (без міжбюджетних трансфертів) та міжбюджетних трансфертів за 2014-2018 рр. (розраховано автором за [8])

Оптимальна структура та обсяги доходів і видатків – це один із потужних важелів впливу на економіку. Сьогодні проблеми збалансування місцевих бюджетів пов’язані як з доходами, так і з видатками. Одна з них – проблема вдосконалення управління дефіцитом і профіцитом.

Вирішуючи проблеми збалансування місцевих бюджетів, важливо акцентувати увагу на зміцненні фінансової бази місцевого самоврядування, передусім за рахунок збільшення власних доходів. Разом з тим, як відомо, значну частку у доходах місцевих бюджетів України складають міжбюджетні трансферти.

Рис. 4 характеризує динаміку доходів місцевих бюджетів України (без міжбюджетних трансфертів) та міжбюджетних трансфертів за 2014-2018 рр.

Як показує рисунок, обсяг перерахування міжбюджетних трансфертів із Державного бюджету до місцевих щороку зростає.

Порівняємо темпи зростання доходів місцевих бюджетів та темпи зростання міжбюджетних трансфертів (табл. 1).

Рис. 5 характеризує динаміку коефіцієнтів зростання показників.

Таблиця 1

Розрахунок коефіцієнтів зростання доходів місцевих бюджетів України та міжбюджетних трансфертів за 2014-2018 рр.

Показники	Роки					Відхилення (+,-) 2018 від	
	2014	2015	2016	2017	2018	2014	2017
Доходи місцевих бюджетів, млрд грн	89,0	120,5	170,6	229,5	232,0	143,0	2,5
Міжбюджетні трансферти, млрд грн	130,6	174,0	195,4	272,9	308,9	178,3	36,0
Коефіцієнт зростання доходів	-	1,35	1,41	1,34	1,01	-	-0,33
Коефіцієнт зростання міжбюджетних трансфертів	-	1,33	1,12	1,39	1,13	-	-0,26

Джерело: розраховано автором за [8]

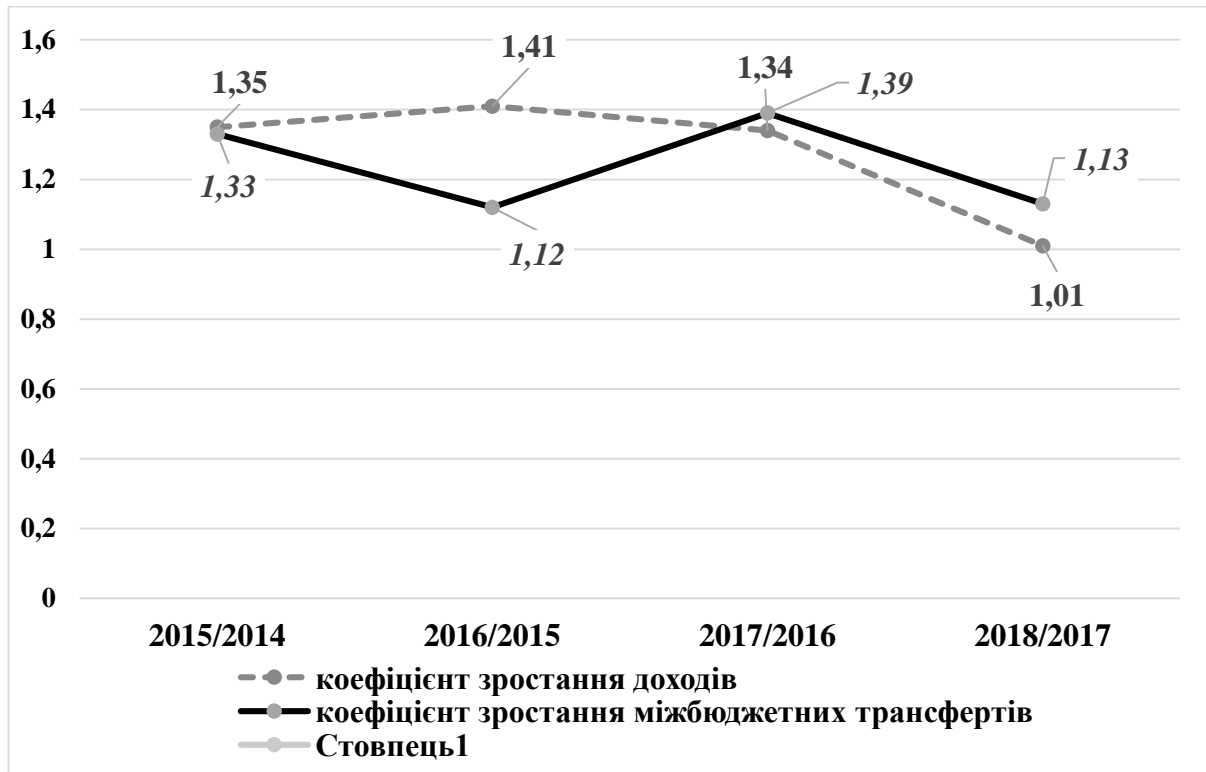


Рис. 5. Динаміка коефіцієнтів зростання доходів та міжбюджетних трансфертів місцевих бюджетів України за 2014-2018 рр.

Як показує рисунок, у 2015-2017 рр. темпи зростання доходів місцевих бюджетів переважали темпи зростання міжбюджетних трансфертів, а у 2017 р. тенденція змінилася – темпи зростання міжбюджетних трансфертів стали вищими. Тенденція є негативною та свідчить про те, що далеко не усі проблеми фінансової бюджетної децентралізації вже вирішені.

В табл. 2, що представлена нижче, наведено розрахунок збалансованості місцевих бюджетів України за 2014-2018 рр.

Як показують проведені розрахунки, у 2014 та 2018 роках видатки перевищували доходи, у результаті місцеві бюджети були незбалансованими. Найнижчим коефіцієнт збалансованості виявився у 2014 році. У 2015-2017 рр. ситуація була позитивною. Максимального значення (6,31%)

коєфіцієнт збалансованості бюджетів досягав у 2015 році.

Тобто проведені розрахунки засвідчують, що бюджетна реформа децентралізації відбувається у правильному напрямку, і переформатування системи міжбюджетних трансфертів в Україні у 2015 році вже дало свої плоди. Проте далеко не усі проблеми ще вирішені: міжбюджетні трансфери все ще залишаються основним і найвагомішим інструментом фінансової підтримки розвитку територій. В той час як основний акцент має бути зміщений у бік нарощення власних фінансових ресурсів окремих територіальних утворень, що забезпечить їм належний рівень фінансової самостійності та автономії.

Таблиця 2

Збалансованість місцевих бюджетів України за 2014-2018 рр.

Показники	Роки					Відхилення 2018 (+,-) від	
	2014р.	2015р.	2016р.	2017р.	2018р.	2014	2017
Разом доходів, млрд грн	219,7	294,4	366,6	502,4	540,9	321,2	38,5
Разом видатків, млрд грн	223,5	276,9	346,2	490,1	546,2	322,7	56,1
Збалансованість, млрд грн	- 3,8	17,5	20,4	12,3	-5,3	-1,5	-17,6
Збалансованість, %	-1,70	6,31	5,89	2,51	-0,97	0,73	-3,48

Джерело: розраховано автором за [8]

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, в Україні постає завдання формування системи інструментів збалансування місцевих бюджетів, які сприятимуть появі стійкої зацікавленості і стимулів органів місцевої влади у проведенні відповідальної економічної і бюджетної політики з метою збільшення обсягу фінансових ресурсів, передусім власних. Для кращого функціонування системи інструментів та методів збалансування місцевих бюджетів необхідно законодавчо закріпити стабільні нормативи відрахувань по загальнодержавних податках, створити прозору та об'єктивну процедури виділення трансфертів, в основу якої має бути покладена ідея стимулювання нарощування доходів, а не перерозподіл ресурсів бюджету, проведення розподілу повноважень по видатках і доходах, виділення обсягів дотацій (трансфертів) та субвенцій згідно з податковим потенціалом місцевого органу влади.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 р. № 2456-VI: Офіційний текст (редакція від 13.02.2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page).
2. Козенко А. О. Особливості збалансування місцевих бюджетів в Україні / А. О. Козенко // Міжнародний науковий журнал “Інтернаука”. Серія: “Економічні науки”. – 2017. - № 2 (2). – С. 40-45.
3. Левчук Н. М. Проблема збалансованого держбюджету / Н. М. Левчук, Т. В. Дудка, Т. М. Пересада, Г. Г. Гайдай // Економіка та управління на транспорті. – К. : НТУ, 2015. – № 4. – С. 21-28.
4. Серьогін С. С. Реформування місцевих фінансів в умовах євроінтеграції / С. С. Серьогін // Аспекти публічного управління. – 2016. – Вип. 30-31. – С. 87-96.
5. Фурдичко Л. Міжбюджетні відносини в Україні в сучасних умовах / Л. Фурдичко, Н. Гайдис // Регіональна економіка. – 2013. – № 2. – С. 228–229.

6. Матеріали експрес-випусків Державного комітету статистики України за 2014-2018 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

7. Бюджетний моніторинг: аналіз виконання бюджету за 2014-2018 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ibser.org.ua/>.

8. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.minfin.gov.ua/news/ bjudzhet/ptsm>.

REFERENCES

1. Biudzhetniy kodeks Ukrainy vid 08.07.2010 r. № 2456-VI: Ofitsijnyj tekst (redaktsiia vid 13.02.2016), available at: [http:// zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/page).
2. Kozenko, A. O. (2017), Osoblyvosti zbalansuvannia mistsevykh biudzhativ v Ukraini, *Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal “Internauka”*, № 2 (2), s. 40-45.
3. Levchuk, N. M. Dudka, T. V. Peresada, T. M. and Hajdaj, H. H. (2015), Problema zbalansovanoho derzhbiudzhetu, *Ekonomika ta upravlinnia na transporti*, NTU, K., № 4, s. 21-28.
4. Ser'ohin, S. S. (2016), Reformuvannia mistsevykh finansiv v umovakh ievrointehratsii, *Aspekty publichnoho upravlinnia*, vyp. 30-31, s. 87-96.
5. Furdychko L. and Hajdys N. (2013), Mizhbiudzhetni vidnosyny v Ukraini v suchasnykh umovakh, *Rehional'na ekonomika*, № 2, s. 228–229.
6. Materialy ekspres-vypuskiv Derzhavnoho komitetu statystyky Ukrainy za 2014-2018 rr., available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Biudzhetniy monitorynh: analiz vykonannia biudzhetu za 2014-2018 rr., available at: <http://www.ibser.org.ua/>.
8. Ministerstvo finansiv Ukrainy, available at: <https://www.minfin.gov.ua/news/ bjudzhet/ptsm>.

Стаття надійшла до редакції 6 вересня 2019 р.

УДК 336.71

*Андрейків Т. Я.,
andrejktiv7@meta.ua, ORCID ID:0000-0001-5353-248X,
ResearcherID: I-6776-2018,
к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, кредиту та страхування, Львівський торговельно-економічний
університет, м. Львів,*

*Кицун С. М.,
svetkakitsun@i.ua,
магістрантка, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів,*

*Курят О. О.,
solidova14olya@ukr.net,
магістрантка, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів,*

БАНКІВСЬКА СИСТЕМА УКРАЇНИ ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ

***Анотація.** У статті визначено тенденції розвитку та особливості функціонування банківської системи України у 2014-2018 рр., здійснено оцінювання сучасного стану розвитку вітчизняного банківського сектору на основі аналізу основних показників діяльності вітчизняних банків. В умовах сьогодення банківська система України переживає складний період. Низка проблем від попередніх криз, які не були вирішені, продовжують негативно впливати на банківську систему, роблячи її неефективною та нестійкою, вразливою до різноманітних шоків. Охарактеризовано етапи розвитку банківської системи, передумови кризових явищ, здійснено оцінку кількісного складу та структури банківського сектору, визначено темпи зростання банківського кредитного портфеля, відзначено причини недостатніх обсягів банківського кредитування. Запропоновано заходи щодо активізації розвитку банківського сектору для підвищення його ролі у процесах фінансування економічного зростання. Серед них: необхідність застосування системи заходів, спрямованих на диверсифікацію банківських активів, підвищення рівня капіталізації банківського сектору, створення умов для залучення інвестицій у вітчизняну банківську систему, що дозволить мінімізувати вплив негативних чинників на банківську діяльність та створить умови для прискореного розвитку банківської системи України у майбутньому. У результаті проведеного дослідження доведено, що важливим завданням вітчизняної банківської системи, є необхідність у найкоротші терміни провести подальшу гармонізацію банківського законодавства відповідно до вимог та стандартів системи Базель III, а також використати досвід та методи роботи банків інших країн, які можуть бути адаптовані до застосування в Україні.*

Ключові слова: банківська система, активи банків, кредити банків, депозити, фінансовий результат діяльності банків, рентабельність активів банку, рентабельність капіталу банків.

*Andreykiv T. Ya.,
andrejktiv7@meta.ua, ORCID ID:0000-0001-5353-248X,
ResearcherID: I-6776-2018,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Credit and Insurance, Lviv
University of Trade and Economics, Lviv*

*Kitsyn S. M.,
svetkakitsun@i.ua,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

*Kuryat O. O.,
solidova14olya@ukr.net,
Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

THE BANKING SYSTEM OF UKRAINE AND ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF THE REAL ECONOMY SECTOR

Abstract. The article defines the tendencies of development and peculiarities of functioning of the banking system of Ukraine in 2014-2018, assesses the current domestic banking sector state of development on the basis of the domestic banks main indicators analysis. In today's conditions, the banking system of Ukraine is going through a difficult period.

A number of problems from previous crises that have not been resolved continue to adversely affect the banking system, making it ineffective and unstable, vulnerable to various shocks. The stages of development of the banking system as well as the prerequisites for crisis phenomena are characterized, the quantitative composition and structure of the banking sector are assessed, the growth rates of the bank loan portfolio are determined, the reasons for insufficient volumes of bank lending are revealed. Measures to activate the development of the banking sector as well as to enhance its role in the processes of economic growth financing are proposed. Among them: the need to apply a system of measures aimed at diversifying banking assets, increasing the level of capitalization of the banking sector, creating conditions for attracting investment in the domestic banking system, which will minimize the negative factors impact on banking activities and create conditions for accelerated development of the Ukrainian banking system. The study proved that an important task of the domestic banking system is the need to further harmonize banking legislation as soon as possible in accordance with the requirements and standards of the Basel III system, as well as to apply the operational experience of banks from other countries, which can be successfully adapted in Ukraine.

Key words: banking system, bank assets, bank loans, deposits, financial result of bank activity, return on bank assets, return on capital of banks.

JEL Classification: G21; O11.

DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2019-58-18>

Постановка проблеми. Банківська система є однією із найважливіших складових фінансового ринку, а її стабільність та розвиненість – необхідною умовою розвитку національної економіки. Концентруючи основну масу фінансових ресурсів і спрямовуючи кредитні потоки в ефективні галузі економіки, банки відіграють провідну роль у розвитку кожної країни. Водночас світова фінансова криза, несприятливі політичні та військові події, скорочення виробництва, інфляційний тиск на економіку, зниження інвестиційної активності суттєво послабили банківський сектор та значно ускладнили умови його функціонування. В умовах сьогодення банківська система України переживає складний період. Низка проблем від попередніх криз, які не були вирішені, продовжують негативно впливати на банківську систему, роблячи її неефективною та нестійкою, вразливою до різноманітних шоків. Високі ризики, неякісні активи та низька результативність діяльності банків обмежують можливості її позитивного впливу на розвиток економіки України.

З огляду на останні тенденції функціонування банківської системи важливості набувають питання забезпечення стабільності розвитку банківської системи як найважливішого елемента сучасної ринкової економіки, що забезпечує ефективне використання фінансових ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем сучасного стану та розвитку банківської системи України присвячено праці багатьох провідних вчених та практиків, зокрема О. І. Барановського, О. Д. Вовчак, А. С. Гальчинського, О. В. Дзюблюка, С. М. Козьменка, В. І. Міщенко, А. М. Мороза, С. К. Реверчука, М. І. Савлука, Н. В. Шелудько та інших. Водночас, незважаючи на досягнуті ними результати у вирішенні проблемних аспектів функціонування банківської системи, поглибленого дослідження потребують питання оцінювання сучасного стану та особливостей розвитку банківської системи під дією кризових явищ в економіці та макроекономічного середовища, яке формувалося відповідно до

загальноекономічної ситуації в державі.

Постановка завдання. Важливість та недостатність висвітлення в економічній літературі зазначених питань зумовлюють актуальність дослідження, метою якого в межах статті є визначення особливостей функціонування банківської системи України, оцінювання сучасного стану її розвитку на основі аналізу ефективності діяльності вітчизняних банків.

Виклад основного матеріалу дослідження. Становлення та формування сучасної банківської системи у незалежній Україні розпочалося з ухвалення Закону України “Про банки і банківську діяльність” від 20 березня 1991 р. і до сьогодні відбувалося у кілька етапів.

Перший етап (1988-1990 рр.) пов’язаний зі спробою державного (директивного) реформування банківської системи Радянського Союзу при здійсненні курсу на перебудову економіки, проголошеного урядом. До особливих рис цього періоду слід віднести початок створення комерційних банків як суто українських банківських установ. Другий етап (1991-1993 рр.) розпочався із прийняттям Закону України “Про банки і банківську діяльність” № 873–ХІІ від 20.03.1991 р., відповідно до положень якого в Україні створено дворівневу банківську систему та Національний банк України як центральний банк держави. Третій етап (1994-1997 рр.) пов’язаний зі створенням нових банків, що залучали значний приватний капітал, капітал спільних та малих підприємств, акціонерних товариств, а також кошти державних бюджетних та позабюджетних фондів. Четвертий етап (1999-2000 рр.) характеризувався фінансовою кризою у країні, пов’язаною зі знеціненням національної валюти відносно іноземних валют, відтоком портфельних інвестицій нерезидентів, кризою на ринку внутрішніх державних запозичень. Для п’ятого етапу (2001-2007 рр.) характерними були запровадження новітніх методів регулювання банківської діяльності, адаптація банківського законодавства до стандартів і вимог Європейського Союзу. Шостий етап (2008-2010 рр.)

відбувався на тлі розгортання світової фінансово-економічної кризи, що супроводжувалася скороченням обсягів промислового виробництва, рівня ВВП, зростанням інфляції та коливаннями валютного курсу. Сьомий етап (2011-2013 рр.) характеризувався позитивними тенденціями, після трьох років збиткової діяльності вітчизняний банківський сектор став прибутковим і відновив показники ліквідності і капіталізації до належного рівня. Восьмий етап (2014-2016 рр.) характеризувався системною кризою, що мала ознаки потрійної фінансової кризи – одночасно банківської, валютної та боргової. Впродовж 2014-2016 рр. 63 комерційні банки було визнано неплатоспроможними і виведено з ринку. Дев'ятий етап (2017 р. – по теперішній час) внаслідок очищення від проблемних банків та проведення інших антикризових заходів ознаменувався відновленням ресурсної бази, активізацією кредитування фізичних осіб, зниженням відсоткових ставок за кредитами, виходом банківського сектору на прибуткову діяльність, відновленням довіри до банківської системи [с. 12-14].

У результаті таких тенденцій на початок 2019 року в Україні діяло 77 банків, що на 85 од. менше, ніж у 2014 р. (рис. 1). Впродовж 2018 р. два банки закінчили процедури злиття з іншими, один був перетворений на фінансову компанію, ВТБ-банк було визнано неплатоспроможним. Частка ринку державних банків майже не змінилася: 54,7% та

63,4% за чистими активами та депозитами населення відповідно. Вихід із ринку значної кількості банків з українським капіталом призвів до зростання частки банків іноземних банківських груп. Так, станом на кінець 2016 р. частка іноземного капіталу в статутному капіталі банківської системи України становила 48,8% порівняно з 32,5% у 2014 р. А вже на початок 2019 р. ця частка була на рівні 28,1%.

Окрім скорочення кількості банків, розпочався процес скорочення кількості відділень наявних банків. Так, в Україні з 01 квітня 2018 року по 1 січня 2019 року відбулося скорочення кількості банківських відділень з 9440 до 8509 од., за цей період закрилося 497 відділень АТ “Ощадбанк”, 194 відділення АТ КБ “ПриватБанк” та 176 відділень АТ “Укрсоцбанк”. Найширшу регіональну мережу станом на початок 2019 року в Україні мають АТ “Ощадбанк” у кількості 2630 відділень, АТ КБ “ПриватБанк” – 2021 відділення та “Райффайзен Банк Аваль” із кількістю 503 відділення [6].

Важливим показником, який характеризує ступінь розвитку банківської системи, є активи, які в діяльності банків мають одне з первинних значень - формують доходи банків. Незважаючи на значне скорочення діючих банків у 2014-2018 роках, активи лише незначно зменшилися у 2015 році, а потім знову відбувалося їх зростання (табл. 1).

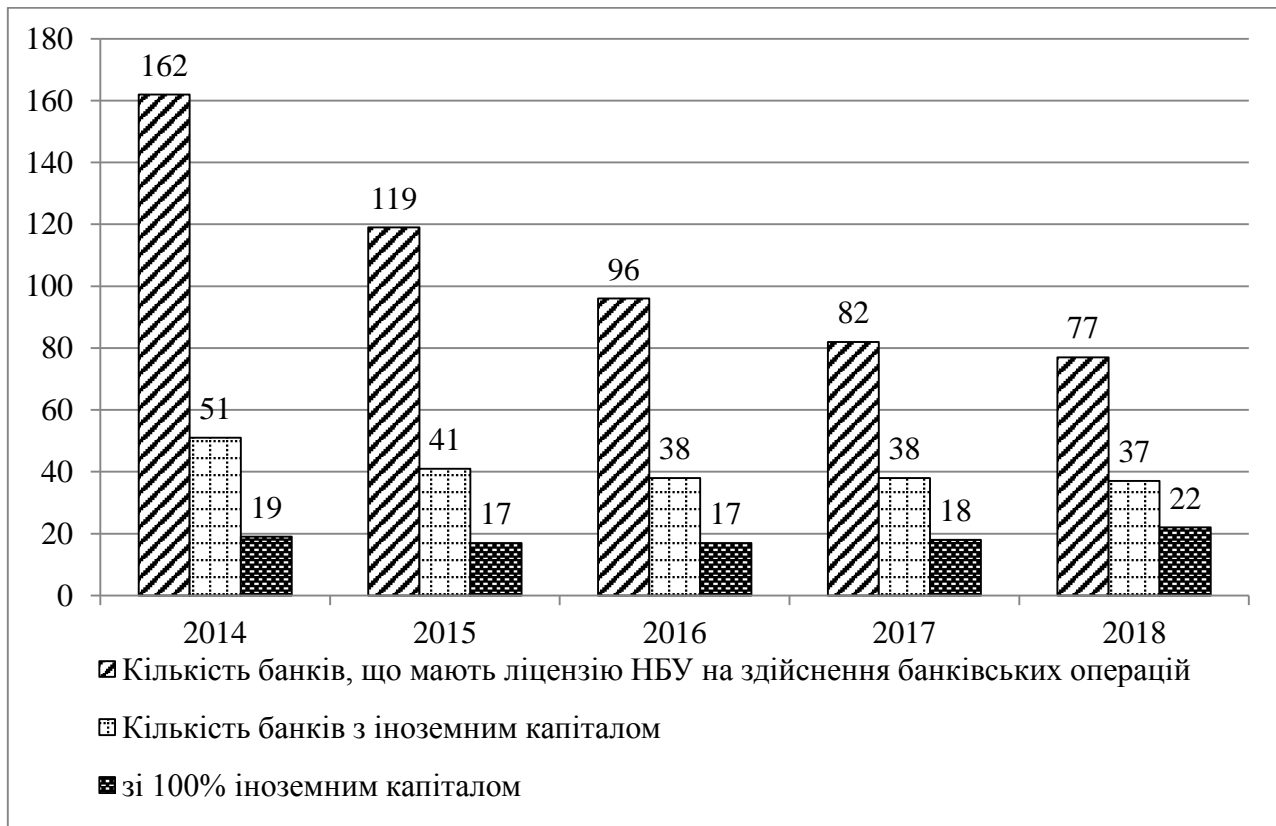


Рис. 1. Кількість діючих банків в Україні станом на 01.01.2015-2019 рр.

Активи банківського сектору України станом на 01.01.2015-2019 рр.

Показник	Станом на 01.01					Відхилення 2018 р. від	
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2014 р.	2017 р.
Активи банківського сектору, млрд грн	1316,8	1254,4	1256,3	1338,3	1359,7	42,9	21,4
Банки з державною часткою, млрд грн	286,3	342,8	644,4	734,3	744,8	458,5	10,5
Частка активів банків з державною часткою у активах банківського сектору, %	21,7	27,3	51,3	54,9	54,8	33,1	-0,1
Банки іноземних банківських груп, млрд грн	412,3	435,3	432,4	485,1	413,4	1,1	-71,7
Частка активів банків іноземних банківських груп у активах банківського сектору, %	31,3	34,7	34,4	36,2	30,4	-0,9	-5,8
Банки з приватним капіталом, млрд грн	286,5	476,28	179,5	118,9	201,6	-84,9	82,7
Частка активів банків з приватним капіталом у активах банківського сектору, %	21,7	37,9	14,3	8,8	14,8	-6,9	6

Аналіз даних табл. 1 засвідчив, що за підсумками 2018 року обсяг загальних активів банків збільшився на 21,4 млрд грн. Однією із складових приросту загальних активів стало збільшення портфеля ОВДП та похідних інструментів Приватбанку внаслідок його переходу до державної власності. Упродовж 2014-2018 рр. обсяг активів банків з державною часткою збільшився на 458,5 млрд грн і станом на 01.01.2019 р. становив 744,8 млрд грн, що дорівнює 54,8% усіх активів банківської системи України. Активи банків іноземних банківських груп за аналізований період збільшилися лише на 1,1 млрд грн і станом на 01.01.2019 р. становили 413,4 млрд грн, або 30,4% усіх активів банківської системи України. Банки з приватним капіталом за 2014-2018 рр. зменшили обсяги своїх активів на 84,9 млрд грн.

Найбільшу частку у активах банків займають кредити, надані клієнтам, частка яких станом на 01.01.2019 р. становила 82,3%. Впродовж 2018 р. обсяг кредитного портфеля банківського сектору України порівняно з 2014 роком збільшився на 112,5 млрд грн, що зумовлено у значній мірі конвертацією валютних кредитів у гривневі. За цей же період обсяг кредитів, наданих фізичним особам, збільшився на 17,8 млрд грн і становив 196,9 млрд грн, а кредити, надані суб'єктам господарювання, за підсумком 2018 року збільшилися на 17,8 млрд грн і на початок 2019 року досягли 921,96 млрд грн. На рис. 2. графічно відображено динаміку кредитного портфеля банківського сектору України за 2014-2018 рр.

Водночас в Україні обсяг кредитів, наданих фізичним особам, є значно меншим порівняно із західними країнами і за період фінансової кризи 2014–2018 рр. скоротився з 11,4 до 5,5% до ВВП станом на 01.10.2019 р. (у Польщі – 35% до ВВП, у Туреччині – 16%) [8]. Слід звернути увагу на низьку якість кредитів, наданих фізичним особам. Станом на 01.01.2019 частка непрацюючих кредитів (5 клас) становила більше ніж 50%, інформація про які була оприлюднена.

Через низький рівень доходів населення в Україні має місце й невисокий рівень заощаджень. І хоча населення залишається основним кредитором банківської системи (станом на 01.01.2019 р. кошти фізичних осіб становили 54,2% від зобов'язань банків України), залучені банками кошти від фізичних осіб щодо ВВП порівняно з 2014 р. знизилися з 26,6% від ВВП до 16,6% станом на 01.01.2019 р., що свідчить про незначний інвестиційний потенціал банків. Зауважимо, що обсяги депозитів населення у Польщі становлять 52% від ВВП, у Туреччині – 44% від ВВП [8].

Незначний обсяг банківського кредитування пов'язаний із системною проблемою нестачі довгострокових ресурсів у банківській системі, обмеженим доступом до нових запозичень на міжнародних ринках, погіршенням платоспроможності позичальників, збільшенням обсягів проблемних кредитів, а також зниженням мотивації банків до кредитування внаслідок існування безризикових високоприбуткових інструментів – ОВДП та депозитних сертифікатів НБУ [8].

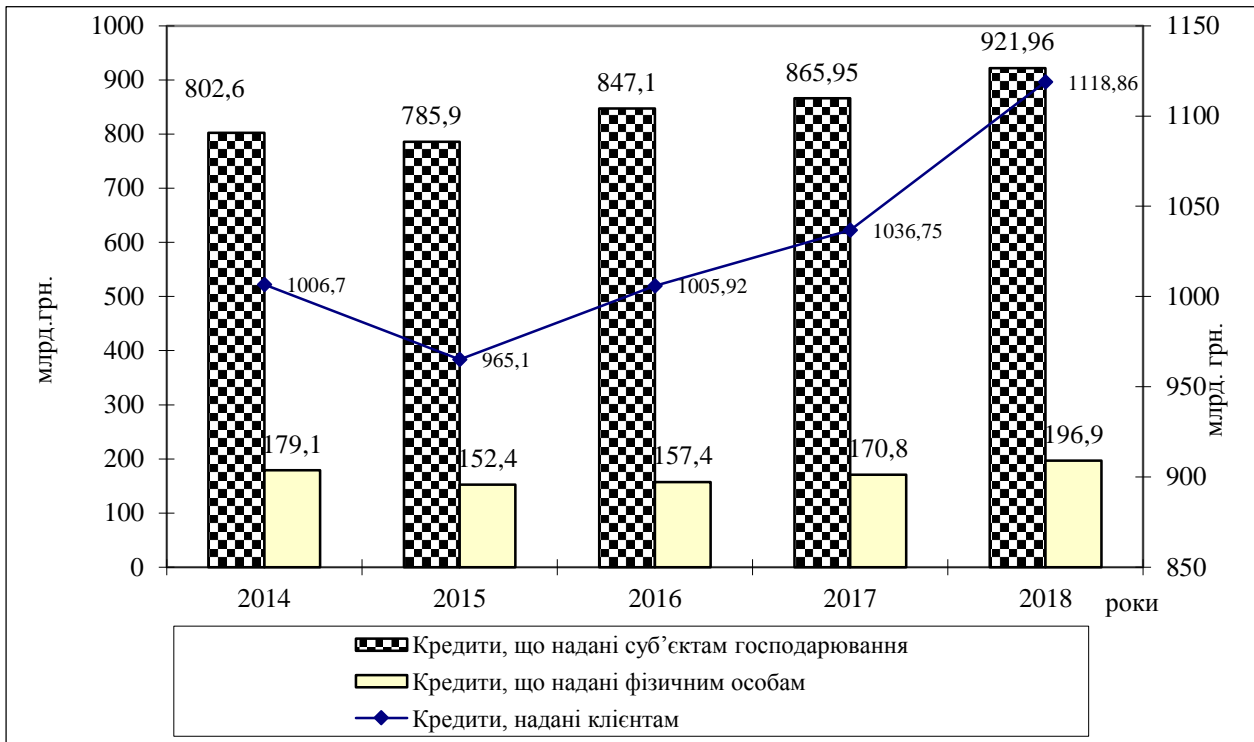


Рис. 2. Кредитний портфель банків України на 01.01.2015-2019 рр.

Дослідження обсягів банківських зобов'язань доводить, що їх обсяг у вітчизняних банках впродовж 2018 року суттєво не змінився. Водночас у 2013- 2015 рр. у банківському секторі досить помітною була тенденція до відтоку вкладів фізичних осіб та зниження їх частки у структурі зобов'язань банків унаслідок зниження реальних доходів населення, підвищення недовіри до банківських установ. За 2018 р. кошти суб'єктів господарювання зросли до 35,7%. У державних банках суттєву частку становлять зобов'язання за коштами МФО – 23,6%. В інших банках цей показник становив 1,2%.

Оцінка структури банківських зобов'язань за строковим характером вказує на переважання у клієнтському портфелі короткострокових вкладів терміном до 1 року. З вересня 2015 р. встановилася чітка тенденція до зростання обсягів вкладів на вимогу, які станом на початок 2019 р. становили 48,2% депозитного портфеля банків (порівняно з 42,5% на початок 2019 року). Така структура банківських вкладів є суттєвим ризиком для фінансової стійкості банківського сектору України.

Підтвердженням цього є результати соціологічного дослідження, які вказують на те, що лише 11% опитаних респондентів зберігають більшу частину своїх власних заощаджень у банках, 7% – довіряють банківським установам лише половину своїх коштів, а 49% – лише їхню незначну частину [9].

В умовах сучасного динамічного середовища надійність банківської системи, її фінансова стійкість та потенціал визначаються рівнем достатності капіталу. Так, власний капітал банківського сектору України за аналізований період зріс на 6,8 млрд грн і станом на 01.01.2019 р. становив 154,9 млрд грн (табл. 2).

Найближчим часом Національний банк України відповідно до нових вимог до капіталу з урахуванням норм законодавства ЄС планує перейти до регулювання регулятивного капіталу, а не статутного; це дозволить банкам наростити кредитування і створить більш сприятливі умови для банківської діяльності. Вимоги до статутного капіталу будуть необхідні тільки при реєстрації банку [178].

Таблиця 2

Капітал банків України станом на 01.01. 2015-2019 рр.

Показники	Станом на 01.01.					Темп приросту 2018р. від 2014 р.,%
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	
Пасиви, усього, млрд грн	1316,8	1254,4	1256,3	1338,3	1359,7	3,15
Власний капітал, млрд грн	148,1	103,7	123,8	161,1	154,9	1,04
з нього: статутний капітал, млрд грн	180,2	206,4	414,7	495,4	465,5	2,58
Частка власного капіталу у пасивах, %	11,2	8,3	9,8	12,0	11,4	-

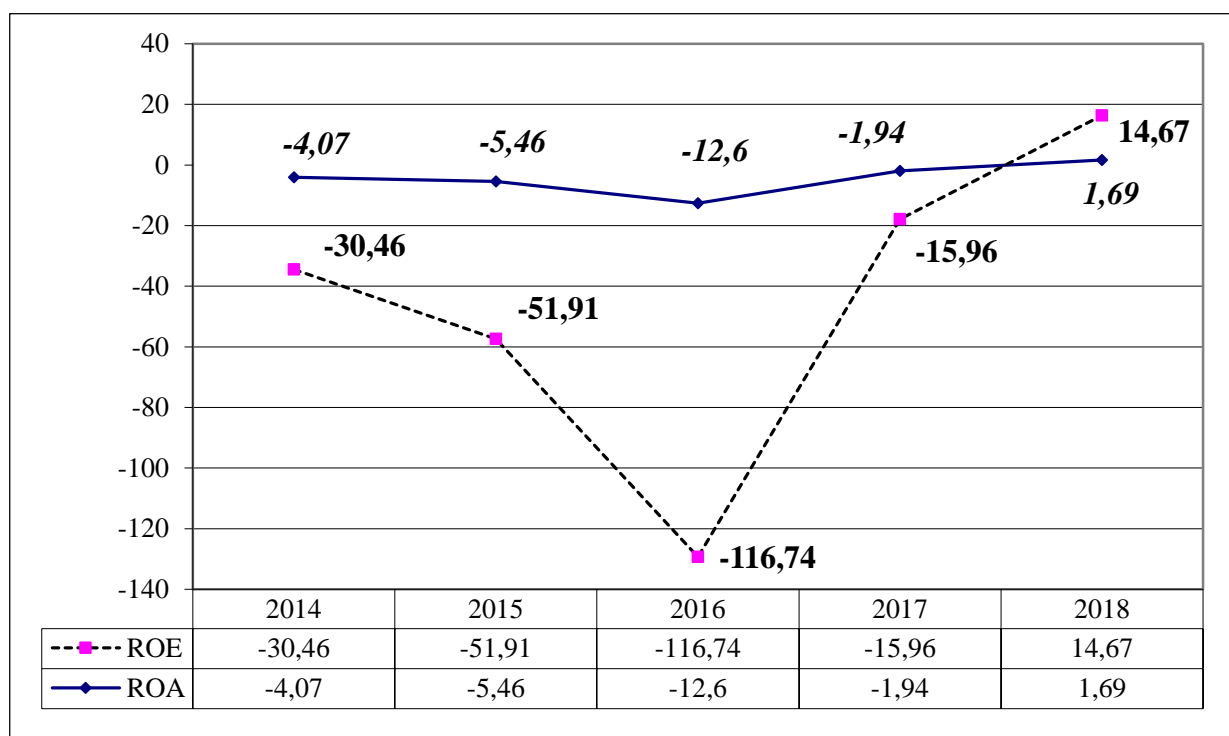


Рис. 3. Показники прибутковості капіталу та активів банків України за 2014-2018 рр., %

Аналіз фінансових результатів діяльності банків України за 2014-2018 рр. свідчить про те, що доходи банків України становили 204,5 млрд грн, витрати – 182,8 млрд грн. Перевищення доходів над витратами призвело до прибуткової діяльності і за результатами 2018 р. банківська система отримала чистий прибуток у розмірі 21,7 млрд грн, що за останні роки свого функціонування є рекордним. У свою чергу, це позитивно вплинуло на рентабельність активів та рентабельність капіталу (рис. 3).

За підсумками 2018 р. прибуткову діяльність забезпечили банки з іноземним і приватним капіталом, а також державні банки. Найбільші прибутки мали “Приватбанк”, “Райффайзен Банк Аваль”, “Укрексімбанк”, “Сітібанк”, “ПУМБ” і “Креді Агріколь банк” [5]. За результатами 2018 р. збитковими були 15 банків, з них шість банків іноземних банківських груп, 8 приватних банків і один неплатоспроможний банк.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Період реформування банківської системи супроводжувався кризовими явищами в економіці і, як наслідок, скороченням кількості банківських установ та їхніх структурних підрозділів через “очищення” банківської системи. Це все вплинуло на основні показники діяльності банків, зокрема на зменшення їх депозитних ресурсів та обсягів кредитної діяльності через низький попит на кредити з боку суб’єктів господарювання, що зумовлено низькою економічною активністю та зниженням купівельної спроможності населення. Гострою залишається проблема підвищення стабільності та ефективності державних банків, зниження їх частки на ринку банківських послуг.

Для вирішення актуальних проблем розвитку банківської системи та стабілізації умов її функціонування необхідно застосувати систему заходів, спрямованих на: диверсифікацію банківських активів; впровадження нових депозитних програм; підвищення рівня капіталізації банківського сектору шляхом залучення додаткового акціонерного капіталу; удосконалення процедур санації, реорганізації та ліквідації банків; виконання та дотримання нормативів НБУ, що регулюють діяльність комерційних банків; створення умов для залучення інвестицій у вітчизняну банківську систему, що дозволить мінімізувати вплив негативних чинників на банківську діяльність у короткостроковій перспективі та створить умови для прискореного розвитку банківської системи України у майбутньому.

Важливим завданням, що постає перед банківською системою України, є необхідність у найкоротші терміни провести подальшу гармонізацію банківського законодавства відповідно до вимог та стандартів системи Базель III, а також використати досвід та методи роботи банків інших країн, які можуть бути адаптовані до застосування в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Варцаба В. І. Сучасне банківництво: теорія і практика : навч. посібник / Варцаба В. І., Заславська О. І. – Ужгород : Видавництво УжНУ “Говерла”, 2018. – 364 с.
2. Офіційний сайт Національного Інституту стратегічних досліджень України “Проект стабілізації банківської системи шляхом підвищення довіри до банків” [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/dovira_do_bankiv-8d9b8.pdf.

3. Патиківський Ю. Усі – в приватні руки: Мінфін планує до 2022 року позбутися державних банків / Ю. Патиківський // Україна молода. – 2018. – Вип. № 024. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.umoloda.kiev.ua/number/3280/159/121014>.

4. Показники банківської системи. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL:https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593.

5. Третина українців не довіряє банкам // Інформаційне агентство “УНІАН” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://economics.unian.ua/finance/1132839-tretina-ukrajintsiv-ne-doviryayut-bankam-doslidjennya.html>.

2. Ofitsiyni sait Natsionalnoho Instytutu stratehichnykh doslidzhen Ukrainy “Proekt stabilizatsii bankivskoi systemy shliakhom pidvyshchennia doviry do bankiv”, available at: http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/dovira_do_bankiv-8d9b8.pdf.

3. Patykivskiy Yu. (2018), Usi – v pryvatni ruky: Minfin planuie do 2022 roku pozbutysia derzhavnykh bankiv, *Ukraina moloda*, vyp. № 024, available at: <http://www.umoloda.kiev.ua/number/3280/159/121014>.

4. Pokaznyky bankivskoi systemy. Ofitsiyni sait Natsionalnoho banku Ukrainy, available at: URL:https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593.

5. Tretyna ukraintsiv ne doviriaie bankam // Informatsiine ahentstvo “UNIAN”, available at : <https://economics.unian.ua/finance/1132839-tretina-ukrajintsiv-ne-doviryayut-bankam-doslidjennya.html>.

REFERENCES

1. Vartsaba, V. I. and Zaslavska, O. I. (2018), *Suchasne bankivnytstvo: teoriia i praktyka: navch. posibnyk*, Vydavnytstvo UzhNU “Hoverla”, Uzhhorod, 364 s.

Стаття надійшла до редакції 28 липня 2019 р.

**ВІСНИК
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 58

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 30.12.2019 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
17 др. арк. 15,89 ум. др. арк. 12,5 облік. видавн. арк.
Тираж 300 прим. Зам. 157.

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.